

# Impulsione o crescimento da sua marca em 2025

## 5 insights sobre as percepções dos consumidores em relação ao preço

Considerando um mercado dinâmico, em que 69% dos consumidores afirmaram que o preço em 2024 foi mais importante do que no ano anterior, entender as percepções deles sobre preço e promoção ficou ainda mais crucial.

Este infográfico revela cinco insights-chave da nossa pesquisa de preço e promoção com consumidores de várias regiões do mundo. Cada um deles conta com recomendações de especialistas para ajudar marcas a navegar nesse cenário complexo e prosperar em 2025.



Nossa pesquisa mostra que, em todas as regiões estudadas\*, a sensibilidade ao preço continua a crescer

A importância atribuída ao preço é consistente entre todas as gerações. Por outro lado, entre as categorias de produtos, "Cuidados Pessoais" apresenta sensibilidade ligeiramente menor do que as demais.



### 1 Preço é importante, mas qualidade e experiência não podem ser ignoradas

Os consumidores valorizam muito a qualidade e a experiência, especialmente na categoria de Cuidados Pessoais. Por outro lado, o preço tem um papel mais significativo nas decisões de compra nas categorias de Alimentos e Cuidados Domésticos.

**3 Principais Atributos a nível global**

- Benefícios / qualidade do produto
- Preço total
- Experiência anterior

**Alimentos**

- Preço por volume
- Preço total
- Disponibilidade de promoções

**Cuidados Pessoais**

- Recomendações de amigos / especialistas
- Design / Aparência
- Reputação da marca

**Cuidados Domésticos**

- Eco-friendly / Sustentabilidade
- Disponibilidade de promoções
- Preço por volume

**RECOMENDAÇÃO**  
Destaque os diferenciais e a qualidade do seu produto. Aproveite as avaliações e opiniões dos consumidores para demonstrar valor além do preço.

### 2 A preferência por produtos de marca está aumentando

A preferência dos consumidores por marcas conhecidas e premium está em ascensão, com a Geração Z e os Millennials liderando essa tendência. Uma parcela significativa dos Boomers afirmou não ter alterado seu comportamento de compra em relação ao ano anterior, enquanto outros declararam estar mais inclinados a escolher Marcas Próprias.



**RECOMENDAÇÃO**  
Elabore mensagens direcionadas que ressoem com as preferências únicas de cada geração para evitar que eles migrem para alternativas de preços mais baixos.

### 3 A comparação de preços é comum entre os consumidores

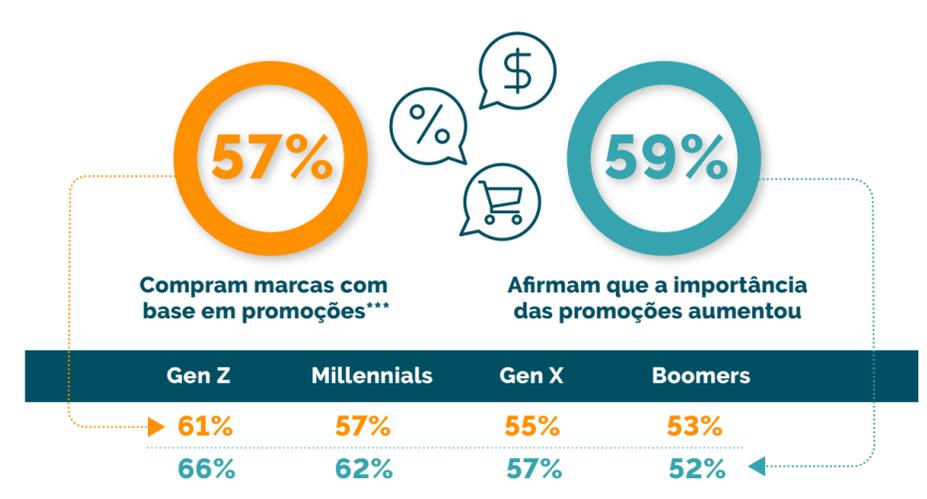
Os consumidores estão cada vez mais em busca de marcas confiáveis, mas permanecem atentos aos preços, comparando-os entre diferentes marcas e lojas.



**RECOMENDAÇÃO**  
Revise a segmentação de varejistas e entenda o impacto deles no seu negócio. Isso vai permitir que você priorize de forma eficaz e tome decisões estratégicas embasadas em dados.

### 4 As promoções são influentes e sua importância percebida está aumentando

As promoções têm um papel significativo nas decisões de compra, sendo que os consumidores mais jovens são mais suscetíveis à sua influência.

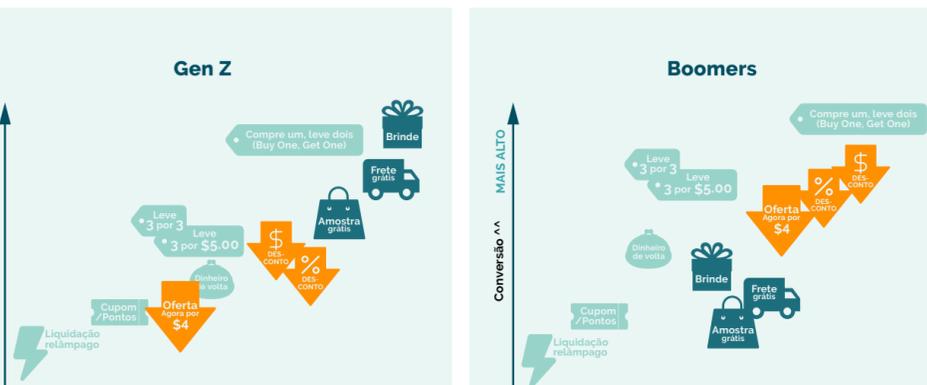


**RECOMENDAÇÃO**  
Implemente uma estratégia promocional inteligente e orientada por dados que considere as preferências geracionais e esteja alinhada à identidade da sua marca.

\*\*\*Consideração de promoção =  
\*Eu geralmente compro a marca mais cara que está oferecendo uma promoção para conseguir um bom negócio em um produto premium.  
\*\*Eu geralmente compro a marca mais barata que está oferecendo uma promoção para gastar menos dinheiro.  
\*Eu calculei as economias de custo em cada promoção e escolherei aquela com a maior economia.

### 5 As preferências promocionais variam entre os diferentes grupos demográficos

A atração por amostra ou brinde diminui com a idade. A Geração Z prefere promoções de "Presente Grátis", enquanto as gerações mais velhas, especialmente os Boomers, demonstram preferência mais forte por promoções de desconto de preço.



^ Atração = avalia o poder de atração individual de uma promoção, refletindo uma escolha mais emocional.  
^^ Conversão = mede a capacidade da promoção de converter o consumidor em um cenário comparativo, refletindo um processo de decisão mais racional.

**RECOMENDAÇÃO**  
Maximize a eficácia das promoções alinhando suas táticas às preferências e comportamentos de compra do seu público-alvo. Além disso, adquira uma compreensão profunda dos dados demográficos, dos hábitos de compra e dos canais preferidos dos consumidores para garantir que as promoções ressoem e impulsionem conversões.

Quer garantir que sua estratégia promocional ressoe com seu público-alvo e impulsione conversões?

Agende uma reunião hoje mesmo

#### \*SOBRE ESTA PESQUISA DA SKIM

Para entender como as mudanças nas condições econômicas estão influenciando o comportamento de compra dos consumidores e suas percepções sobre preço e promoções, realizamos uma pesquisa global com mais de 5.000 respondentes das seguintes regiões: Estados Unidos, América Latina, Europa e Ásia-Pacífico. O estudo foi aplicado no contexto das categorias de Cuidados Domésticos, Cuidados Pessoais e Alimentos.