

ESTUDO SATISFAÇÃO DO E-CONSUMIDOR

1º semestre 2019



Introdução

O consumidor digital tem ditado a tendência do mercado de e-commerce e cada vez mais empresas estão percebendo que analisar o comportamento do seu consumidor pode gerar diversos insights para as operações e proporcionar uma melhor experiência na jornada de compra.

Hoje, o cliente tem status de protagonista, ele realiza avaliações, gera buzz nas redes e compartilha sua vivência com outros usuários e todo esse hábito impacta e influencia outros clientes.

É neste contexto de jornada de compra e satisfação do consumidor que a **Yourviews by Hi Platform**, uma plataforma de coleta de avaliações dos consumidores com o intuito de gerar novos negócios e tomadas de decisão, apresenta a série de dados de lojas virtuais com o objetivo de compartilhar informações relevantes sobre o comportamento do consumidor digital.

Os dados que vamos nos basear

Foram analisadas **+ de 88 milhões** de avaliações feitas por usuários que compraram em e-commerces e utilizaram as soluções de **avaliações, perguntas & respostas e NPS - Net Promoter Score** (métrica de grau de satisfação e lealdade dos clientes) da **Yourviews by Hi Platform**, no primeiro semestre de 2019 (1 de janeiro até o dia 30 de junho).





+ 88 milhões de avaliações lidas

Esse dado aponta que os consumidores estão interagindo com as lojas virtuais em escala crescente. Seja para pesquisar e ler avaliações ou deixar suas recomendações para os futuros clientes.

O estudo de **Tendências Econômicas e Consumos Globais e Locais de 2018**

afirmou que os e-commerces têm mudado a forma de consumo das pessoas e destacou que os consumidores têm se comportado de maneira mais proativa.

(Fonte: Nielsen Media Research)

Satisfação do Consumidor em relação à loja

Os consumidores tendem a avaliar positivamente sua jornada de compra, principalmente se o atendimento foi bem realizado e prazos foram atendidos.

Podemos concluir que a satisfação do cliente com as **avaliações positivas de loja** tornam-se mais um pilar de confiabilidade entre clientes e espaços de venda.

Percentual de **avaliações de loja**
positivas X **negativas**



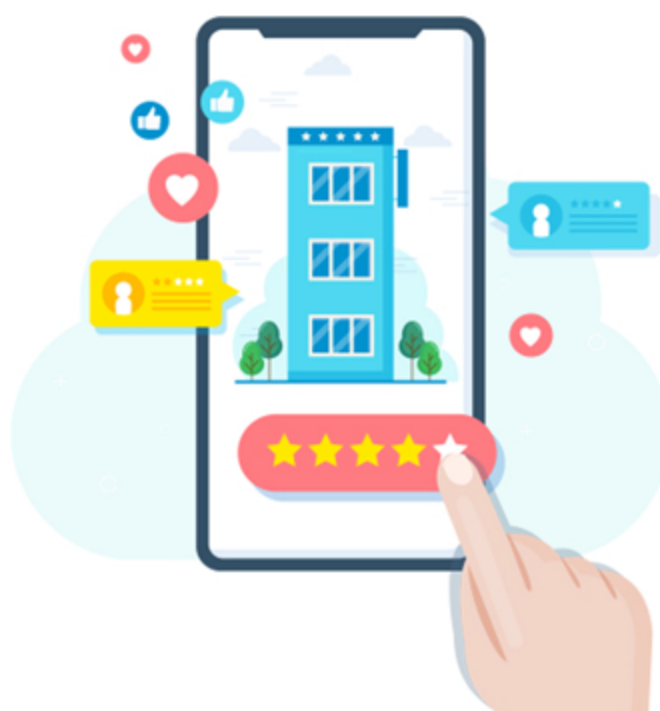
Nestes dados os clientes são incentivados a avaliar o processo de compra, atendimento e a entrega, ou seja, a experiência completa com a loja.

Satisfação do Consumidor em relação ao produto

Os consumidores estão dispostos a fazer mais avaliações positivas de um produto do que negativas. Estimular o cliente a realizar avaliações cria **aproximação com a marca, feedbacks proveitosos** e troca de informações transparentes. Um cliente pode até tirar dúvidas de outros consumidores mediante um **review completo**. Ter credibilidade dentro do ambiente digital ajuda o cliente a fechar uma compra com mais tranquilidade.

Percentual de **avaliações de produto**
positivas X **negativas**

👍 **92%**
👎 **8%**



E por falar em avaliações, voilà!

Foram analisadas **6 categorias** com mais interações de clientes, ou seja, os segmentos que os clientes mais avaliaram produtos online.

6 categorias com mais avaliações de produto



Cosméticos
13,85%



Vários Produtos
10,44%



Moda
7,61%



Calçados
4,07%



Eletrodomésticos
3,08%



Farmácia
2,59%

Satisfação do Consumidor em relação ao Engajamento

Importantes marcas do segmento de cosméticos utilizam a ferramenta da Yourviews para medir o grau de satisfação dos seus clientes durante o processo de compra e contam com um público que gosta de compartilhar suas experiências com outros usuários.

Desde 2017 as **mulheres passaram a liderar** as transações do e-commerce, **representando 52,3%** dos consumidores em 2018.

(Fonte: 39º Relatório Webshoppers)



PAYOT

Reviews de consumidoras na loja virtual da Payot

Os consumidores costumam apresentar diversas dúvidas antes de realizar uma compra, ter a ferramenta de Perguntas e Respostas na página do produto pode ajudar na tomada de decisão, e, por sua vez, na conversão também.

6 categorias com mais Perguntas e Respostas



Vários Produtos
13,88%



Moda
4,55%



Móveis e Colchões
4,39%



Cosméticos
4,24%



Esporte e Lazer
2,57%



Calçados
2,37%

+70% conversão

Com base nos dados coletados, as interações com perguntas e respostas na página de produto **convertem 70% mais do que a média do mercado*.**

*levando em consideração que a taxa de conversão do e-commerce é de 1,3%



NPS, o índice Pop do mercado!

O NPS (Net Promoter Score), índice que surgiu nos anos 2000 e hoje é utilizado por empresas como Netflix, Apple, Airbnb e Amazon têm brilhado os olhos de muitos lojistas e não é à toa. Com uma pergunta simples, “em uma escala de **0 a 10** o quanto você recomendaria a [empresa x] para seus amigos ou familiares?”, essa métrica capta a satisfação do consumidor e gera dados que podem ser analisados de diversas formas para tomadas de decisões eficazes.

E dependendo da resposta, os clientes serão divididos em **três categorias** com base na metodologia do NPS:



Promotores (Pontuação de 9 - 10)

São entusiastas e leais que continuarão comprando e recomendando seus produtos para outras pessoas, engajando o crescimento da sua marca.



Neutros (Pontuação de 7 - 8)

São clientes parcialmente satisfeitos que compram com média frequência e estão propícios a ofertas esporádicas.



Detratores (Pontuação de 0 - 6)

São os clientes insatisfeitos que podem prejudicar sua marca e impedir o crescimento através do “boca-a-boca negativo”.

Um aumento de 7 pontos na nota do NPS, por exemplo, equivale, em média, a 1% de crescimento na receita da empresa (fonte: Research Gate).

Separamos abaixo as zonas de classificação NPS dos 6 melhores índices de satisfação por segmento, durante o 1º semestre de 2019, conforme dados da Yourviews by Hi Platform, veja:



Moda
80



Calçados
79



Cosméticos
77



Eletrônicos
77



Ferramentas
75



Acessórios
73

***Todos na zona de excelência**

Conclusão



Conforme o desenvolvimento do estudo foi possível perceber que o consumidor tornou-se cada vez mais dono de uma voz importante dentro do mercado de e-commerce e por isso sente a necessidade de compartilhar suas experiências e interagir com as marcas.

Interações constroem redes e elas por si só despertam comportamentos positivos entre outros clientes. Ao ter uma experiência relevante o consumidor gera avaliações positivas, cria mais credibilidade dentro da loja virtual e deixa registrado sua experiência de forma orgânica para os próximos compradores tirarem dúvidas, seja em relação a produtos ou a própria loja.

Os dados mostraram que o investimento no processo de compra e a importância da voz do consumidor em toda a jornada apresenta uma experiência cada vez melhor para cliente, e o objetivo de atingir a satisfação deste consumidor é a chave de sucesso de uma operação. Afinal, um cliente satisfeito é sinal de dever cumprido, métrica bem analisada e tomadas de decisões bem executadas.

Sobre a Yourviews by Hi Platform

A **Yourviews by Hi Platform** é uma plataforma que coleta e utiliza avaliações dos consumidores para gerar novos negócios e apresentar ao lojista relatórios e dados importantes para tomadas de decisão. Além disso, promove a interação e a aproximação entre os próprios lojistas e seus clientes por meio das avaliações na loja online e na loja física.

Entre as soluções estão os **Reviews de Loja**, **Reviews de Produtos**, **Perguntas & Respostas** e o **NPS (Net Promoter Score)**. Além disso, a Yourviews by Hi Platform promove o **selo Loja Confiável**, que serve como certificação para as lojas mais bem avaliadas da plataforma, sinal de credibilidade e segurança para os consumidores realizarem suas compras.



Yourviews
by **hi platform**

Quer saber mais sobre a Yourviews by Hi Platform?

Saiba mais



www.yourviews.com.br