

KANTAR IBOPE MEDIA

Conhecer os hábitos de consumo e o comportamento da população ao ser impactada por uma campanha determina tanto a aceitação quanto a aquisição de um produto. Por meio do Target Group Index, solução da Kantar IBOPE Media, é possível conhecer as principais características do consumidor do comércio e varejo da Região Metropolitana de Salvador. Além destas informações, dispomos também de indicadores sobre o investimento do setor em 2016.

Com base no estudo do Target Group Index, a região metropolitana de Salvador concentra cerca de 3,2 milhões de habitantes, sendo que 92,1% desta população declarou ter realizado compras de mercado, compras em shopping center ou lojas de departamento nos últimos 30 dias.

Ao analisar o público de compradores do varejo, os celulares encabeçam a lista de bens com maior intenção de compra para os próximos 12 meses com 10,6%, seguido do televisor, com 8,3%, e da máquina de lavar roupa, com 5,0%.

O preço é considerado um fator importante para os compradores do varejo, já que 80,3% dos entrevistados concordam com a frase “eu sempre procuro ofertas e descontos” e 74,0% buscam os preços mais baixos quando vão fazer compras. Por outro lado, 75,3% concordam que vale a pena pagar mais caro por produtos de higiene pessoal de boa qualidade.

Outro ponto que deve ser levado em consideração na decisão da compra é a relação do consumidor com as marcas. Considerando as opiniões dos compradores do varejo sobre este assunto, se destacam como relevantes as seguintes frases: “Quando encontro uma marca que eu gosto sou fiel a ela”, “penso que as marcas conhecidas são melhores” e “quando vejo uma marca nova costumo comprar para ver como ela é”.

O meio mais consumido pelos compradores do varejo é a televisão, seguido do conteúdo de mídia out of home, internet e o rádio. A televisão ainda é considerada o meio de maior confiança entre os que querem se manter informados. De acordo com o TGR Vídeo, solução que permite o cruzamento de dados comportamentais com a audiência de televisão, o gênero mais assistido é novela.

KANTAR IBOPE MEDIA

Investimento publicitário:

De acordo com dados da Kantar IBOPE Media, entre janeiro e dezembro de 2016, comércio e varejo foi o maior setor na compra de espaço publicitário em Salvador. Estiveram presentes nos meios de comunicação monitorados na capital baiana mais de 650 anunciantes deste setor, que movimentaram o equivalente a R\$ 570 milhões de reais e 206 mil inserções.

A TV aberta foi o principal destino da verba com mais de 60% na participação do investimento publicitário do setor, seguida pelo meio jornal, com 27%.

Lojas de departamento e supermercado/atacadista foram as categorias de maior investimento publicitário, juntas acumularam mais da metade do total investido.

Do total de investimento publicitário realizado na praça para o setor comércio e varejo, 46% provém de anunciantes locais, ou seja, que autorizam campanhas em TV aberta, rádio, revista e jornal a partir de Salvador.

Fonte: Monitor Evolution – Praça Salvador – TV Aberta, Cinema, Revista, OOH, Rádio e Jornal – Jan a Dez/16 - Banco utilizado: ME1612TOTAL – Filtro: Setor Comercio e Varejo.

Monitor Flex EasyAnalytics – Praça Salvador – TV Aberta, Rádio, Revista e Jornal – Filtro Setor Comercio e Varejo – Jan a Dez/2016.

Target Group Index BrY17w1+w2 (ago/15 – Jun/16) cobertura: entrevistas realizadas na região metropolitana de Salvador – Compradores do Varejo (realizou compras de mercado ou compras em shopping center ou compras em lojas de departamento nos últimos 30 dias).

TGR – Praça Salvador – Audiência, Target: Compradores do Varejo (compradores de mercado ou shopping center ou lojas de departamento nos últimos 30 dias). Todos os dias, 2016.

Sobre o Target Group Index

O Target Group Index é um estudo single source sobre o consumo de produtos, serviços e mídia, estilo de vida e características sociodemográficas. Desenvolvido na Inglaterra em 1968, chegou ao Brasil em 1999 numa parceria da Kantar Media Research (KMR) com o então IBOPE Media. Durante a pesquisa, o mesmo entrevistado responde a todas as questões do questionário — o que permite uma análise completa de qualquer uma das informações contidas na base de dados. Com o Target Group Index, também é possível fazer um comparativo entre os hábitos de consumo de diversos países — pois o estudo é aplicado sob o mesmo padrão — com pequenas adaptações regionais em mais de 70 países.

Sobre Produtos Monitor

A Kantar IBOPE Media monitora os investimentos publicitários nos principais meios consumidos no país. As soluções possibilitam o acompanhamento da estratégia de comunicação de agências, anunciantes e veículos, além de indicar a priorização de mercados, sazonalidade, origem da verba e o desempenho de diversas categorias de produtos e marcas.

KANTAR IBOPE MEDIA

O investimento publicitário apresentado é o valor bruto com base na tabela de preços dos veículos, desconsiderando-se descontos e negociações aplicados pelo mercado.

Sobre o TGR

O Target Group Ratings é solução que permite analisar o comportamento de audiência de televisão com targets demográficos (indivíduos) e comportamentais, sendo estes extraídos do estudo Target Group Index, que contempla informações sobre hábitos, opiniões e atitudes, eventos da vida, marketing boca a boca, consumo dos meios e consumo de produtos (exceto marcas).

A metodologia adotada para o TGR é a fusão de dados, presente em diversos países. Para isso, são fusionadas as bases mensais de audiência de televisão (audiência mensal consolidada) e a última onda consolidada anual do estudo Target Group Index, conforme descrição abaixo:

- Audiência de televisão: painel regular de audiência de televisão com medição eletrônica (peoplemeter)
- Target Group Index: estudo single source sobre o consumo de produtos, serviços e mídia, estilo de vida e características sociodemográficas.

Sobre a Kantar IBOPE Media

A Kantar IBOPE Media é a divisão latino-americana da Kantar Media, líder global em inteligência de mídia. A empresa oferece as mais abrangentes e precisas informações sobre consumo, desempenho e investimento de mídia, provendo aos clientes da América Latina dados para a melhor tomada de decisão.

Parte do grupo Kantar - braço do Grupo WPP responsável pela gestão de informação - a Kantar IBOPE Media conta com aproximadamente 3.500 colaboradores e possui operações em 15 países latino-americanos.

Acesse www.kantaribopemedia.com para mais informações.



@K_IBOPEMedia



Kantar IBOPE Media



company/Kantar IBOPE



@KantarMedia



+KantarIBOPEMedia

Sobre a Kantar Media

A Kantar Media é líder global em inteligência de mídia, fornecendo aos clientes dados que precisam para tomar decisões informadas sobre todos os aspectos da medição, monitoramento e planejamento de mídia. Parte da Kantar, braço da WPP de gestão de investimentos de dados, a Kantar Media fornece informações abrangentes e precisas sobre o consumo, desempenho e investimento em mídia.

Para mais informações, visite o site www.kantarmedia.com



@Kantar_Media



KantarMediaGlobal



company/kantar-media



@KantarMedia



+KantarMedia