

# A ascensão dos consumidores experientes

## Snapshot das tendências do consumidor

A Criteo recentemente pesquisou mais de 1.600 consumidores na França para entender como a inflação está impactando o comportamento e as preferências de compra. Os resultados mostram que a incerteza econômica e os custos crescentes estão criando consumidores mais inteligentes, ávidos por fazer render o dinheiro ao máximo, sem sacrificar os itens que amam.

**Aqui está uma prévia para os anunciantes considerarem:**

### 1 As pessoas estão online em busca das melhores ofertas.

Os consumidores que procuram maneiras mais inteligentes de comprar estão deixando de lado as lojas físicas em favor de melhores preços online.

**76%** Passo mais tempo online agora para pesquisar as melhores ofertas/preços antes de fazer uma compra

**68%** Estou encontrando produtos com preços melhores online do que em lojas físicas

**56%** dos consumidores dizem que compram mais online

### 2 Os consumidores ainda estão encontrando maneiras de comprar o que amam.

Os consumidores não têm escolha a não ser gastar mais em itens não negociáveis, como hipotecas ou alimentos. Ao mesmo tempo, a maioria ainda está comprando os bens e as experiências que mais deseja.

Share de consumidores que afirmam estar gastando **mais** em:

**12%** Hipoteca/aluguel  
**37%** Mantimentos  
**40%** Contas de energia  
**41%** Gasolina/combustível

Share de consumidores que afirmam estar gastando **o mesmo ou mais** em:

**43%** Viagens  
**43%** Restaurante  
**46%** Móveis domésticos  
**50%** Eletrônicos de consumo  
**55%** Roupas e acessórios  
**67%** Cuidados pessoais/saúde e beleza

**33%+**

Share de consumidores de baixa e média renda que relatam gastar o mesmo ou mais em viagens, restaurantes e produtos de luxo. Isso aumenta para **44% ou mais** para consumidores de alta renda.

### 3 Um mindset arrojado está acelerando algumas compras.

Os consumidores estão comprando de forma criativa para maximizar o poder de compra.

Comprando itens de alto valor (por exemplo, eletrodomésticos, móveis) mais cedo porque os preços estão subindo **33%**

Comprando presentes antecipadamente para aniversários/festas de fim de ano porque os preços estão subindo **54%**

Comprando itens essenciais (por exemplo, detergente, lenços de papel) a granel para fazer o dinheiro render **62%**

Cancelaram/adiaram planos de compra de itens devido ao aumento dos preços **64%**

### 4 Os negócios não devem ocorrer às custas de produtos de qualidade.

Embora economizar dinheiro seja uma prioridade, os consumidores ainda querem ótimos produtos feitos para durar. A qualidade do produto é o fator mais importante para os consumidores, à frente do frete grátis e dos descontos/cupons. Fatores que influenciam as decisões de compra:

Qualidade do produto

**92%**

Frete grátis

**91%**

Descontos/cupons

**88%**

### 5 Os consumidores querem mais das marcas do que apenas descontos.

O alinhamento com os valores de uma marca e os programas de fidelidade são fortes motivadores para que os consumidores façam uma compra imediata.

Até que ponto os fatores abaixo são importantes para você ao comprar de uma marca ou varejista nos próximos seis meses?



**Ofereça experiências mais ricas aos consumidores e mais crescimento para você, com retail media.**

Alcance e monetize audiências que estão comprando online mais do que nunca. Com a Commerce Media Platform da Criteo, você pode ativar a maior base mundial de first-party data e a melhor IA da categoria para conquistar novos clientes e gerar fidelidade.

**Comece visitando**

[CRITEO.COM/BR](https://criteo.com/br)

**CRITEO**