

Flores, Moda e Eletrônicos São os Mais Vendidos para Dia das Mães na Internet, aponta Criteo

Compras fechadas em dispositivos móveis devem seguir em alta

São Paulo, maio de 2016 – De acordo com estudo feito pela **Criteo** (NASDAQ: CRTO), líder global de tecnologia especializada em publicidade digital e marketing de performance, no ano passado as vendas pela Web na semana anterior ao Dia das Mães chegaram a registrar crescimento de até 38%.

Por isso, os varejistas precisam estar preparados para as vendas pelo comércio eletrônico nesta reta final, já que as compras de última hora costumam aumentar consideravelmente o movimento nas lojas on-line nos dias anteriores ao segundo domingo de maio e as preferências dos filhos para presentear favorecem especialmente algumas categorias que sempre agradam as mães.

*“Embora o e-commerce venha sentindo os efeitos da crise, nossa expectativa é de que ocorra acréscimo nas vendas na semana anterior ao Dia das Mães. O crescimento de pedidos neste período é sempre muito forte e não deverá ser diferente este ano, assim como nas outras duas datas sazonais mais importantes para o varejo, que são o Natal e a Black Friday”, diz **Fernando Tassinari, Diretor Geral da Criteo no Brasil.***

O levantamento mostrou que em 2015 as categorias que obtiveram as maiores elevações nas vendas na semana anterior para presentear as mães foram Flores (134%), Roupas (48%), Telecom e Internet (45%), Bolsas (42%), Calçados (41%), Saúde e Beleza (37%), Eletrônicos (31%) e Maquiagem (10%). Sempre muito procurados, os smartphones tiveram aumento de 44% e os tablets de 86%.

*“Estes números demonstram uma tendência para 2016, já que o comportamento dos consumidores na escolha dos presentes não difere muito de um ano para outro. Entretanto, os produtos com valores mais acessíveis devem registrar maior crescimento”, avisa **Tassinari.** “É bom lembrar também que é essencial os varejistas estarem preparados para vender em todos os canais, já que as aquisições através de dispositivos móveis e a navegação em múltiplas telas durante o processo de decisão de compra é uma tendência irreversível”, acrescenta.*

De acordo com a pesquisa **“Cenário do Mobile Commerce”** realizada no último trimestre de 2015 pela Criteo e que abrange época de Natal e Black Friday, 19% das operações do e-commerce brasileiro nesse período foram realizadas via dispositivos móveis, o que significa que praticamente uma em cada cinco vendas aconteceu por um smartphone ou tablet. Mais da metade das transações ocorreram após navegação em pelo menos dois dispositivos. Em 52% das transações concluídas em desktops, o cliente visitou o site do varejista utilizando pelo menos mais um device antes de finalizar a compra. Com 54%, os tablets atingiram o maior índice entre os usuários que acessaram outras telas até fechar o pedido.

Sobre a Criteo

A **Criteo** (NASDAQ: CRTO) entrega marketing de performance personalizado em larga escala. Medindo o retorno de vendas no pós-clique, a Criteo torna o ROI transparente e fácil de medir. Em 31 de dezembro de 2015, a Criteo tinha 1.800 colaboradores em 27 escritórios nas Américas, Europa, Oriente Médio, Ásia e Ásia-Pacífico, atendendo mais de 10.000 anunciantes ao redor do mundo e com relacionamento direto com cerca de 14.000 publishers. Para mais informações visite www.criteo.com/br/

MAIS INFORMAÇÕES PARA IMPRENSA

FirstCom Comunicação (www.firstcom.com.br)

Luis Claudio Allan (luisclaudio@firstcom.com.br)

Janaina Cavalheiri (janaina@firstcom.com.br)

Cintia Yamashiro (cintia@firstcom.com.br)

Tel.: (11) 3034-4662