

DIA DAS

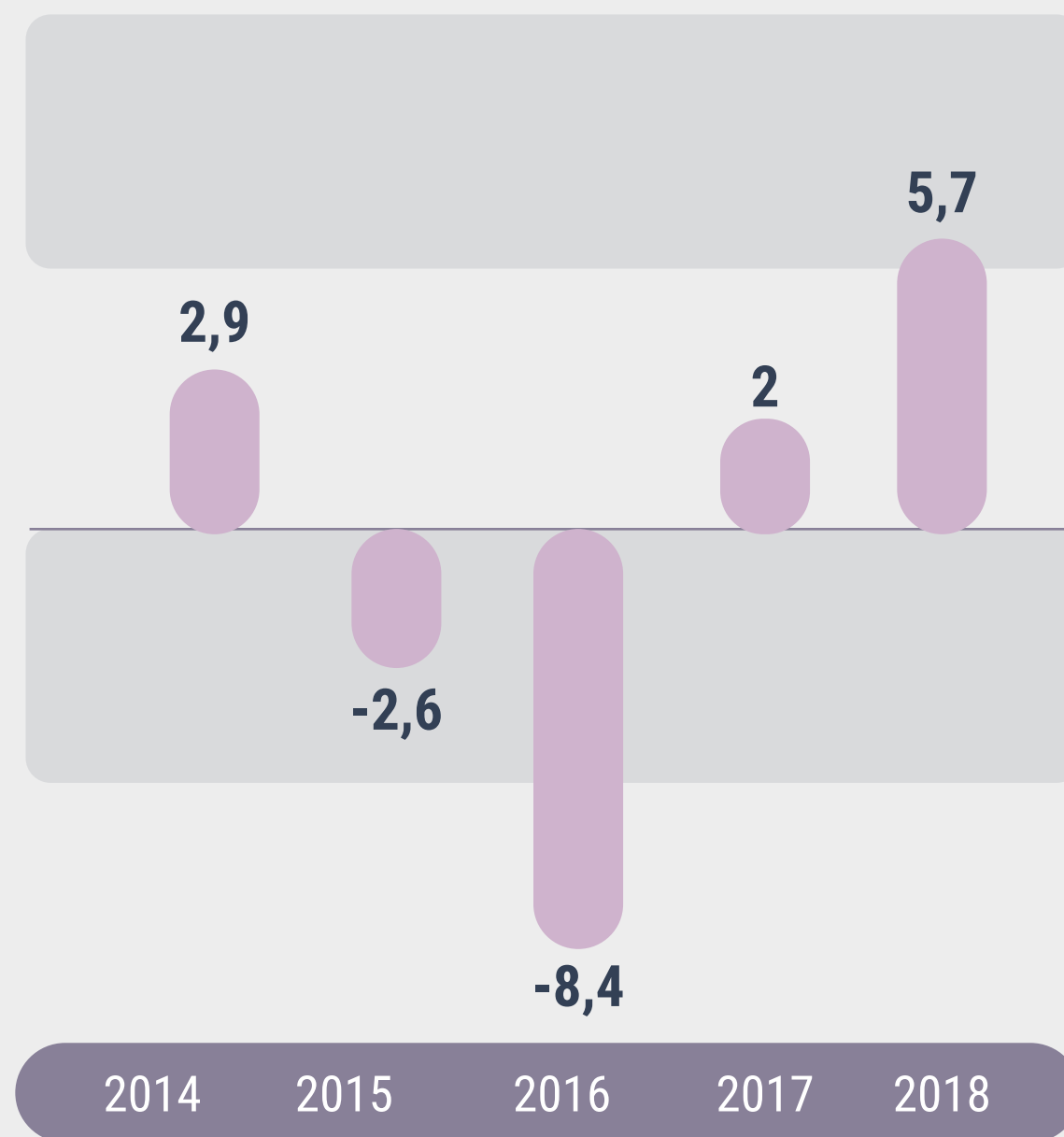
Mães

Google

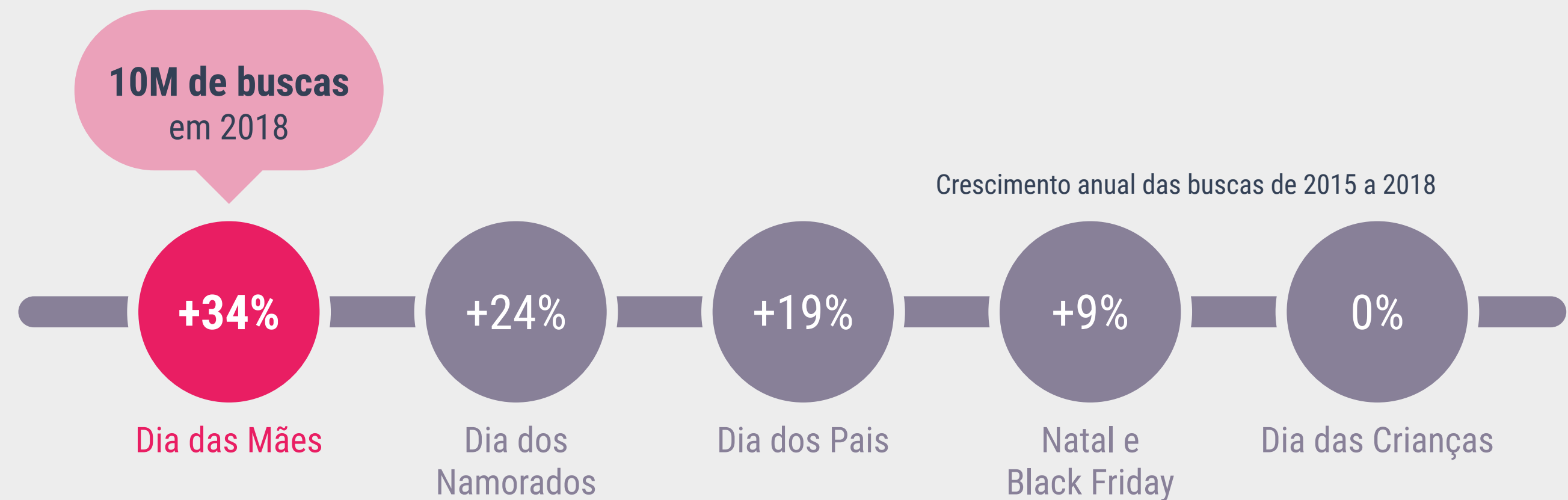
Em 2018, as vendas do Dia das Mães tiveram seu melhor desempenho em 5 anos

Evolução no Dia das Mães

Varição frente ao ano anterior, em %



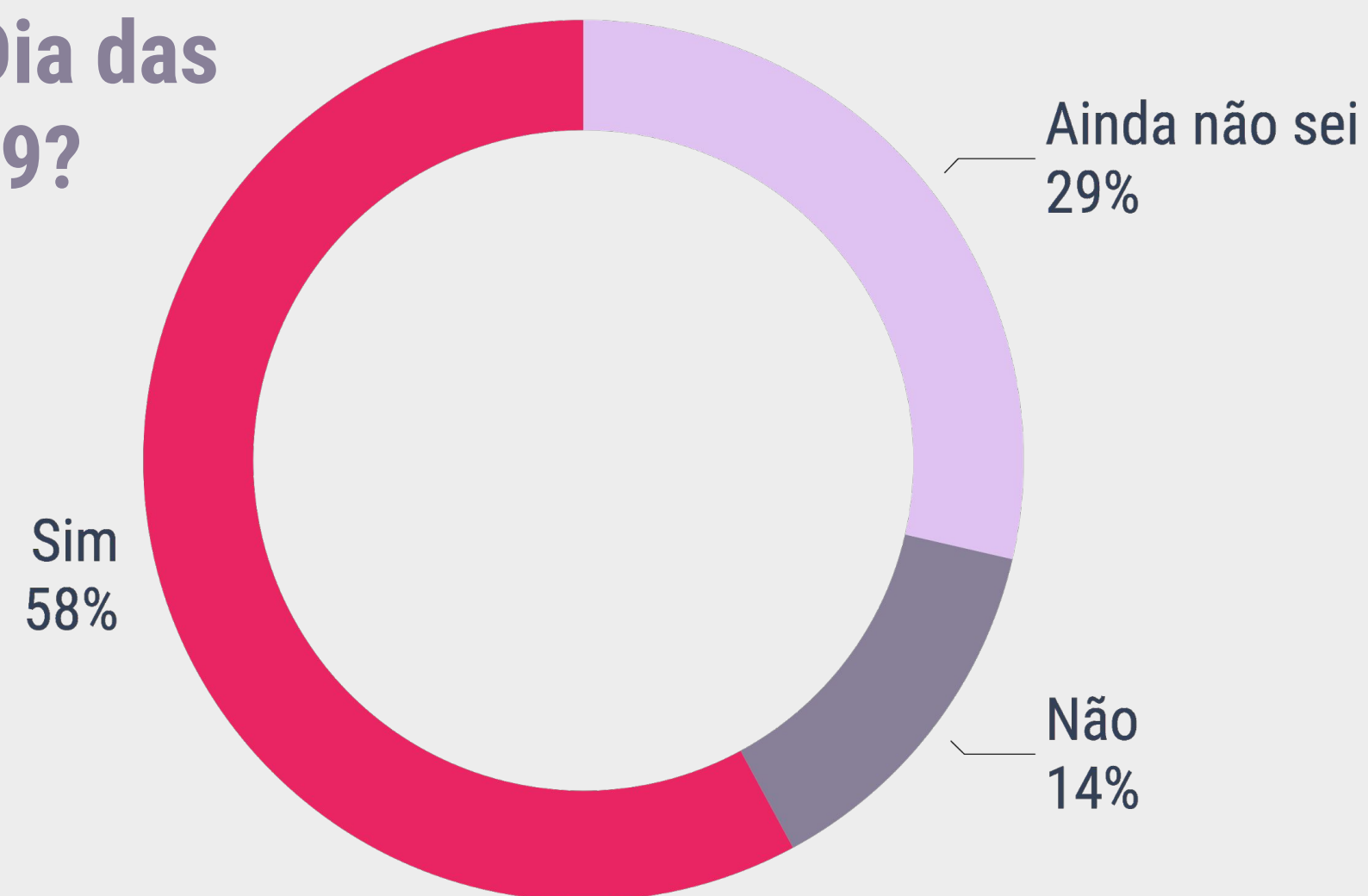
Buscas por dia das mães crescem mais rápido que outras datas sazonais



2019 também será um grande ano para vendas

Cerca de 6 em cada 10 afirmam que vão comprar presentes e 70% vão gastar até R\$200.

Você pretende comprar presente de Dia das Mães em 2019?



Quanto pretende gastar?



Gasto médio: Cerca de R\$286

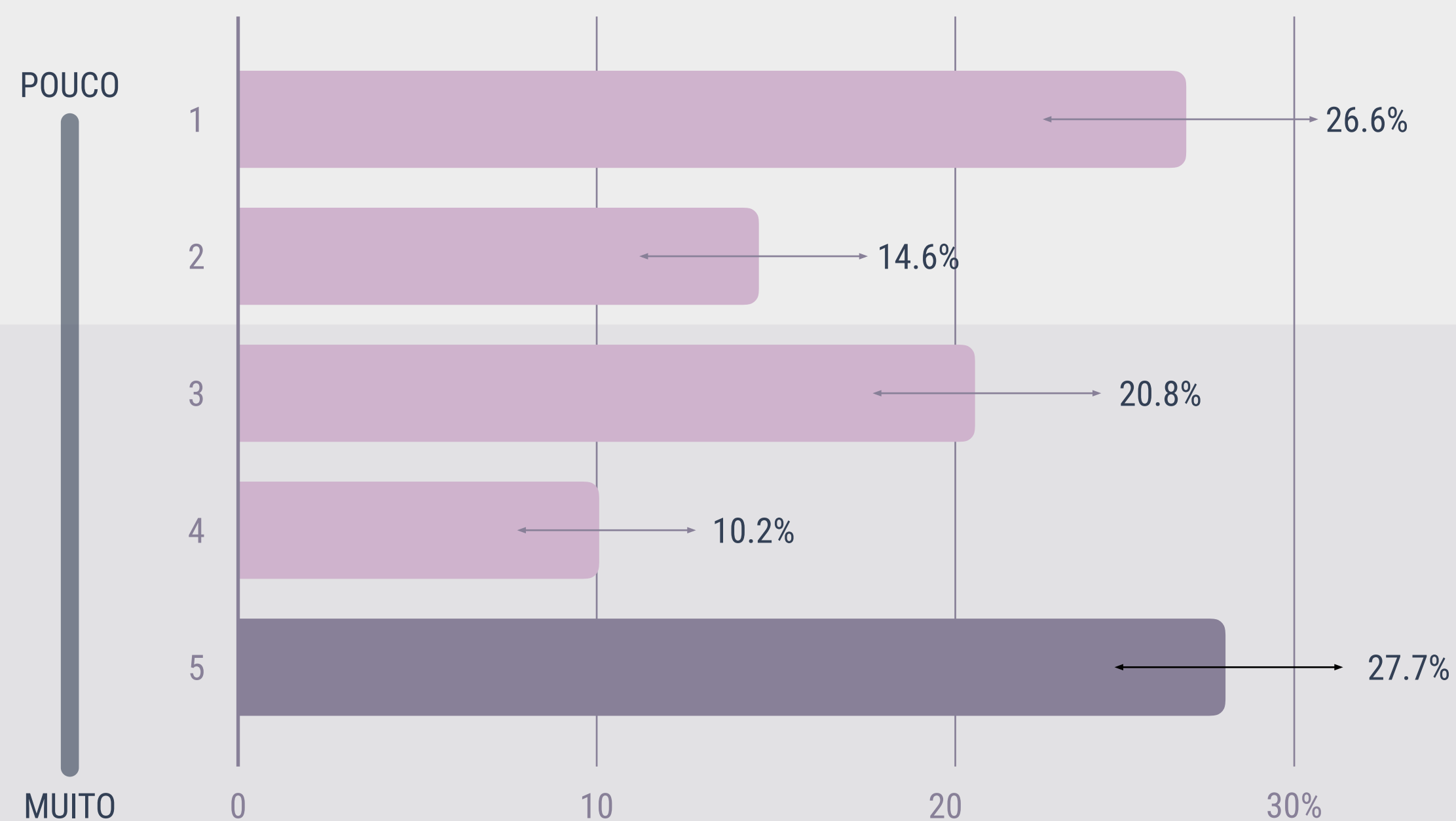
45%

declaram que vão gastar mais que em 2018

Dia das mães será uma data importante para conquistar novos clientes

Pensando nas suas compras de presentes para o dia das mães desse ano, o quanto você estaria disposto(a) a comprar em uma loja/site que nunca comprou antes.

Cerca de 6 em cada 10 pessoas estariam dispostas a comprar em um novo varejista no dia das mães esse ano



65% pretendem dar um presente de uma categoria diferente em 2019

Identificamos 4 grandes áreas de oportunidade para a data

#1

#2

#3

#4

INSIGHTS

Nenhuma marca de varejo se conecta com as mães e se apropria da data

Dia das mães, não é mais dia da casa- demanda além de eletros

Quase metade das pessoas compram os presentes na véspera ou dia

Na semana anterior ao dia mães, há um aumento no número de App downloads

OPORTUNIDADES

Se apropriar da data e estabelecer um vínculo com um público estratégico

Mostrar amplitude e profundidade de sortimento e ampliar vendas 3P

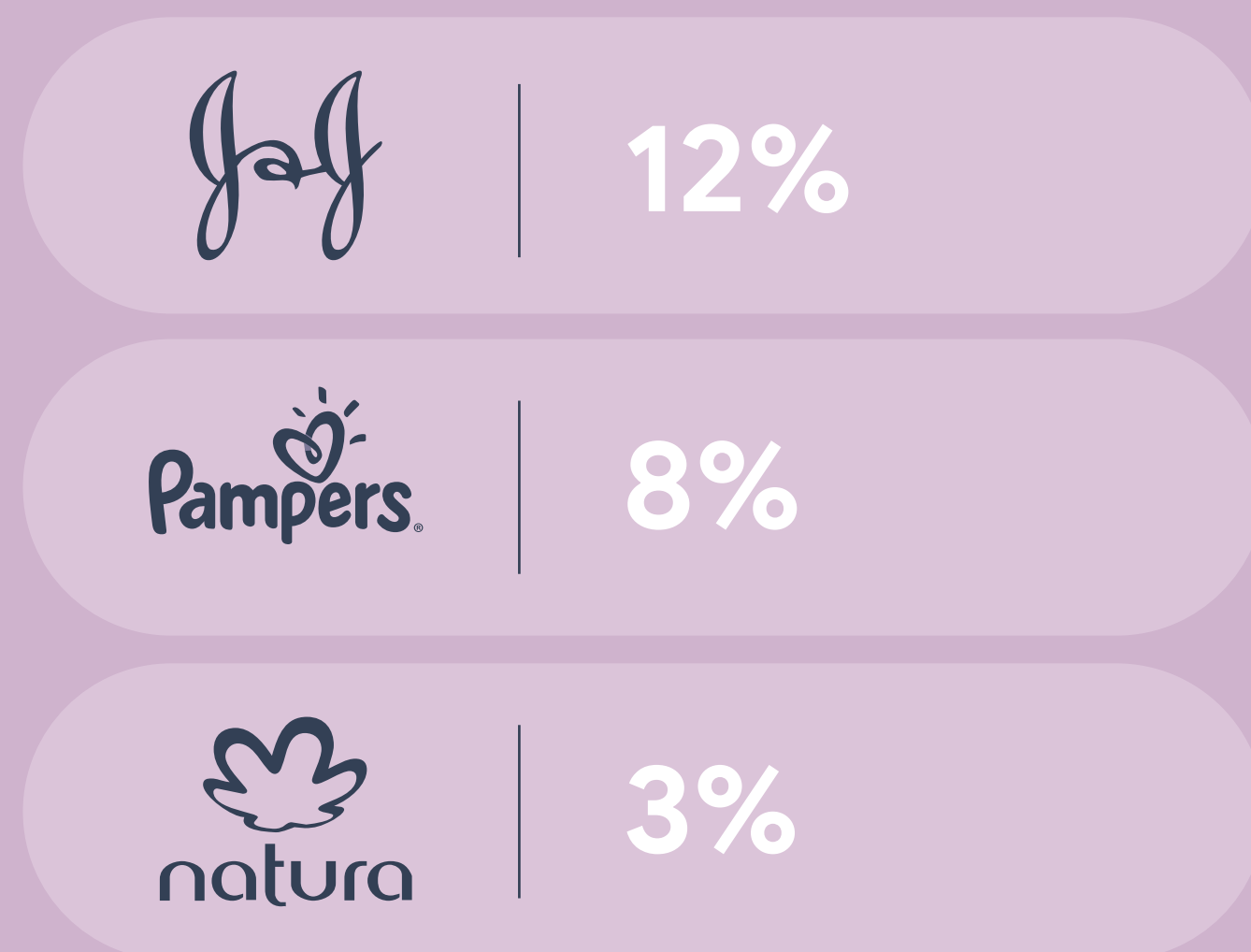
Maximizar vendas dos last minute buyers com Clique e Retire e estratégia O2O

Ampliar e fidelizar sua base de usuários

#1

Nenhuma marca de varejo consegue, de fato, se conectar com as mães e se apropriar da data.

Qual é a marca melhor fala/ se conecta com as mães?



Base: Mães

Quando você pensa no dia das mães, qual é a marca que te vem à cabeça?



Base: compradores de presentes dia das mães

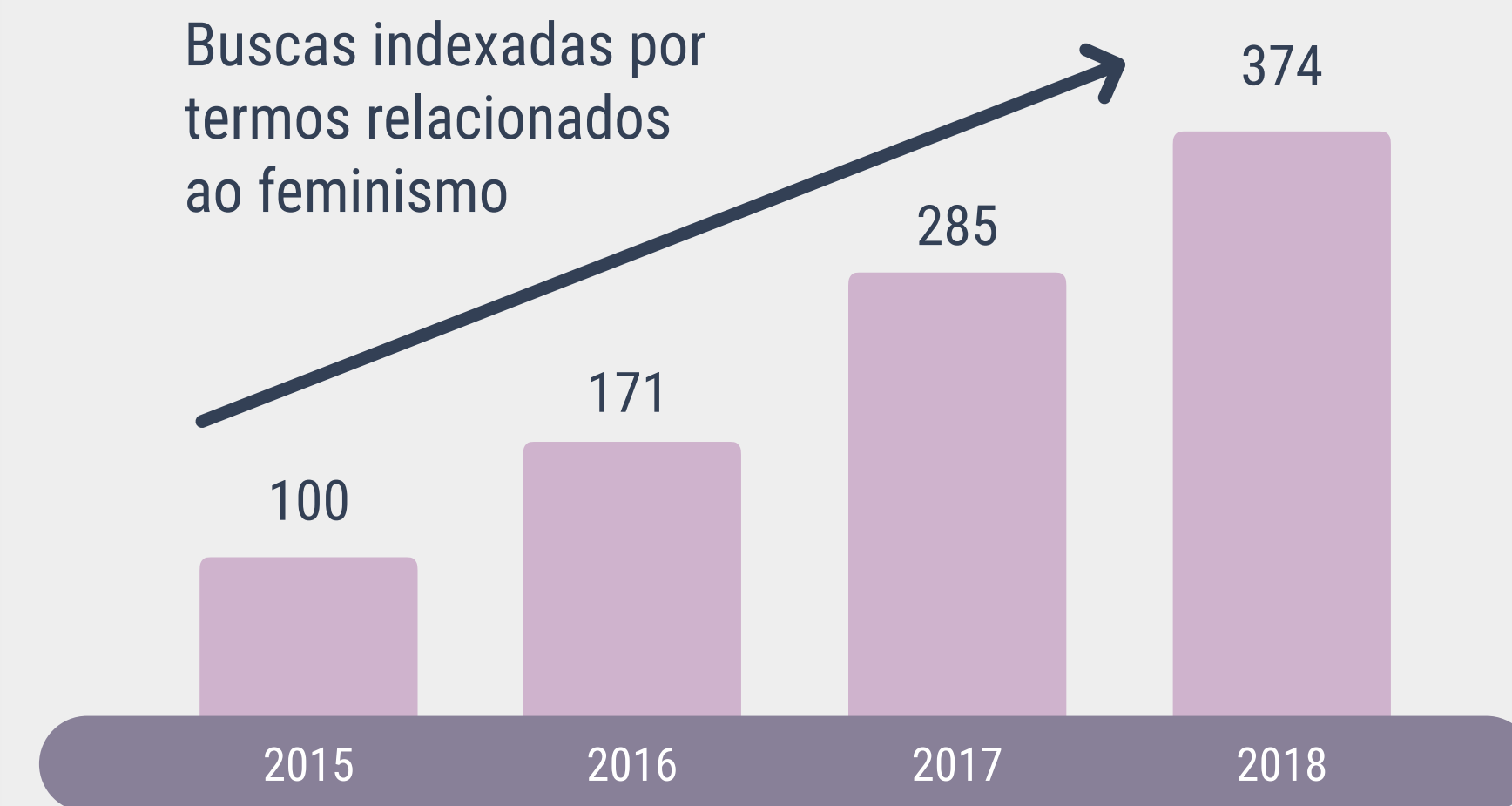


A photograph of a pregnant woman in a dark grey long-sleeved shirt, smiling and being kissed on the cheek by a young girl with blonde hair in a ponytail. The girl is wearing a white top with ruffled sleeves. The image is overlaid with a semi-transparent purple filter. A small purple horizontal line is positioned above the text.

—
**Como fortalecer
esse vínculo e se
apropriar da data?**



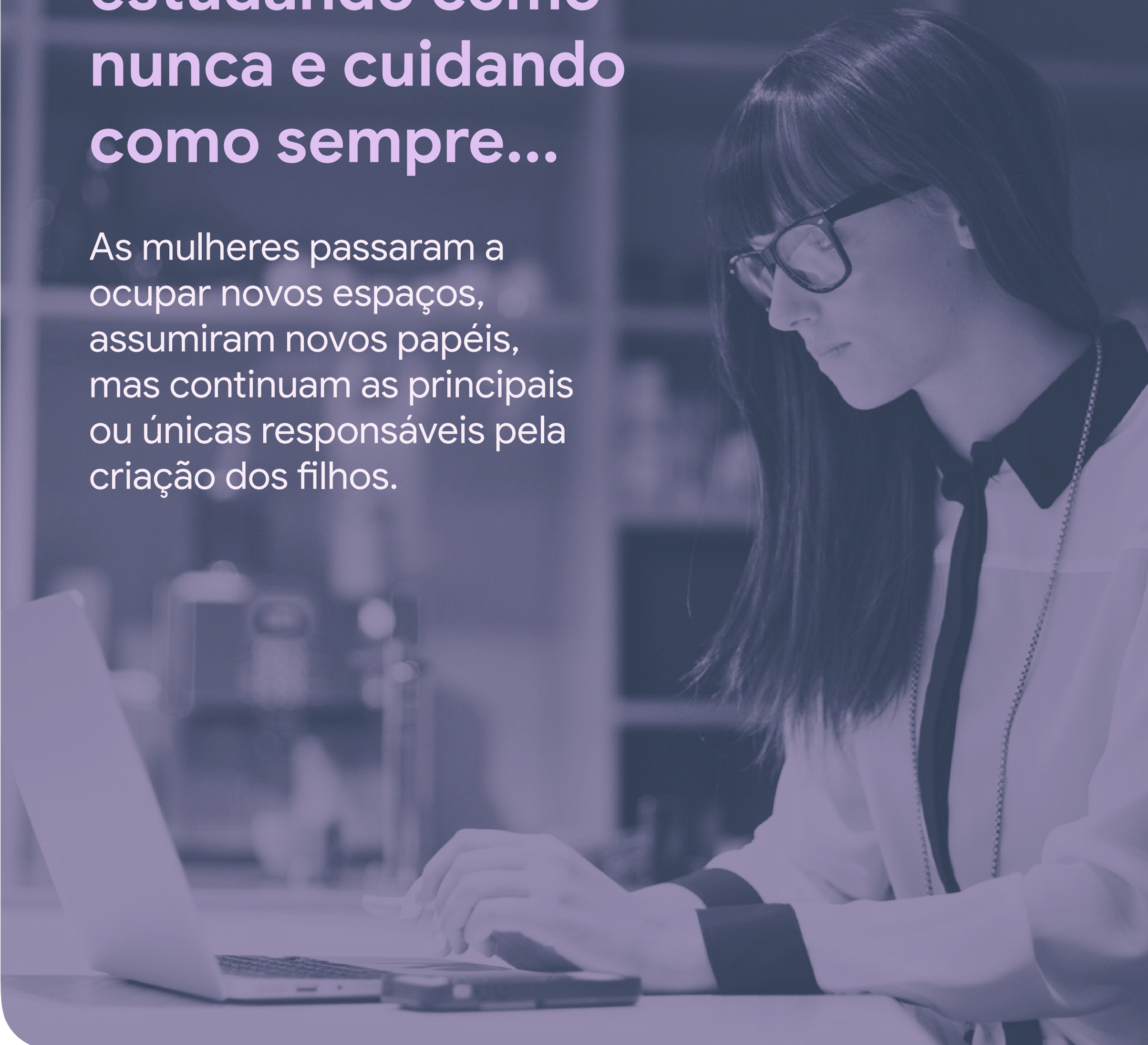
Não dá para falar sobre as mães sem entender o contexto atual em que as mulheres estão inseridas



Fonte: Dados internos Google - Buscas

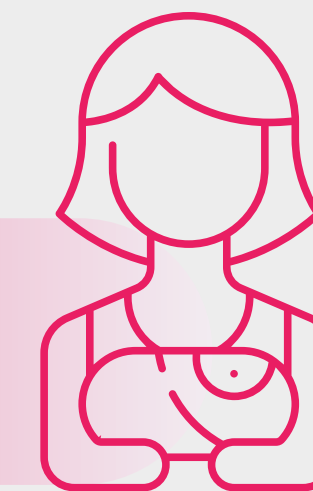
Trabalhando e estudando como nunca e cuidando como sempre...

As mulheres passaram a ocupar novos espaços, assumiram novos papéis, mas continuam as principais ou únicas responsáveis pela criação dos filhos.



Somente

1 em cada 4



dizem que dividem igualmente a responsabilidade / tarefas relacionadas à criação dos filhos.

30%

são mãe solo

35%

dividem a responsabilidade, mas fazem a maior parte

Com acúmulo de funções e responsabilidades mal divididas, elas entram no final da lista de tarefas

Pensando no seu dia a dia...

Qual é a atividade que você dedica **mais tempo**?

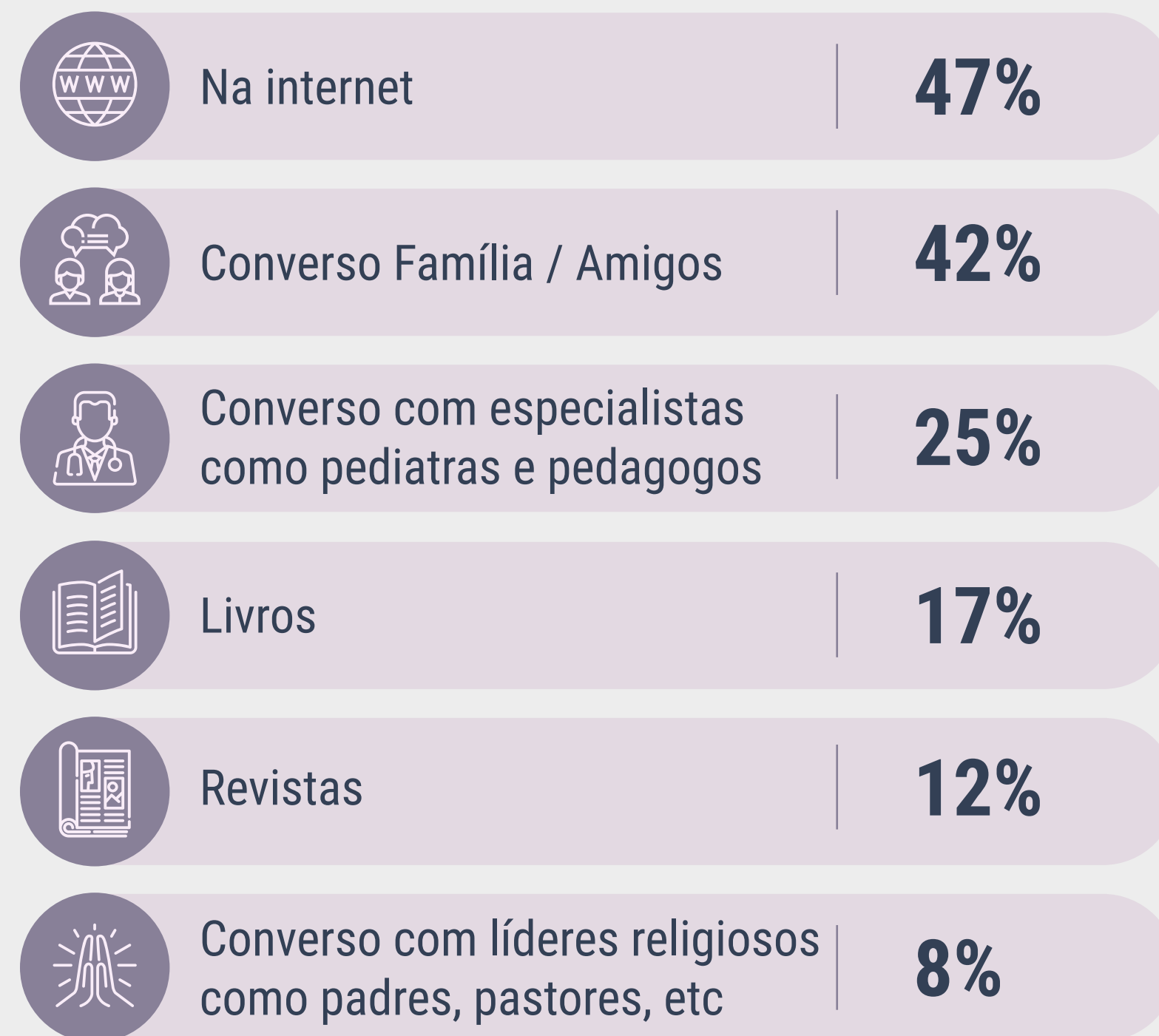


Qual é a atividade que você dedica **menos tempo**?



Nesse contexto de uma maternidade, para muitas, solitária, a internet vira a rede de apoio.

Onde você busca informações sobre maternidade/filhos?



Onde você busca informações sobre maternidade/filhos na internet/ meios digitais?

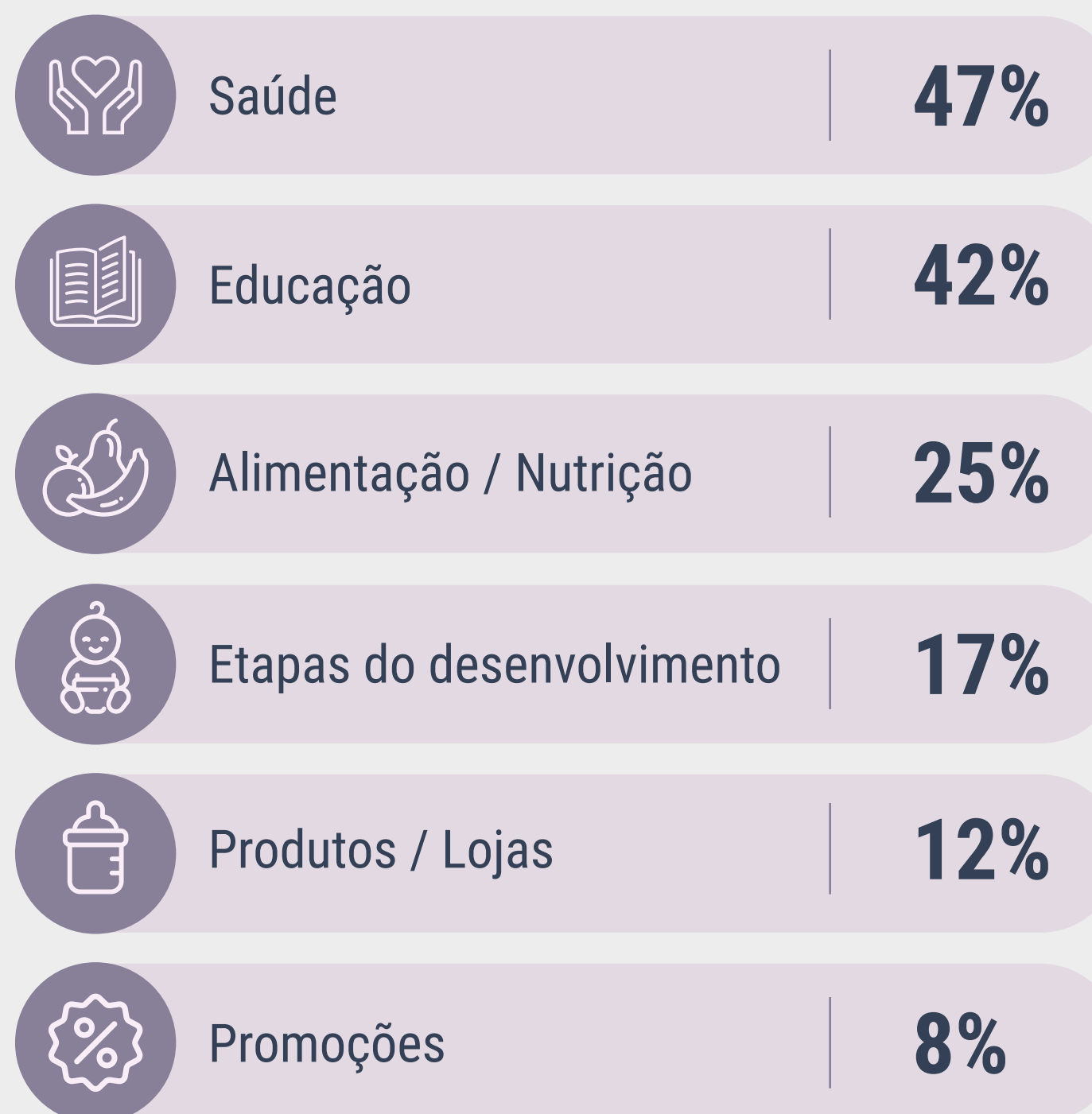


Cada vez mais conectadas, as mães se interessam por experiências reais



Cerca de 8 em cada 10 acessaram a internet na última semana

Quais assuntos você busca no meio digital?



75% das mães brasileiras que acessam a internet buscam informações sobre **experiências reais** que envolvam o universo maternal nos blogs, fóruns, redes sociais e canais digitais de vídeo.

Foi justamente na internet
que há cerca de 3 anos surgiu um movimento
por uma maternidade mais real



Tati Bernardi



Manifesto pela maternidade real

Duas verdades e uma infinidade de mentiras sobre ser mãe



É mentira que sua vida só ganhou significado depois da maternidade. É mentira que você nunca foi tão feliz. É mentira que a gente se apaixonou pelo filho já no primeiro ultrassom.

É mentira que o seu bebê dorme ininterruptamente dez horas por noite. É mentira que você consegue trabalhar igual antes de ser mãe (talvez até melhor, mas igual, nunca mais). É mentira que anda tarada e que a pele da barriga não fica meio molenguinha para sempre.

EXAME

VIP - ESTILO DE VIDA

15 influenciadoras que mostram o lado real da maternidade

Mundo de sonho? Que nada! Estas mulheres mostram a realidade da vida das mães: caótica, mas sem deixar de ser apaixonante

Por **Marília Almeida**
© 20 fev 2018, 12h53 - Publicado em 10 fev 2018, 07h00



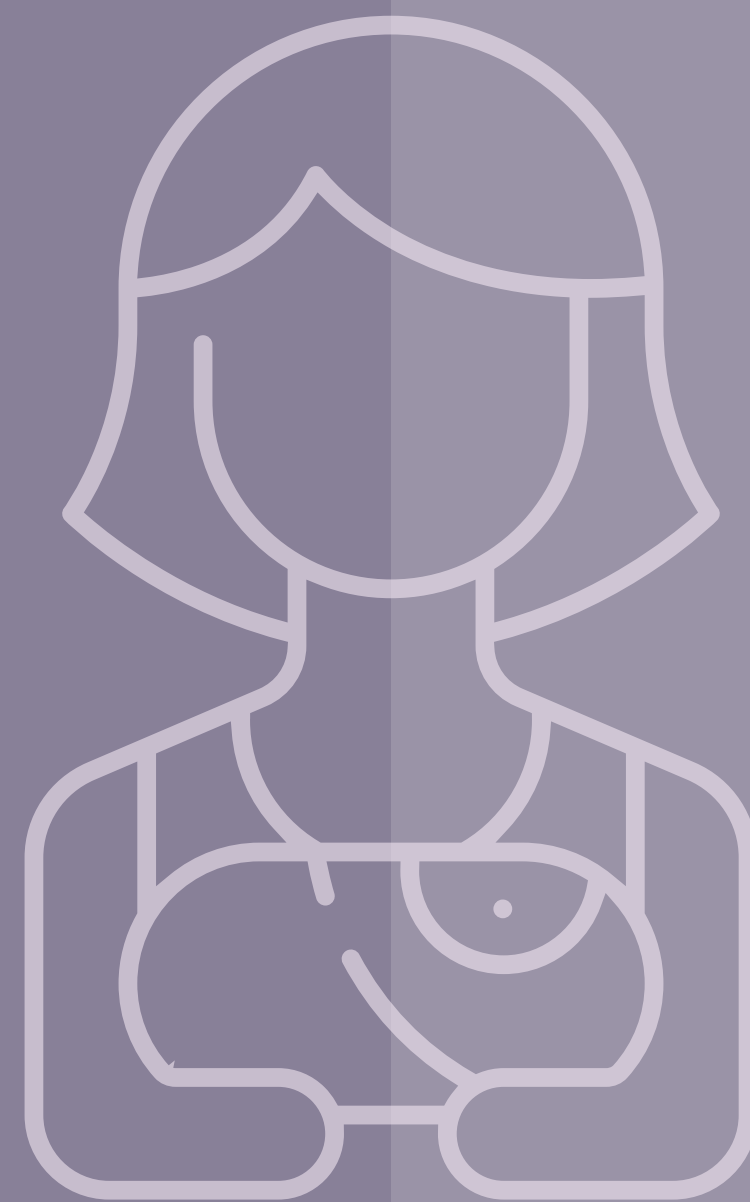
Helen Ramos, do "Hel mother": humor irônico sobre os perrengues da vida de mãe (Diego Bresani/Divulgação)

Mas a conversa sobre maternidade real é algo recente

Cerca de

4 em cada 10

acham que ser mãe é uma tarefa difícil



Só

1 em cada 5

sentem que podem falar publicamente
sobre as dificuldades da maternidade

A maternidade real também é um tema recente na representação das mães na comunicação

Mãe "do lar"
Lugar dona de casa

Mãe "margarina"
Amor incondicional
Lugar da perfeição

"Super" Mães
Reconhecimento
Lugar do sacrifício

Íncio da comunicação
maternidade real

Até anos 70

Anos 80 - anos 2000

Última década

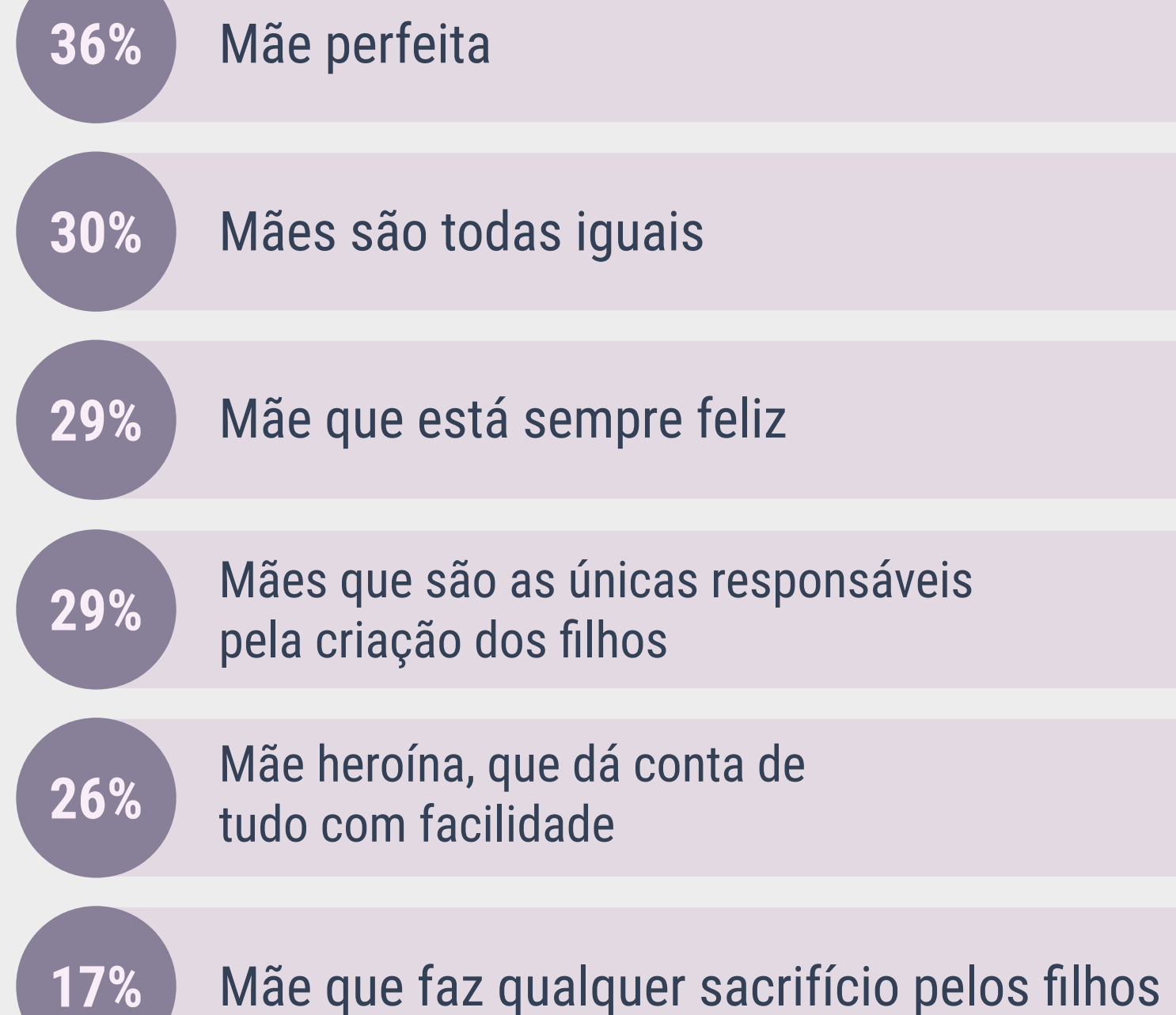
Atual



Elas se sentem pouco representadas

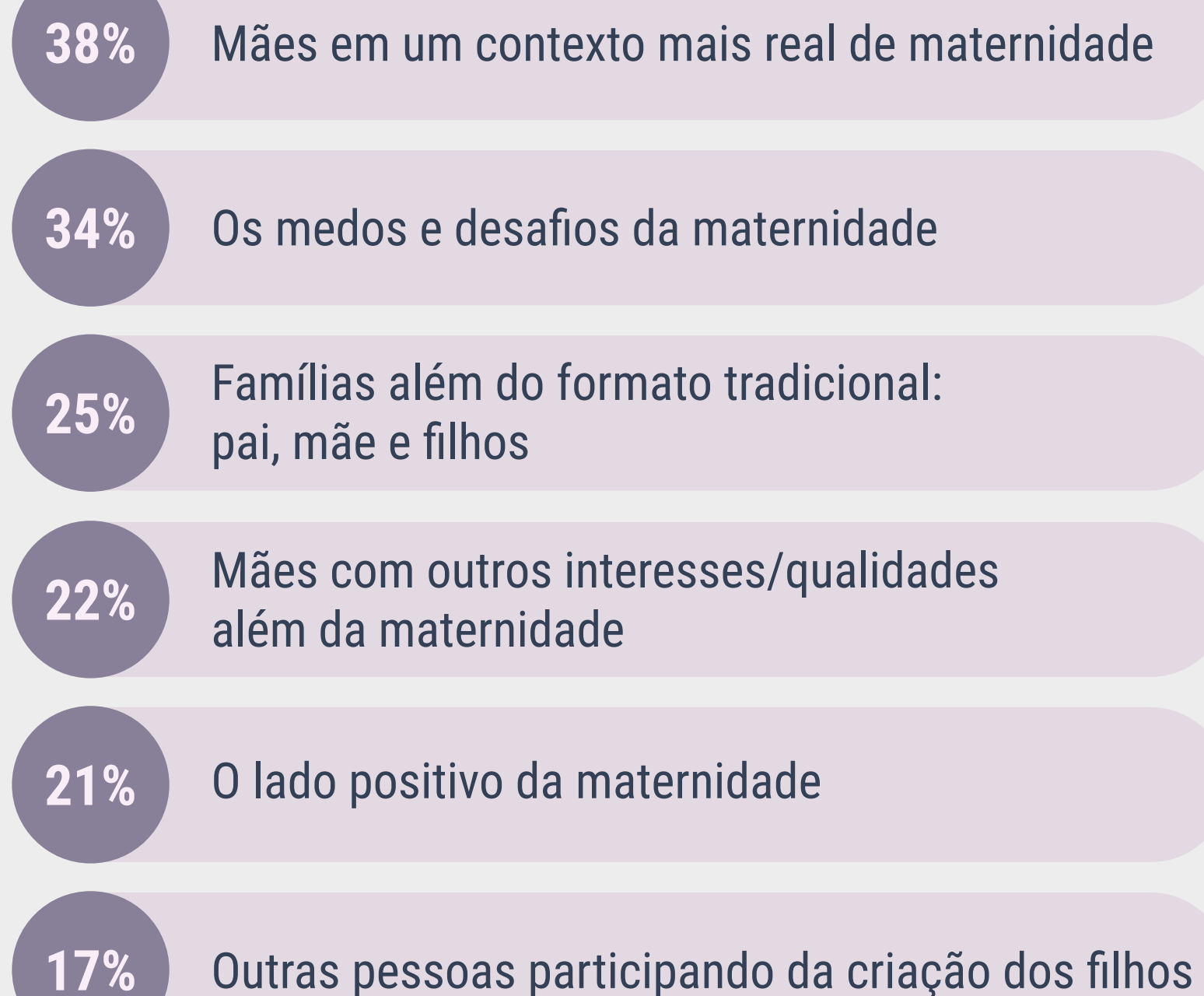
nas propagandas que romantizam a maternidade e ainda alimentam o mito da mãe perfeita, da super heroína.

Quais características não te representam nas propagandas?



Elas querem uma representação menos idealizada, mais verdadeira e mais inclusiva.

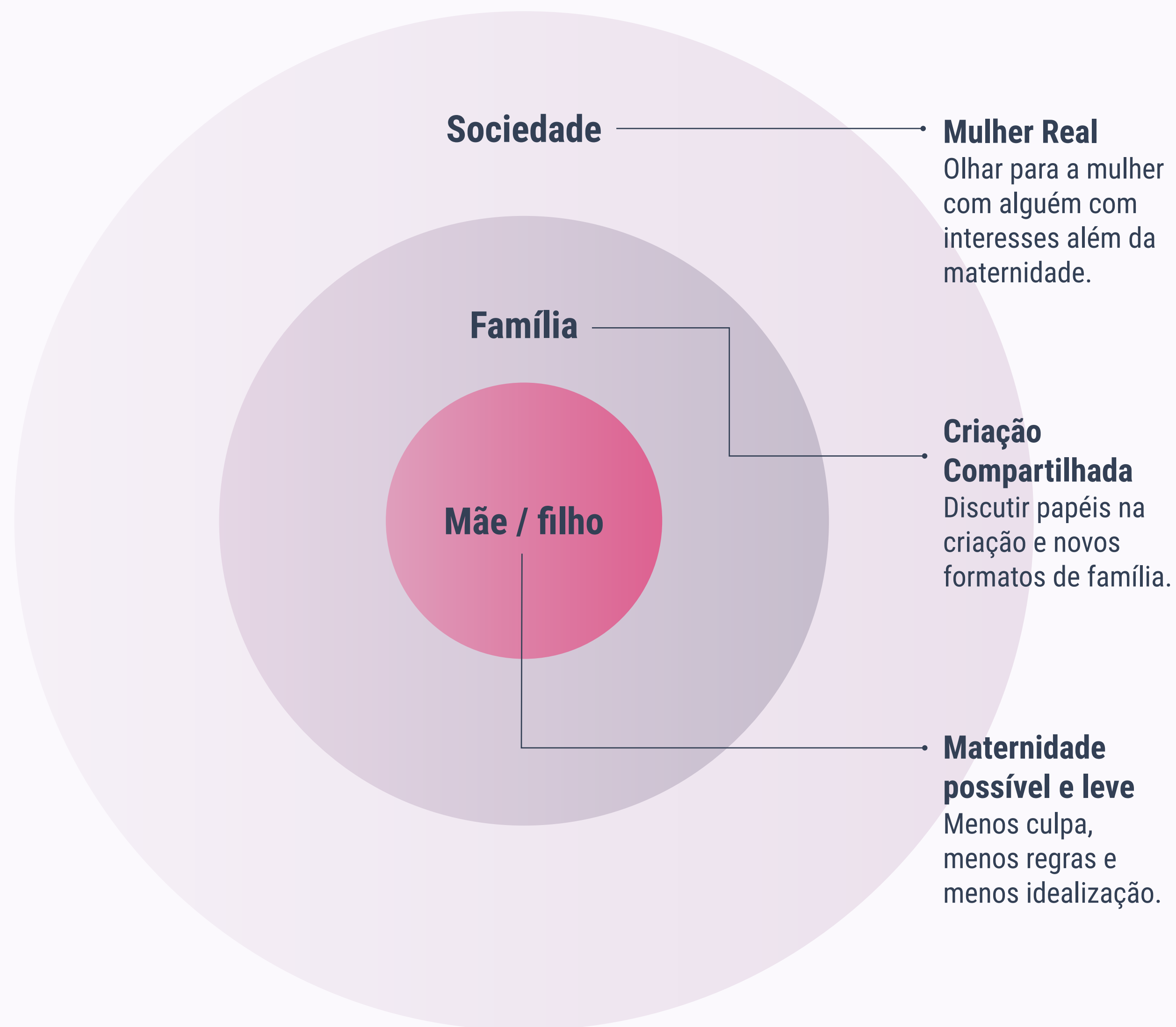
Que características/aspectos sobre as mães e a maternidade você gostaria de ver retratadas nas propagandas?



Inspiração

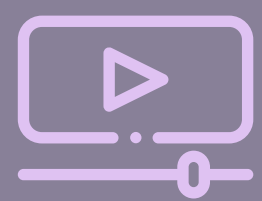
Como evoluir essa representação e construir uma comunicação que se conecta com as mães?

Evoluir essa representação passa por trazer uma relação mais leve das mulheres com a maternidade, com mais verdade, menos culpa e idealizações. E, passa também por entender que a maternidade real tem outras camadas além da relação mãe e filho, e inclui discussões sobre as relações e responsabilidades familiares e o entendimento que, antes de mais nada, as mães são mulheres com outros papéis na sociedade e outros interesses.



Referências



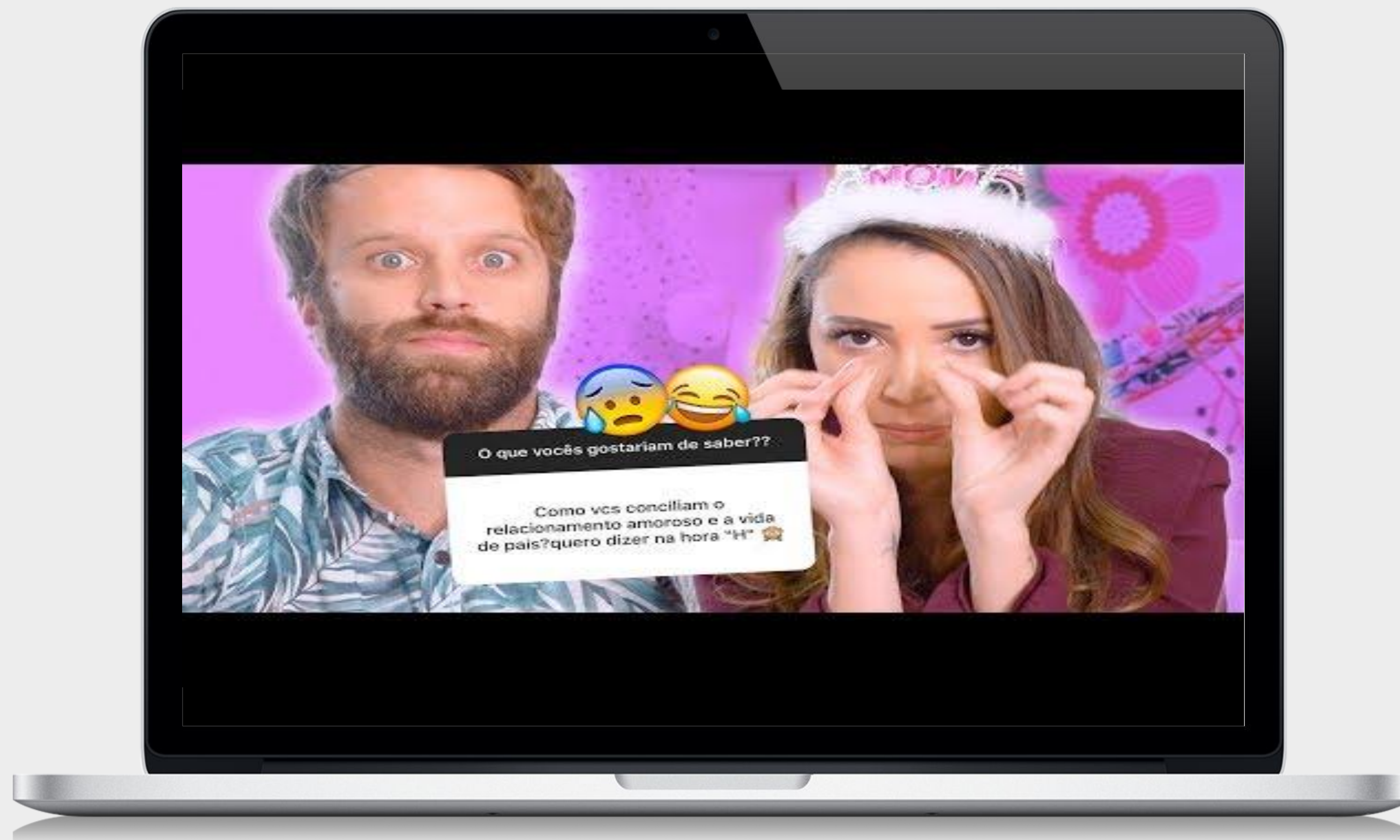
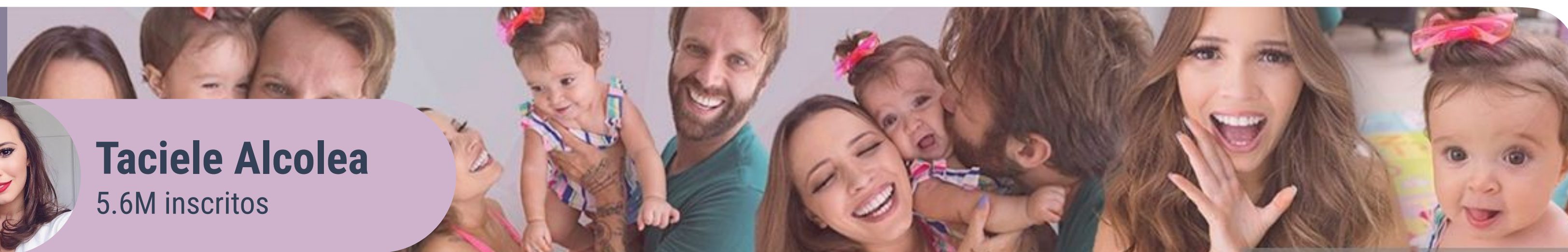


Inspiração Creator

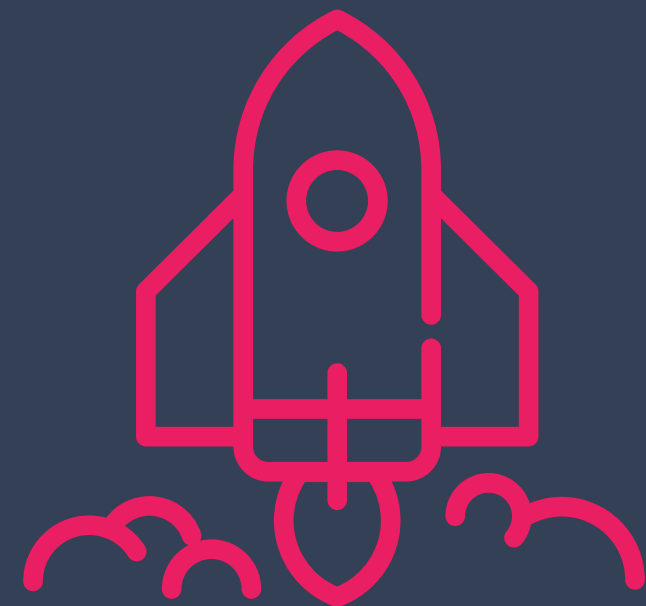
Mães reais com uma conversa aberta, autêntica e verdadeira sobre a maternidade



Taciele Alcolea
5.6M inscritos



O P O R T U N I D A D E



O espaço é enorme para os varejistas se apropriarem da data com uma comunicação capaz de romper o ruído publicitário, se conectar verdadeiramente com as mães e construir marca.

#2

Dia das mães, não é mais dia da casa - demanda além de eletros



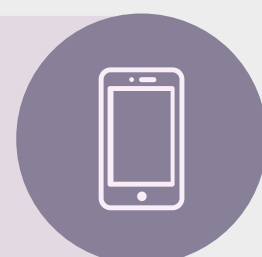
Thaiz Leão -mãe solo

Para o e-commerce dia das mães continua sendo uma data para venda de eletros

Categorias de produtos mais vendidos on-line para presentear no Dia das Mães em 2018:

01

Celular e Smartphone



02

Perfume



03

Tv



04

Livros



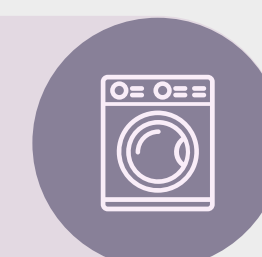
05

Fogão



06

Máquina de Lavar Roupas



07

Geladeira / Refrigerador



08

Notebook



09

Tênis



10

Cafeteira

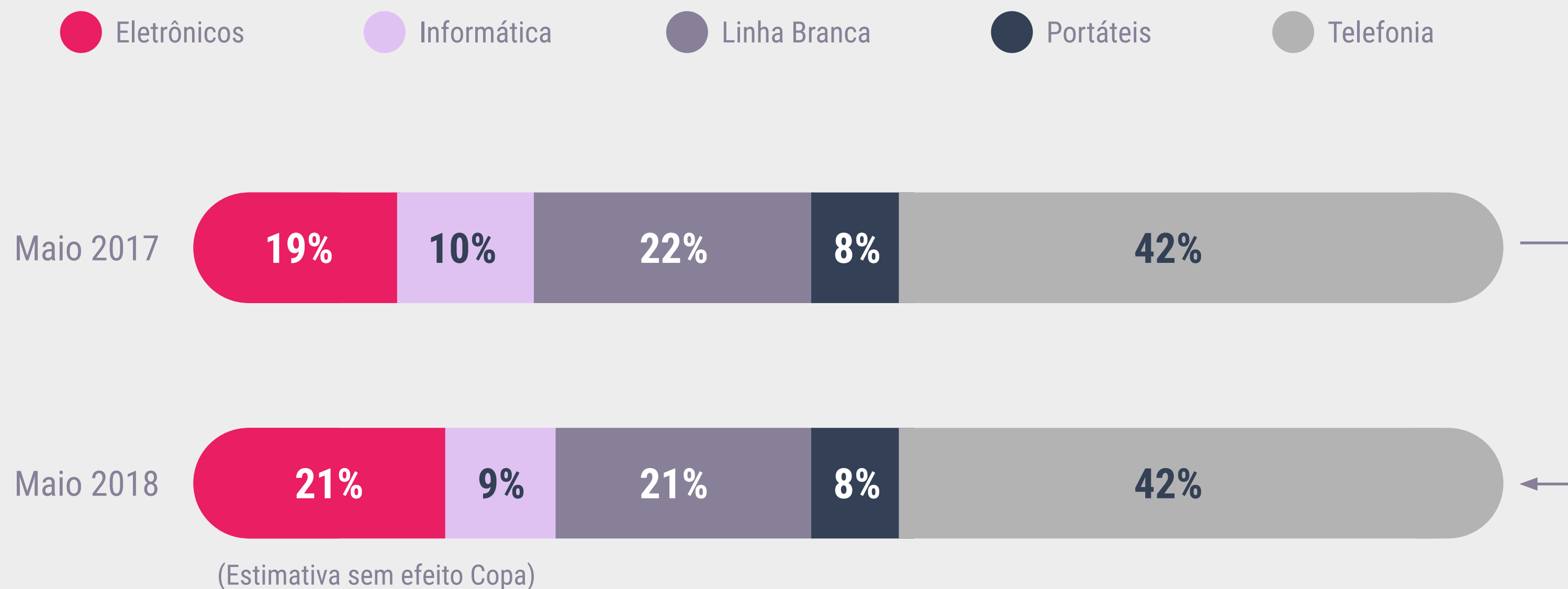


7 dos top 10 produtos mais vendidos pela internet eram eletrônicos, eletrodomésticos e eletroportáteis.

Celular é a nova bateadeira

A cesta de eletros vem se modificando. O celular ganhou protagonismo e já representa quase metade das vendas de eletros.

Faturamento eletros no dias das mães (vendidos on e off-line)



Sim, elas querem celulares, mas a demanda vai além e prioriza itens de uso pessoal

Do lado das mães

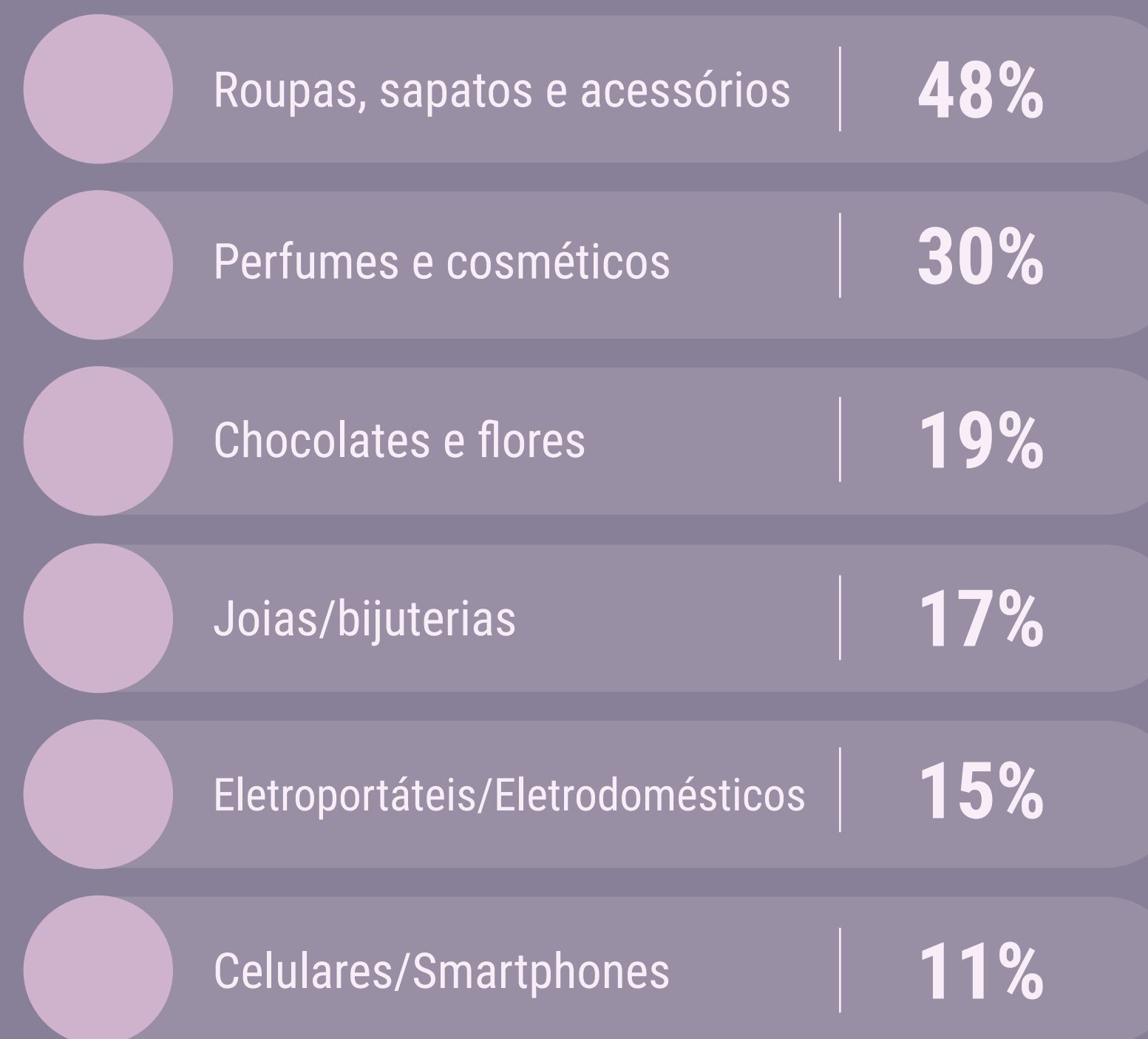
Quais presentes você gostaria de ganhar no próximo dia das mães?



viagem (<1%)
spa (<1%)
ferramentas (<1%)
livros (<1%)
passeio de balão (<1%)

Do lado dos filhos

O que você pretende comprar de presente de dia das mães esse ano?

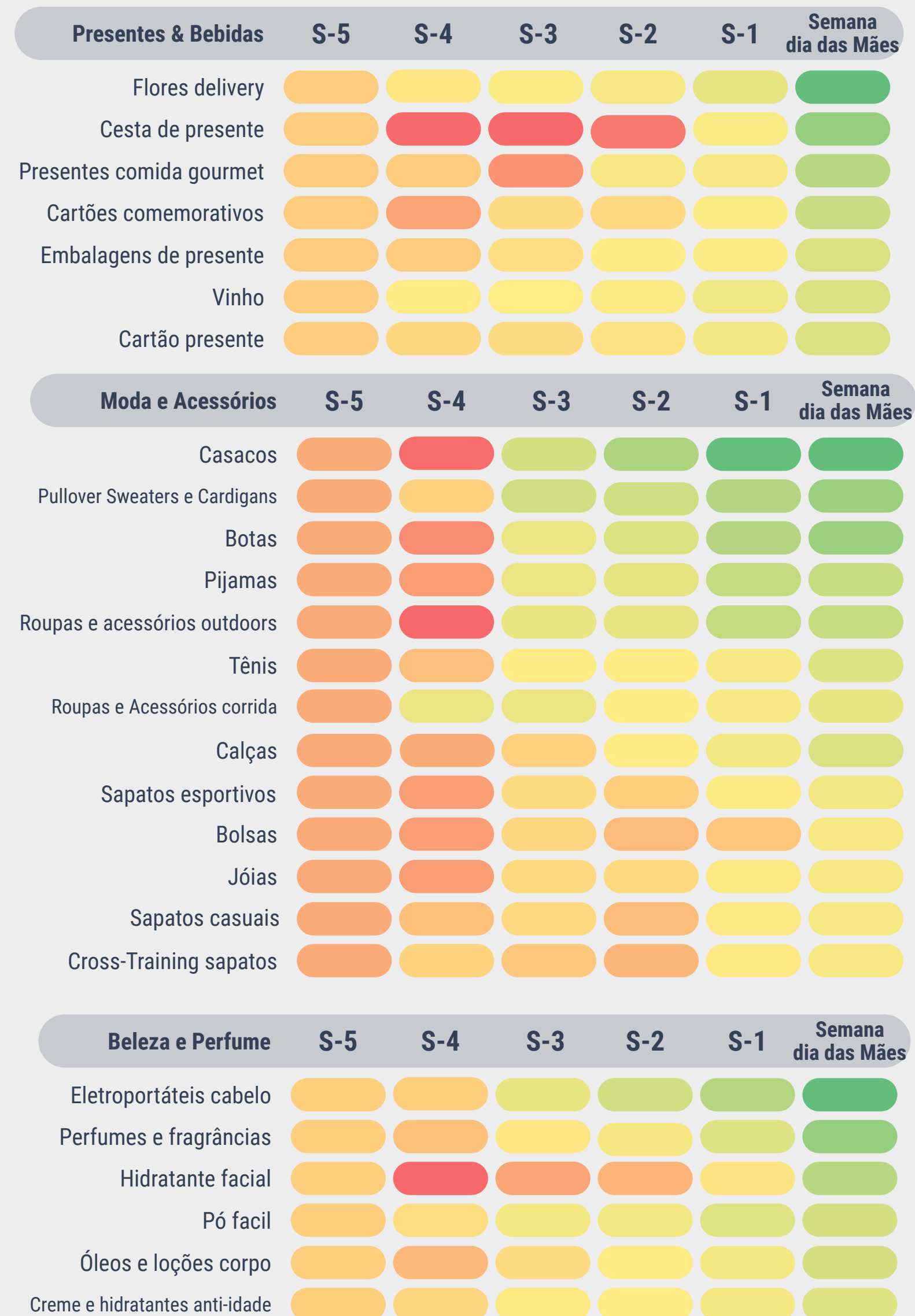


viagem (<1%)
materiais manuais (<1%)

Esse interesse por múltiplas categorias se reflete nas buscas

Semana	S-5	S-4	S-3	S-2	S-1	Semana dia das Mães
Presentes	100	97	101	101	106	132
Eletrportáteis	100	99	104	105	113	122
Calçados	100	98	104	104	110	116
Utilidades Domésticas	100	99	103	103	109	113
TV	100	100	104	104	106	109
Vestuário Esportivo	100	100	104	104	108	109
Roupas	100	98	105	106	109	109
Malas e Acessórios	100	98	102	99	101	108
Eletrdomésticos	100	98	100	100	105	107
Cameba	100	97	106	105	109	107
Bebida Alcoólica	100	102	104	106	107	106
Celulares e Smartphones	100	98	99	98	99	105
Beleza e Perfumaria	100	98	101	102	101	103

E a cauda é longa e movida por novidades



Trending Abr 2018



voiturette pinot noir



Calça pantacourt



Egeo

Trending Fev 2019



gik blue



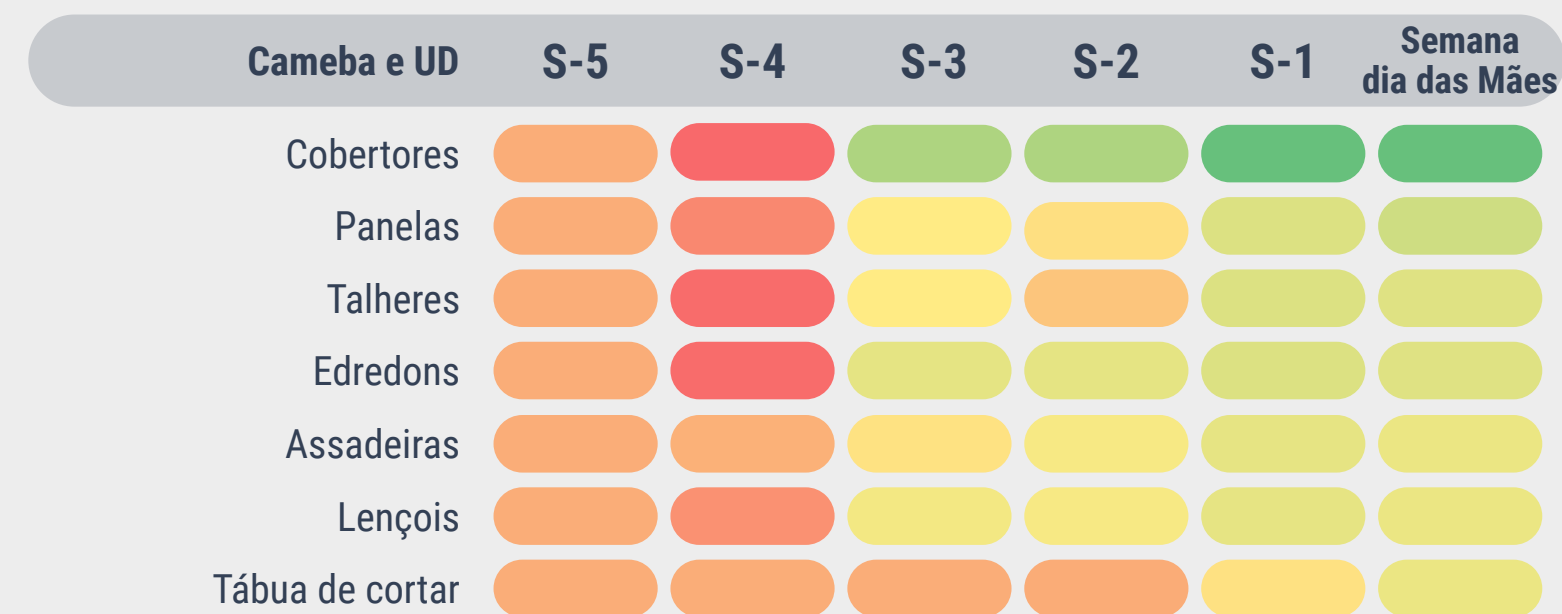
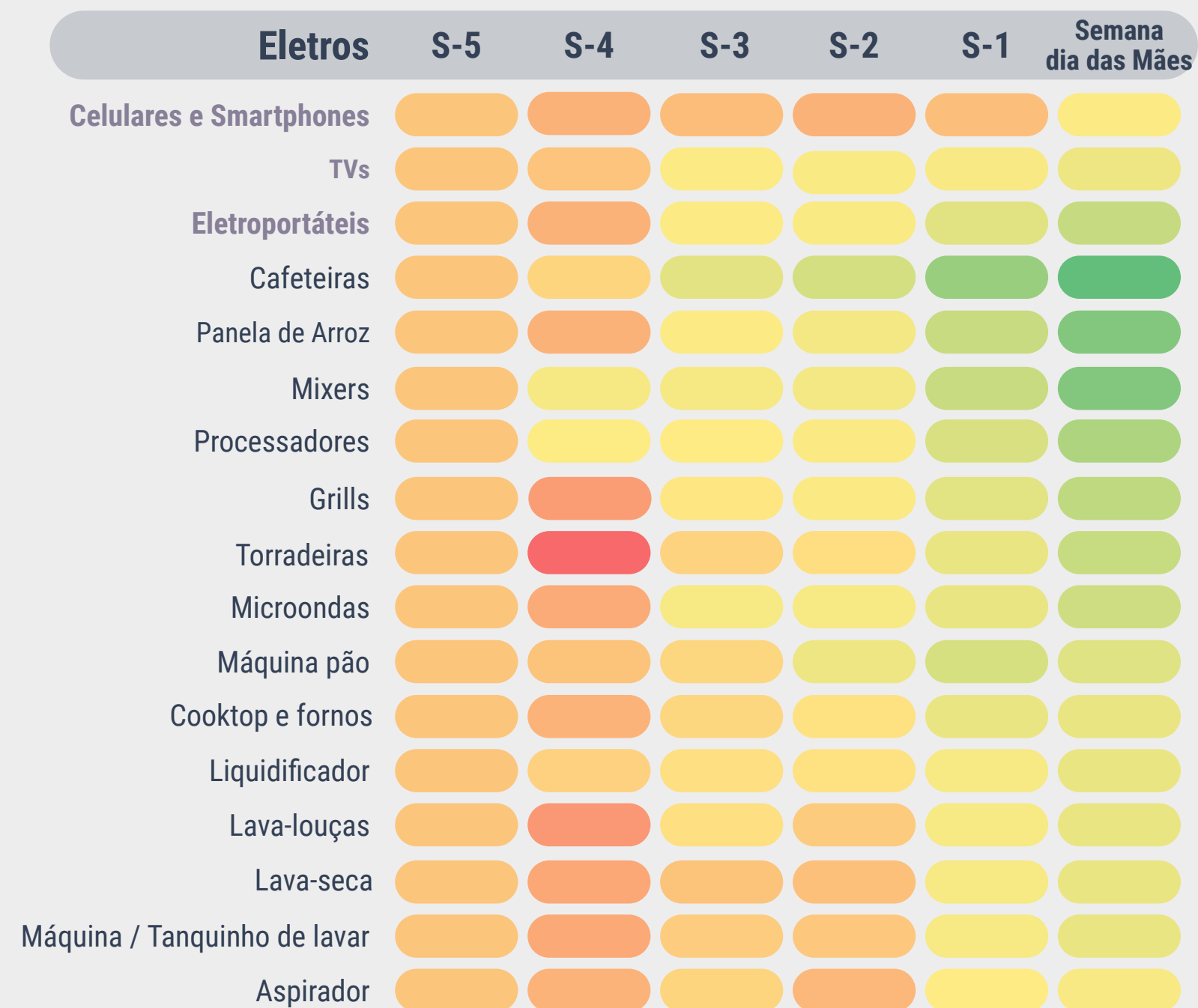
Calça jogger



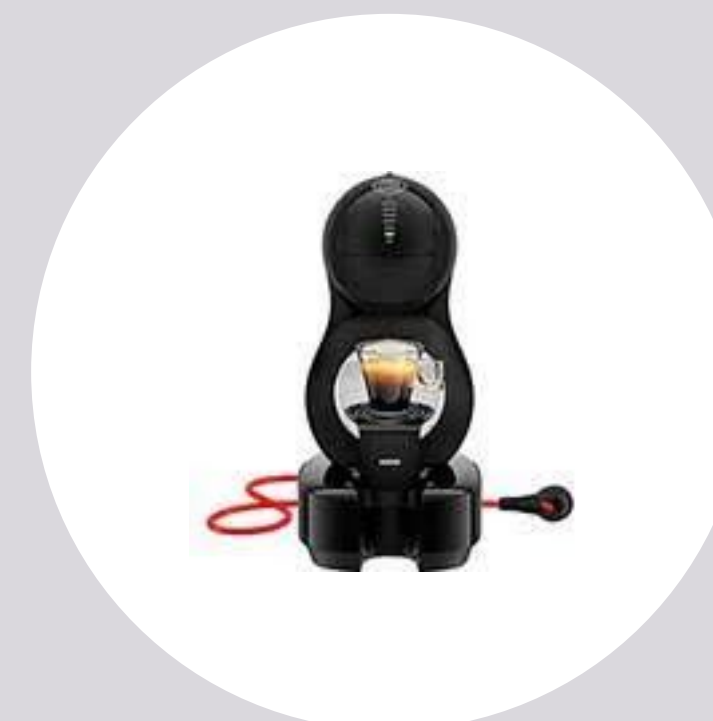
Boticário DeLeite 

Fonte: Dados Internos do Google (2016 a 2018)

E a cauda é longa e movida por novidades



Trending Abr 2018



dolce gusto lumio

Trending Fev 2019



dolce gusto infinissima



frigideira alta
28 cm fontignac



panela de pressão
rochedo clipso

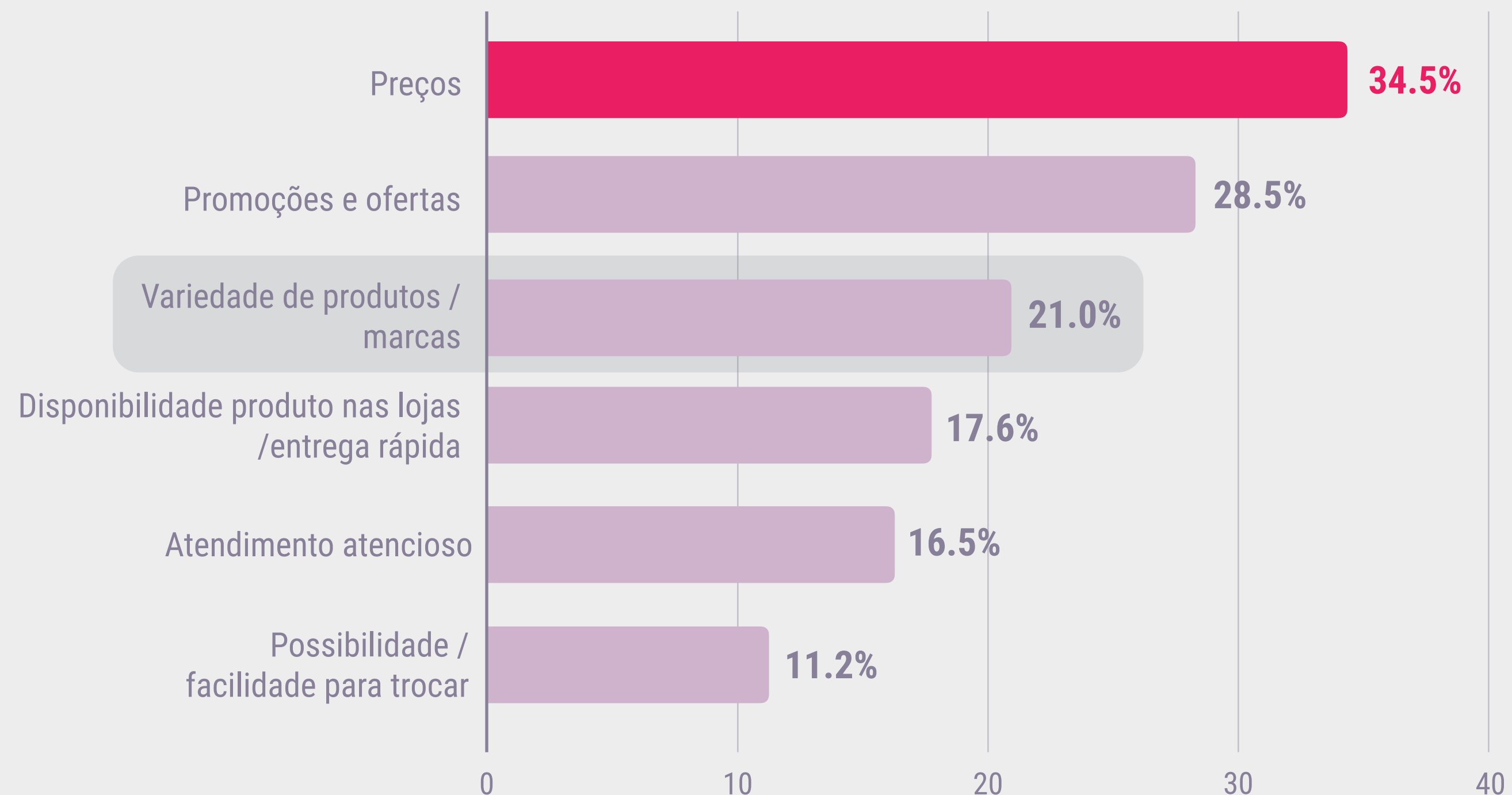
Fonte: Dados Internos do Google (2016 a 2018)

Google

Sortimento variado é chave para escolha do varejista

Variedade ocupa o 3º Lugar no ranking do critérios de escolha do varejista. Só perde para preço e promoções.

O que você leva em consideração na hora de escolher o local de comprar presente de dia das mães?



Inspiração

Marks Spencer

Destaque para categorias longtail especialmente selecionada para o dia das mães como cartões, chocolates, champagne, etc. Além do incentivo extra, como cupons de desconto para pedidos antecipados de flores.



Beautiful blooms

[Shop flowers](#)



Bedtime style

[Shop nightwear](#)



Pamper time

[Shop beauty gifts](#)



Sweet treats

[Shop hampers](#)



Those little extras

[Shop accessories](#)



Her favourite scents

[Shop perfume](#)



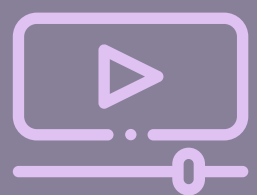
Written with love

[Shop Mother's Day cards](#)



Pop open the bubbly

[Shop champagne](#)



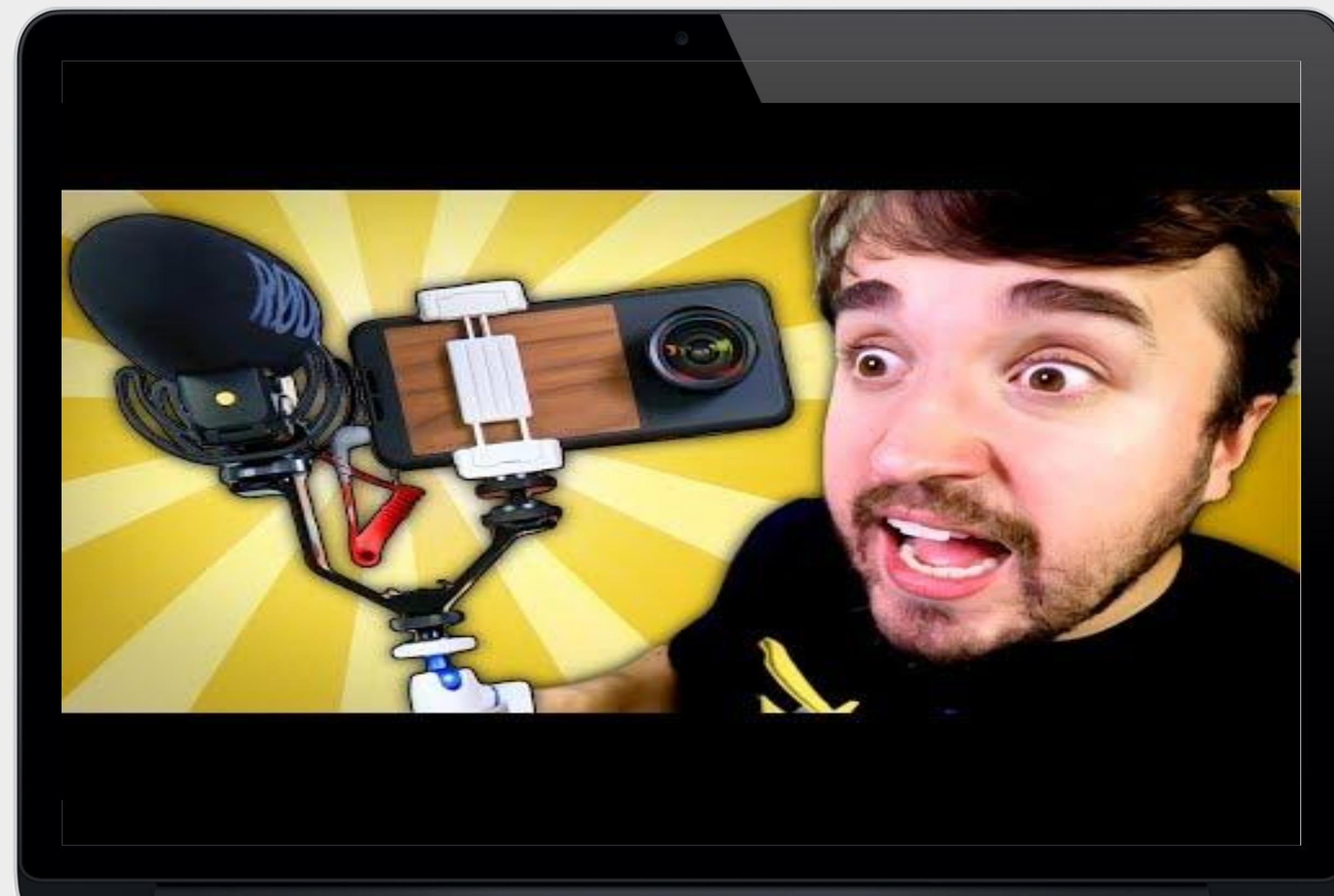
Inspiração Creator

Vídeosprodutos
long tail

Creators podem ser uma ótima
forma de promover sortimento
long tail no dia das mães.



Coisa de Nerd
9.3M inscritos



O P O R T U N I D A D E



Demanda além de eletros no dia das mães,
é oportunidade para mostrar amplitude e
profundidade de sortimento e ampliar vendas 3P

INSIGHTS

#3

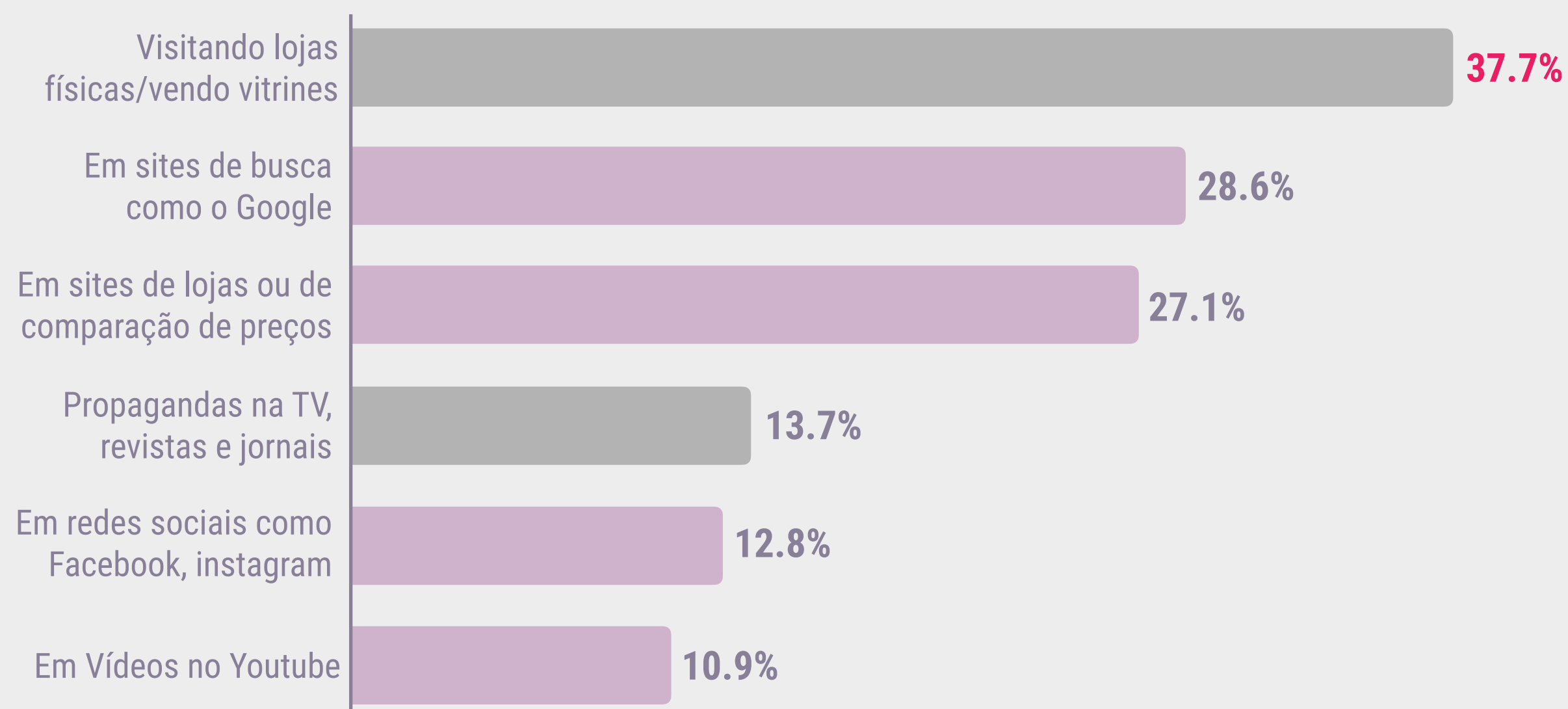
Last Minute Buyers

Quase metade compra os presentes na véspera ou no próprio dia.

O Digital é a grande vitrine dos presentes

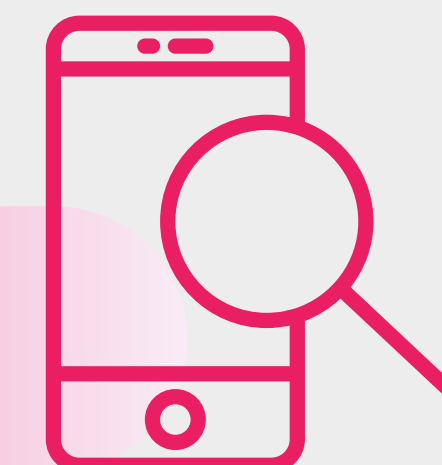
O digital ganha protagonismo como fonte de informação para escolher presentes

Onde você busca **informações** como preço, descrição, avaliações sobre presentes para o dia das mães?



Cerca de

8 em cada 10



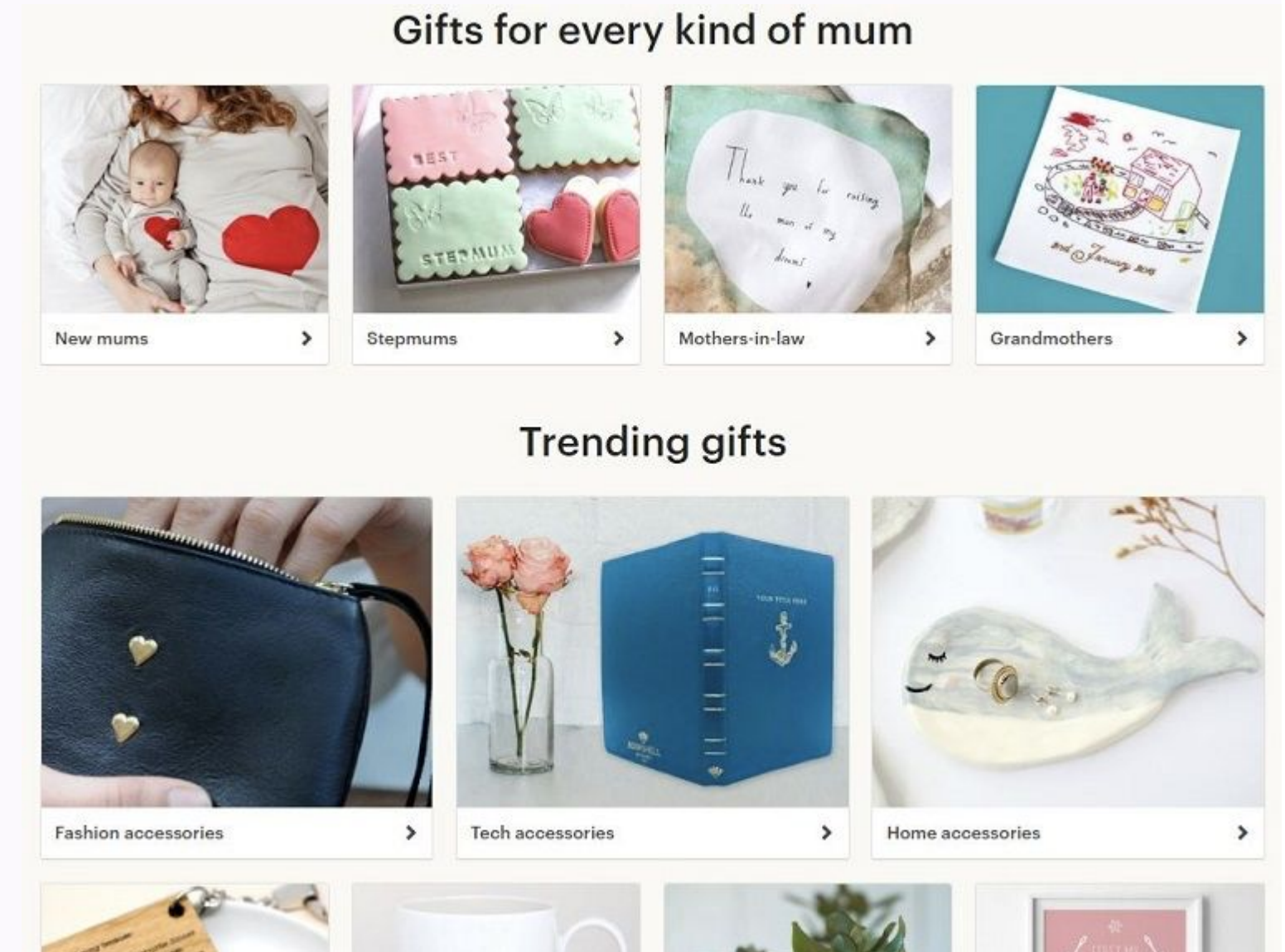
Brasileiros se informam digitalmente para escolher presentes.

(vs. Cerca de 51% que recorrem aos meios offline e às visitas em lojas físicas)

Inspiração

Etsy

Página dedicada a ser fonte de inspiração para ideias de presentes. Sugestões vão além e mostram que todas as figuras maternas devem ser celebradas.



Digital também é fonte de inspiração

Em 2018, as buscas cresceram

+50%

YoY no YouTube

por presentes
para o dia das mães

Fonte: Google Dados Internos (2018)

Presente para mãe



Presente criativo para mãe



O que dar de presente para mãe



Dicas de presente para mãe



Presentes baratos para o dia das mães

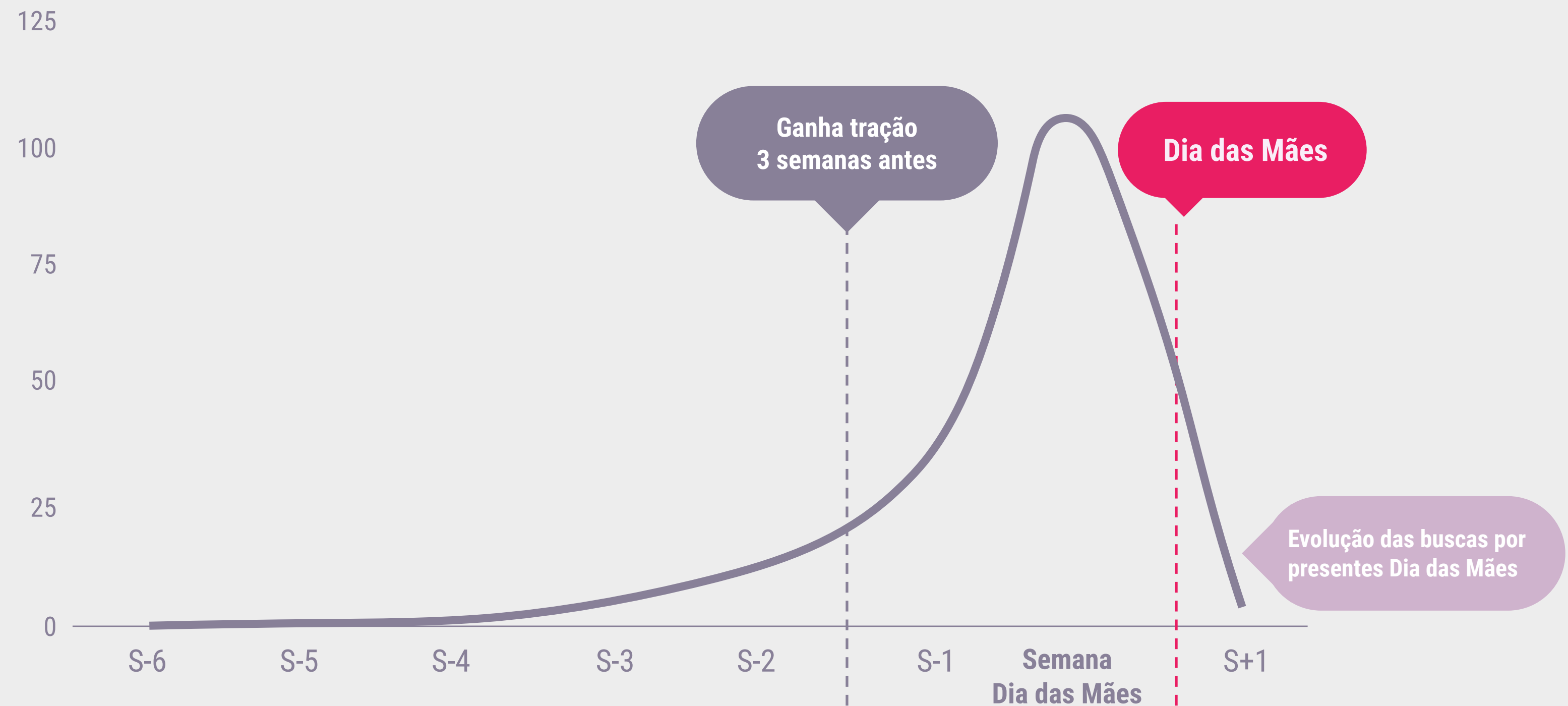


Opção de presente dia das mães



Google

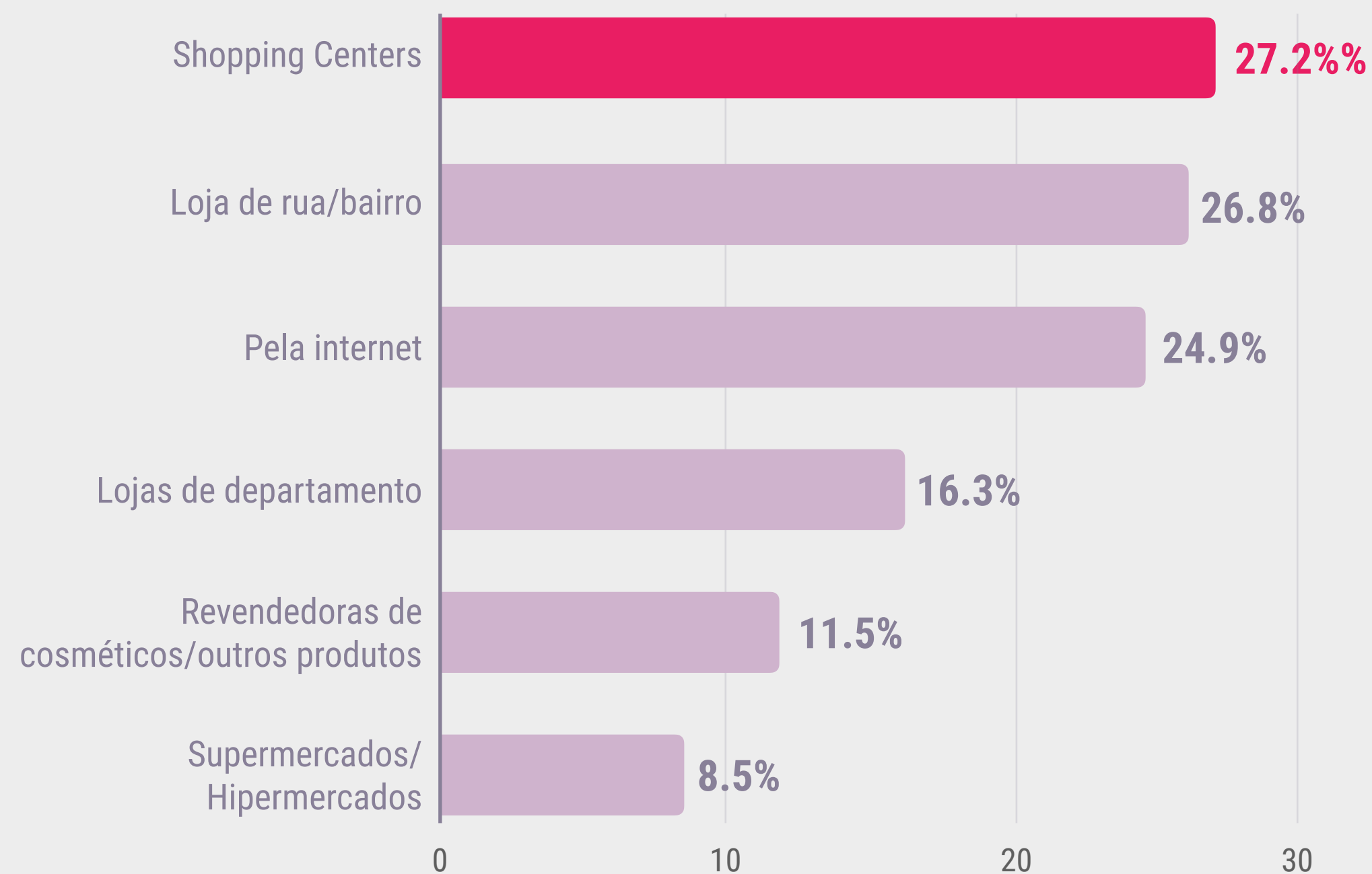
As buscas começam a aquecer 1 mês antes, ganham maior tração 3 semanas antes e têm seu pico na semana que antecede o dia.



O digital também vem ganhando força como canal de vendas.

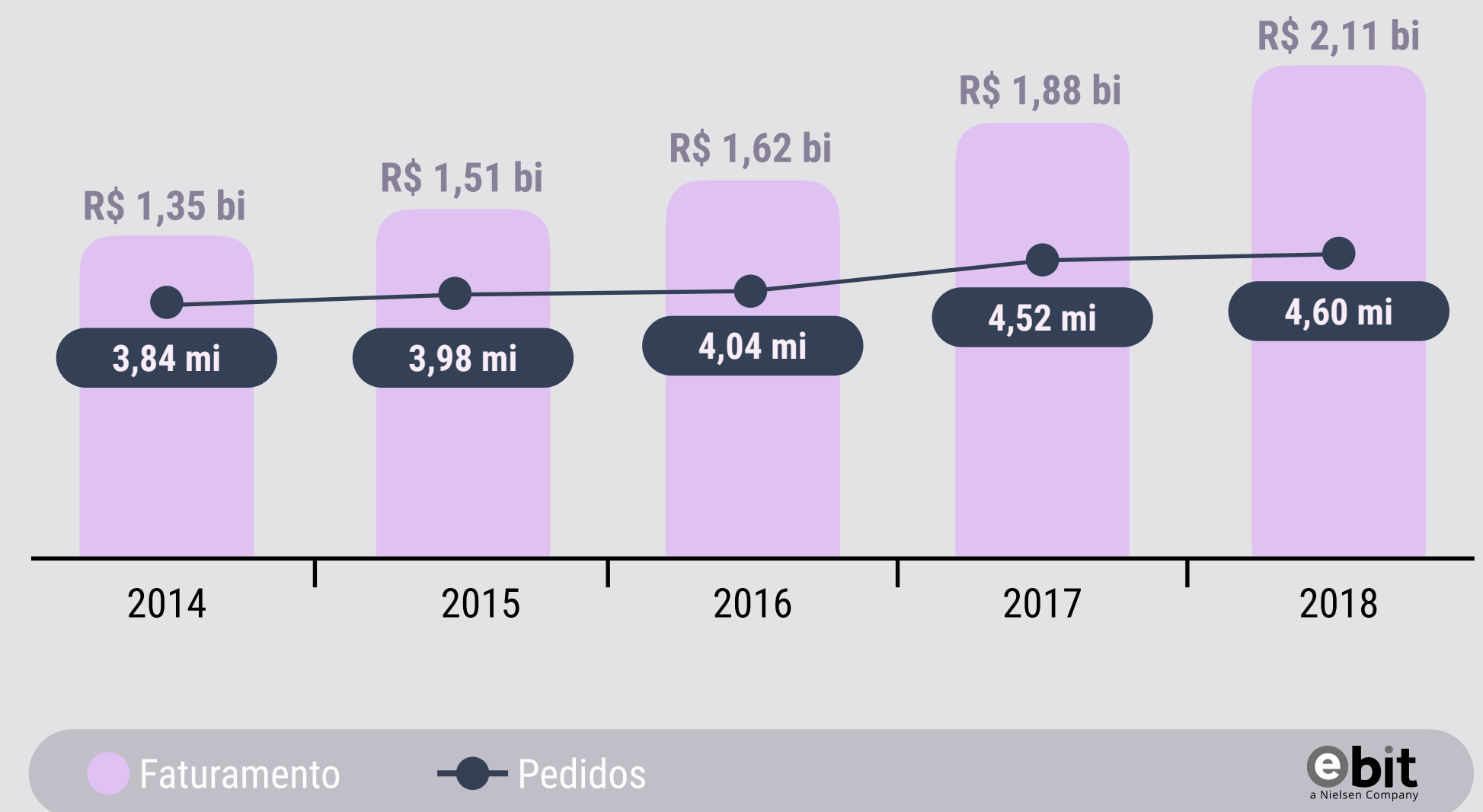
25% dos brasileiros já declaram que compram seus presentes pela internet.

Onde você costuma comprar presente de Dia das Mães?



Ranking de faturamento e pedido no Dia das Mães

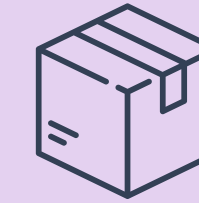
Evolução Resultado E-Commerce Dia das Mães



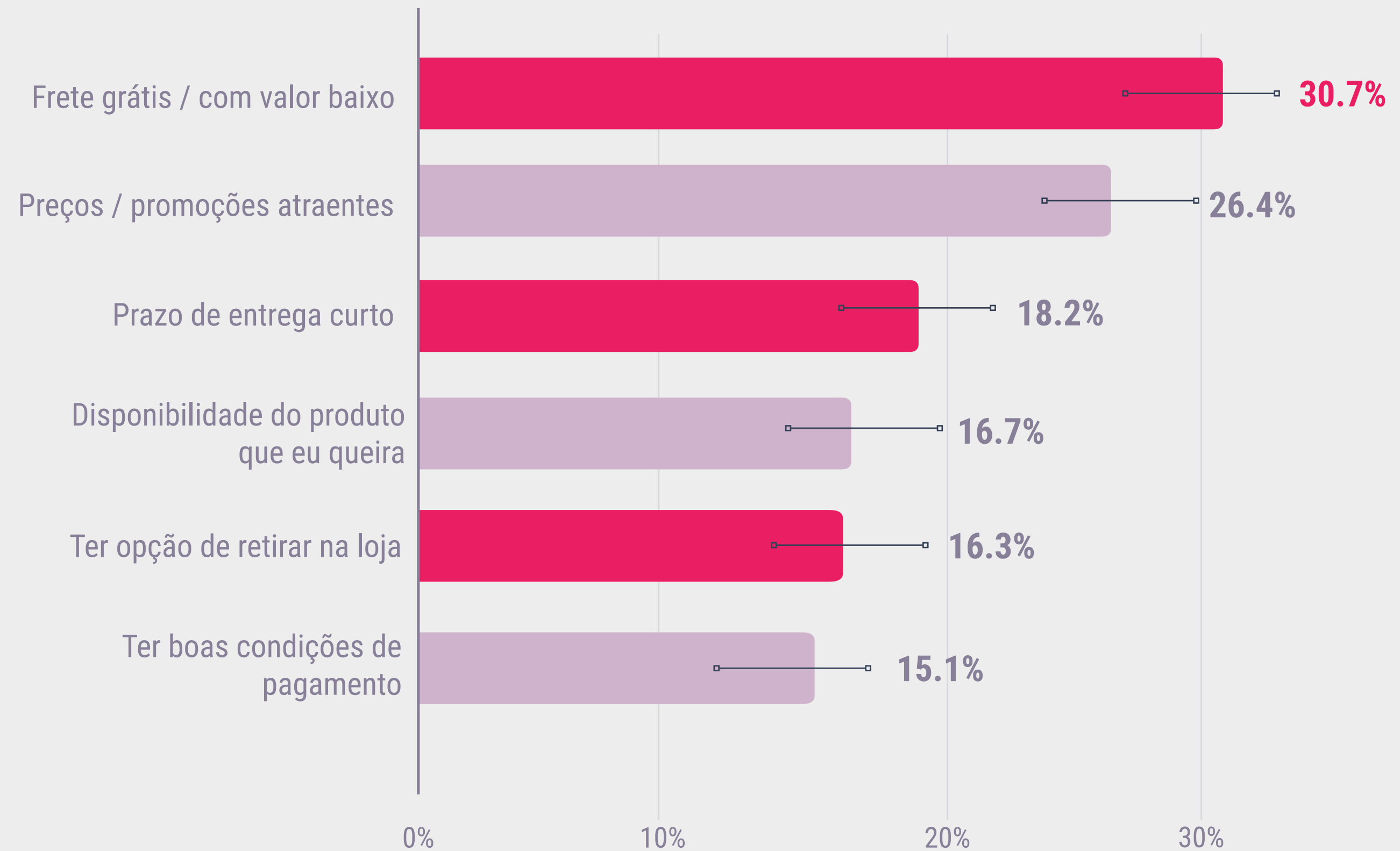
Fonte: Google Survey, 500 Respondentes em Fevereiro de 2019 e Ebit.

Frete e prazo de entrega mais competitivos, assim como a opção de retirar na loja podem ajudar aumentar ainda mais o share do e-commerce nas vendas

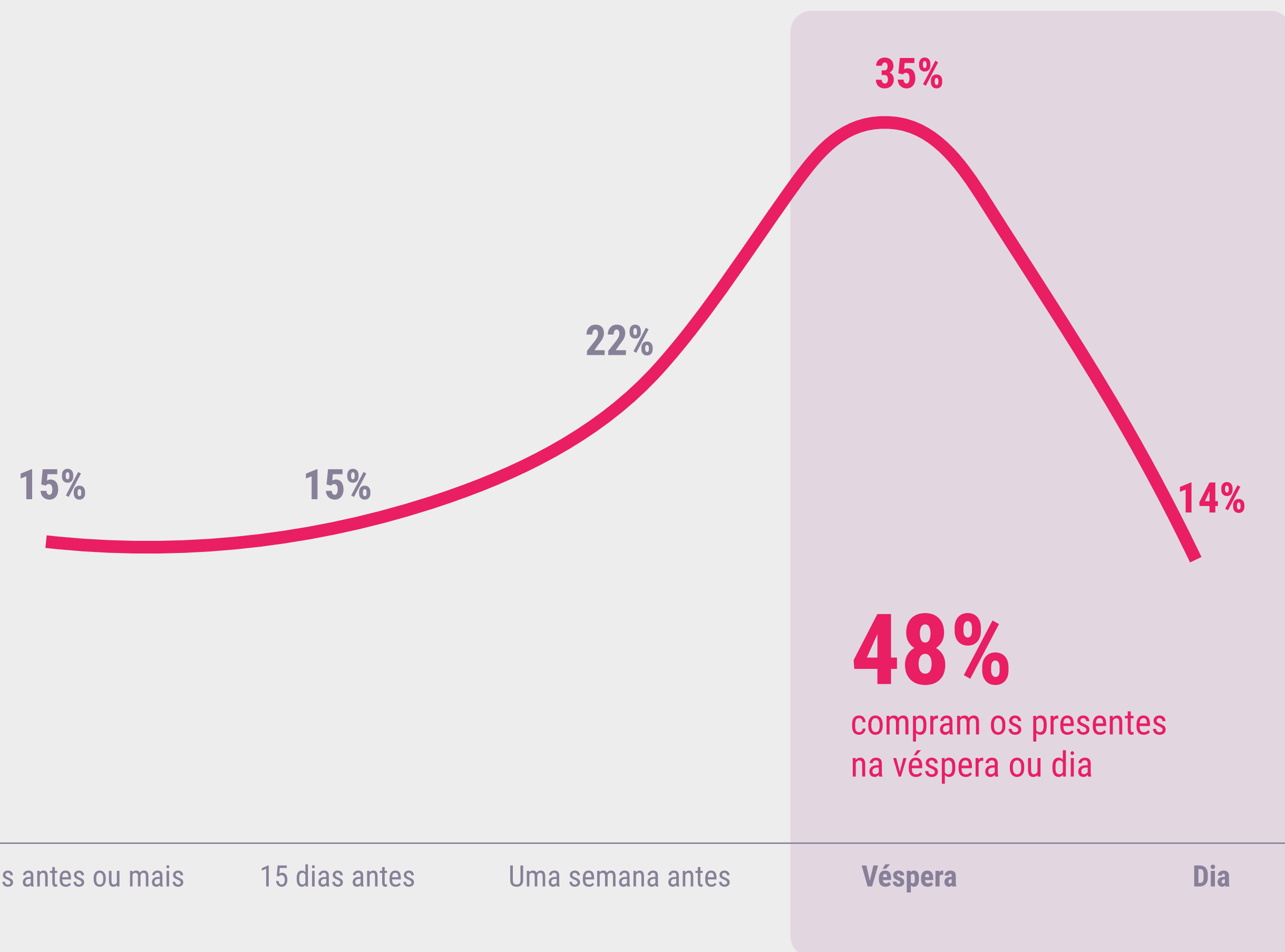
O que te motivaria comprar os presentes do dia das mães pela internet?



65% seriam motivados a comprar o presente online se tivessem novas ofertas na logística.

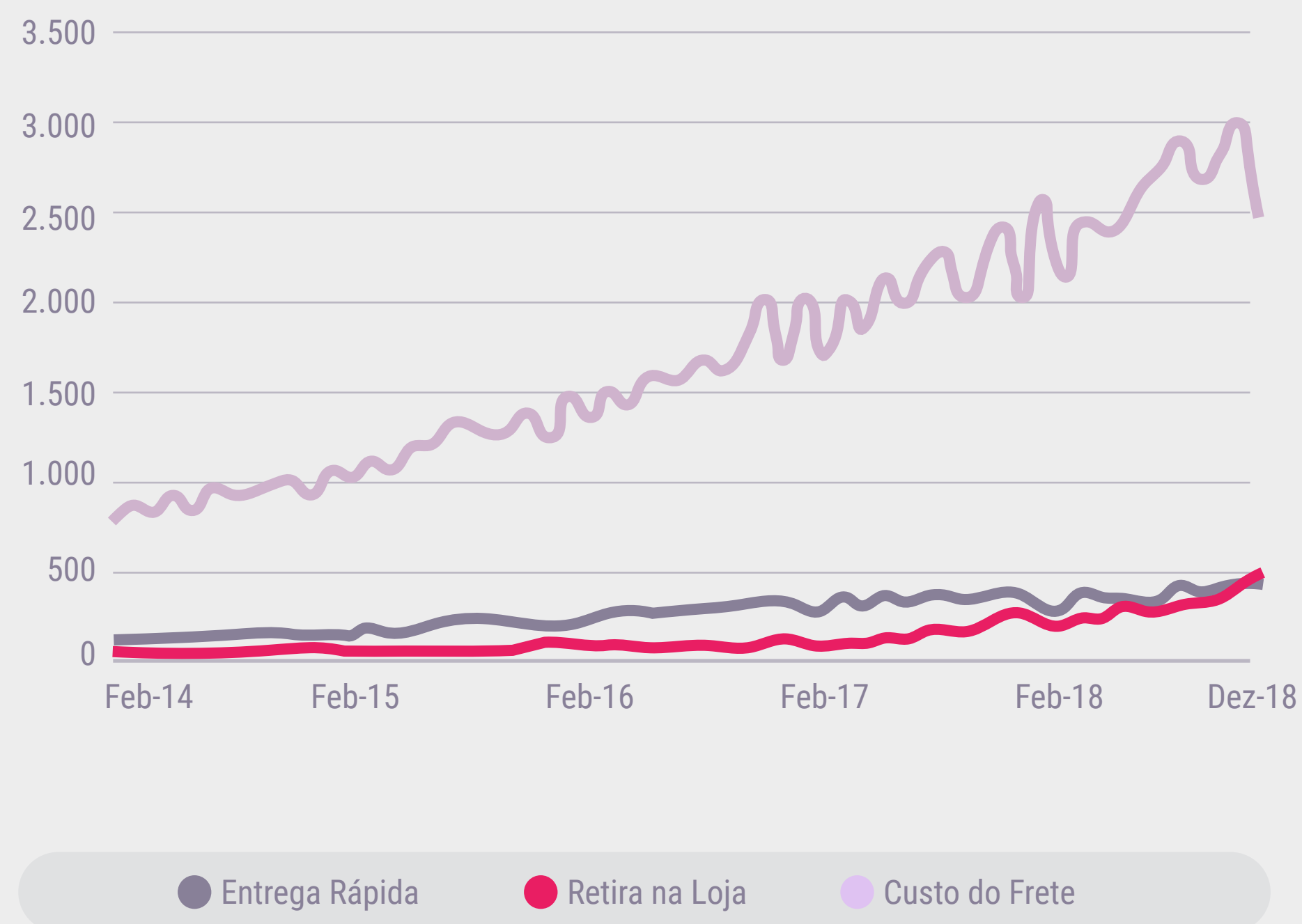


A logística é uma parte sensível porque há uma parcela expressiva de compradores que o canal digital não consegue atender: **os compradores de última hora**



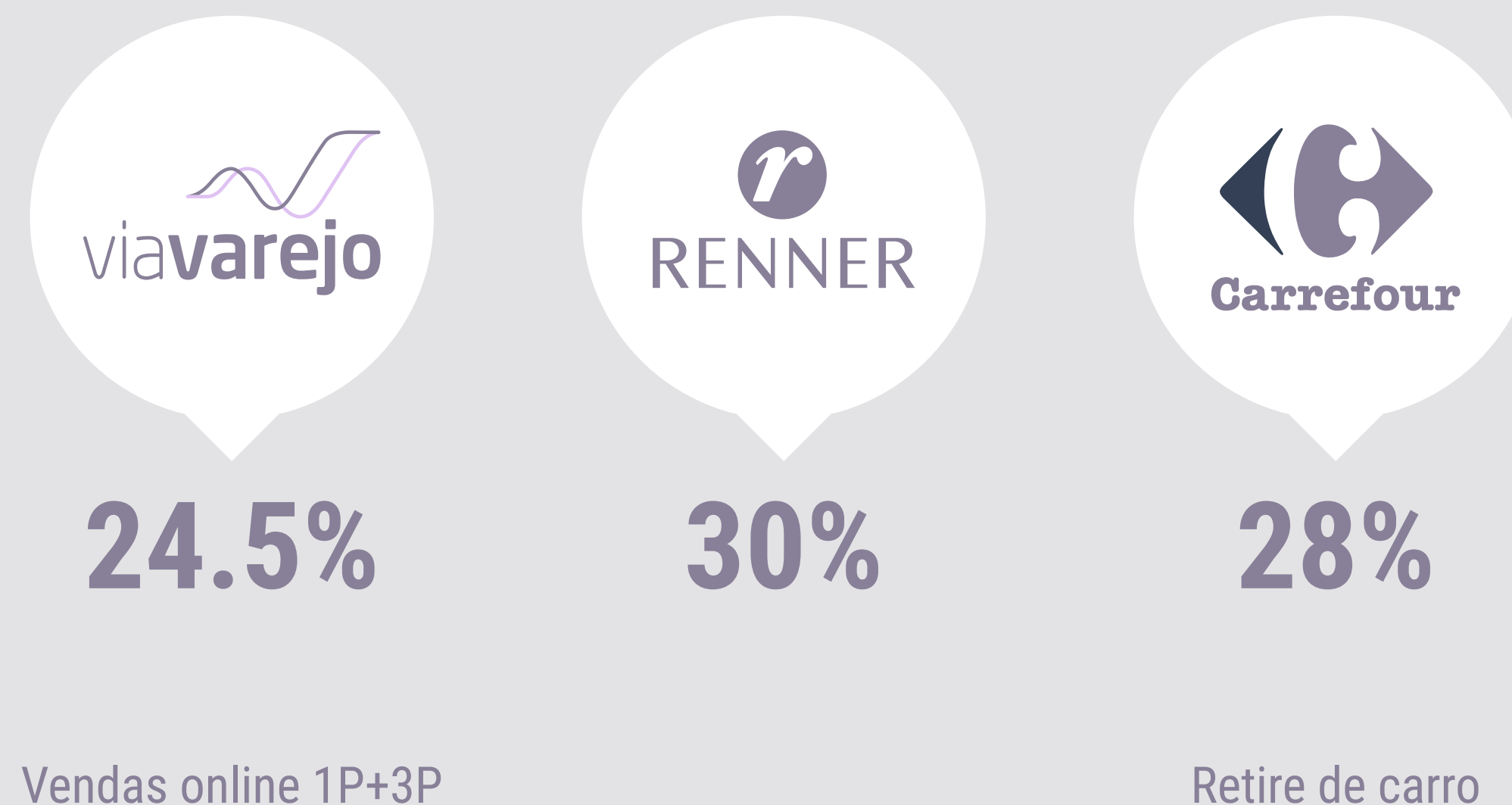
Para esses que não conseguimos capturar antecipadamente, a oferta de clique em retire na loja é essencial

Buscas por Entrega Rápida x Retira na Loja



Fonte: Google Survey (fev / 2018)

Participação de Clique e Retire das Vendas Online (4q18)



Fonte: Relatórios Financeiros e calls com investidores

Google

Assim como direcionar a demanda para a loja física

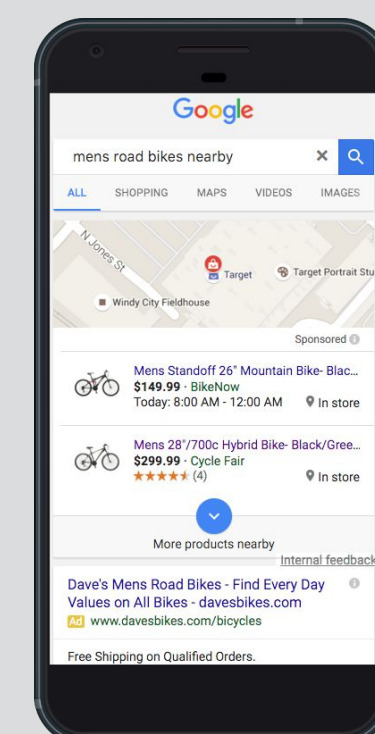
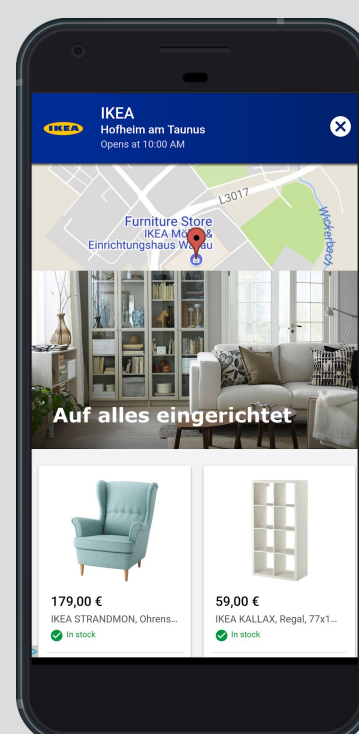
Auxiliar o cliente de
“última hora” através das
soluções O2O do Google



Google my Business

Mantenha sua conta atualizada, com os horários especiais para o dia das mães ajustados com pelo menos 24h de antecedência.

Certifique-se de que todos os novos pontos estejam registrados e os antigos, removidos. Com fotos da fachada e interior atuais Mantenha o painel de perguntas e comentários sempre respondido.



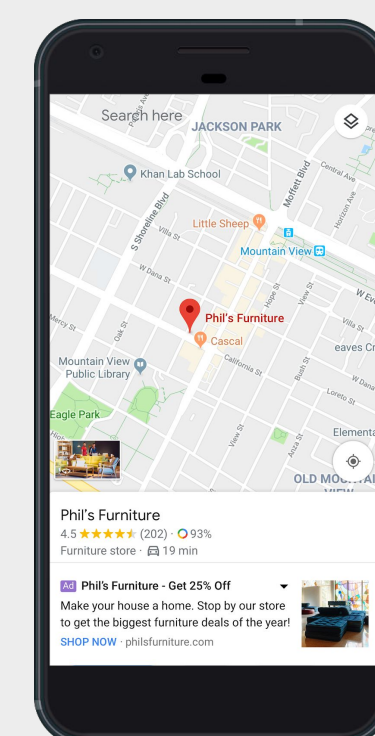
Local Inventory Ads

Garanta que seus feeds estão ativos para todos seus produtos e lojas. Aumente os bids próximo de suas lojas e mobile para o dia das mães.

Local catalog Ads

Leve seu inventário local para o Display - Crie listas de produtos e faça campanhas de LCA na GDN.

Aproveite o máximo do seu feed de LIA ou suba manualmente seu inventário



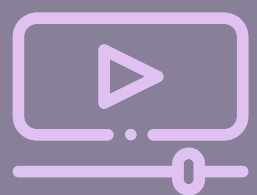
Local Campaign

Crie campanhas otimizadas para gerar visitas em loja, de forma simples e escalável.

Utilize os sinais e inteligência Google para entregar campanhas cross-plataforma inteligentes.

Utilize Local Campaign para garantir presença no dia das mães.





Inspiração Creator

Vídeos
click&collect

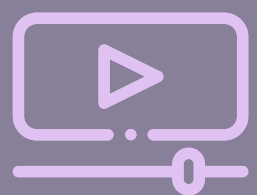
Dicas de creators vão além do que comprar e falam sobre onde comprar mesmo quando o prazo é curto.

SUA
BROTHER
Revia Tinha Vinz

Sua Brother

O QUE SÓ A SUA
ELHOR AMIGA
TE FALAR





Inspiração Creator

Vídeos
especialistas
em verticais

Divulgação de serviços pode ser potencializada na voz de creators conectados às categorias mais vendidas para presentes.



Nina Secrets
3.6M inscritos



www.ninasecrets.com.br

• *Videos toda:*

segunda • terça • quarta • quinta • sexta

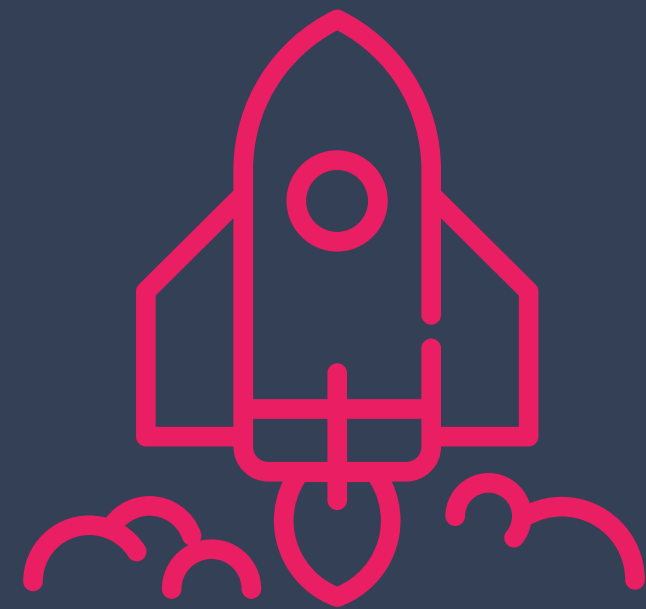
..YOUTUBE ninaviog ..FACEBOOK ninasecrets ..INSTAGRAM ninasecrets ..PINTEREST ninasecrets

18h



Google

O P O R T U N I D A D E



Maximizar vendas dos last minute buyers
com Clique e Retire e estratégia O2O

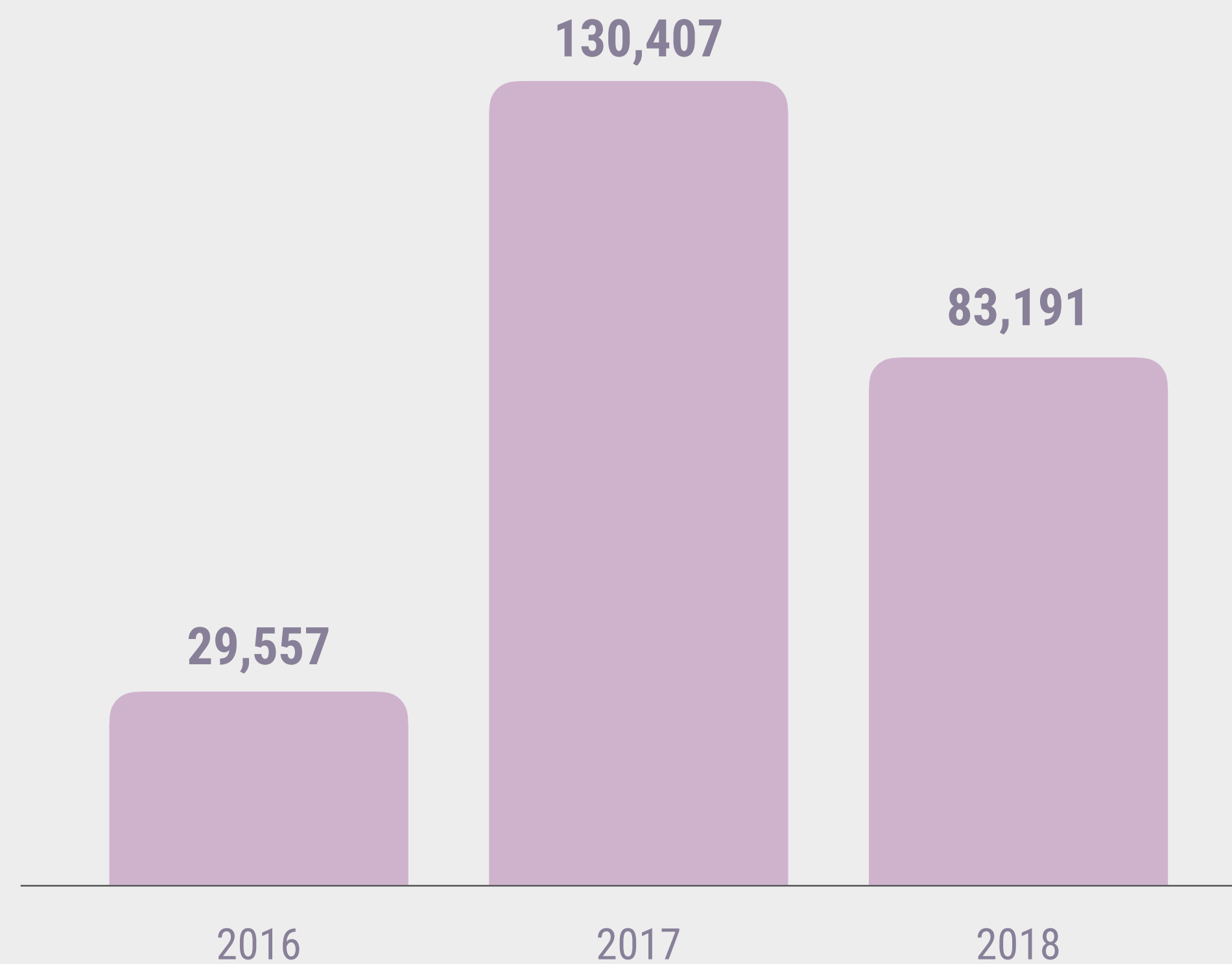
INSIGHTS

#4

Na semana anterior ao dia mães, há um aumento no número de App downloads

Dia das mães é época favorável app downloads

Número de downloads
incrementais na semana que
antecede o dia das mães vs.
média de downloads do
1º semestre



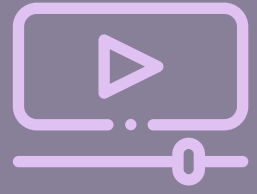
Benefícios exclusivos, promoções e conteúdos incentivam novos downloads

O que te motivaria a baixar um app de um varejista?



Fonte: Google Survey, 500 Respondentes (Mães) em Fevereiro de 2019.

Google



Inspiração Creator

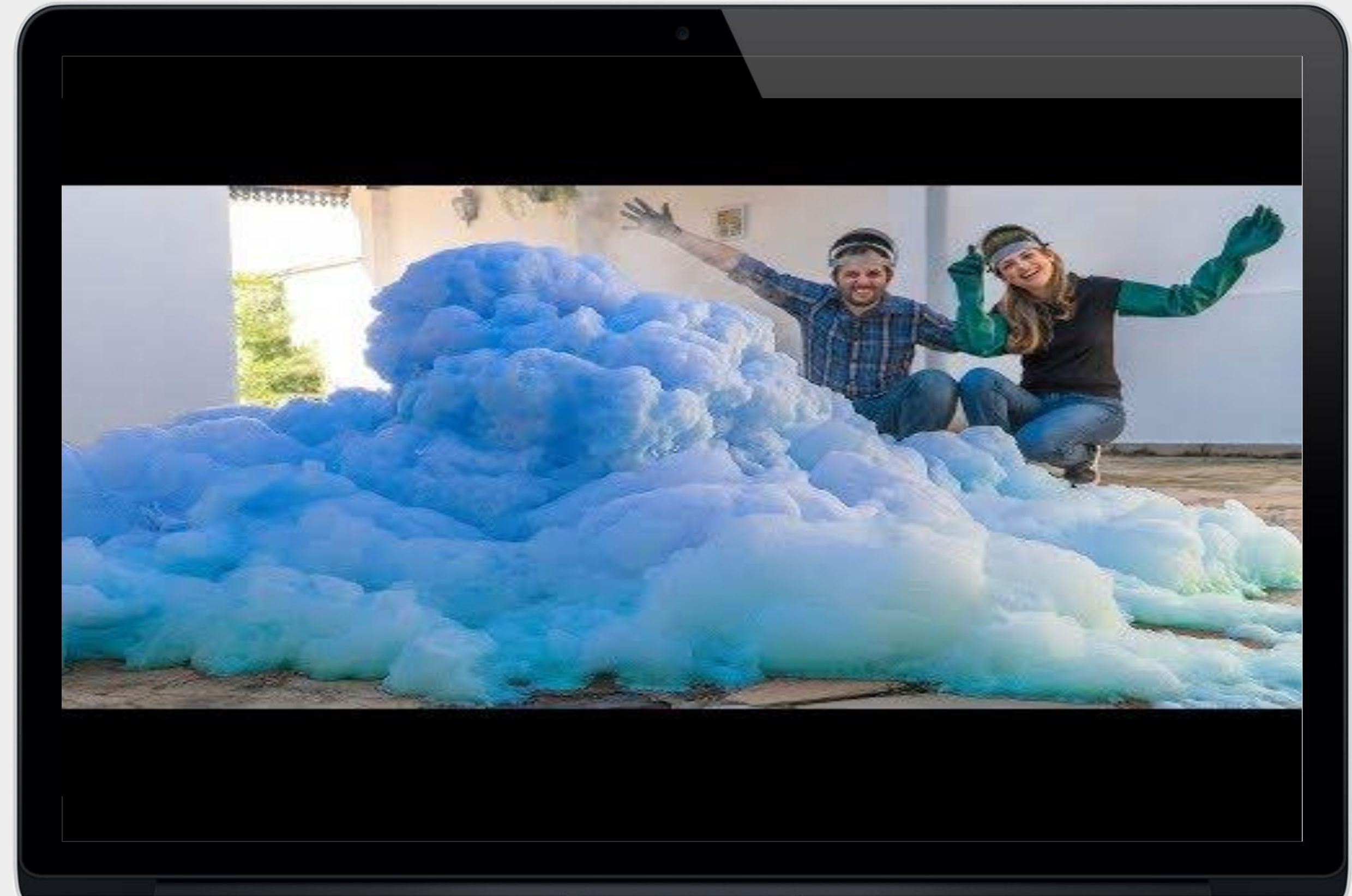
Vídeos

Promo app
downloads



Manual do Mundo

11M inscritos



Identificamos 4 grandes áreas de oportunidade para a data

#1

#2

#3

#4

INSIGHTS

Como ativar essas oportunidades?

Nenhuma marca de varejo se conecta com as mães esse é o momento mais apropriado da data

Dia das mães, não é mais dia da casa- demanda alta de eletros

Quase metade das pessoas compram presentes na véspera ou dia

Na semana anterior ao dia mães, há um aumento no número de App downloads

OPORTUNIDADES

Se apropriar da data e estabelecer um vínculo com um público estratégico

Mostrar amplitude e profundidade de sortimento e ampliar vendas 3P

Maximizar vendas dos last minute buyers com Clique e Retire e estratégia O2O

Ampliar e fidelizar sua base de usuários

Solução Creators Connect :: **Estratégia Horizontal ou Vertical**

Porta-voz da Campanha

Perspectiva Mães

ex.Flavia Calina

Perspectiva Filhos

ex.Christian Figueiredo

Perspectiva Território

Moda/ Eletro / Beleza

ex.TecMundo

Objetivo da Campanha

Vertical Emoção

Visão de uma mãe sobre o dia das mães o que o presente representa.

YouTuber falando da relação com sua mãe e o que o presente representa.

YouTuber falando da relação com sua mãe e da relação dela com a categoria.

T - 2W

Verticais Produtos

YouTuber falando do que gostaria de ganhar e o que vai dar de presente.

YouTuber escolhendo o presente para sua mãe

Ex Território Tecnologia: surpreendendo sua mãe com um celular novo.

T - 1W

Vertical Promo

App Download / Desconto do YouTuber / Serviços (click collect) / Benefícios (meios de pagamento)

App Download / Desconto do YouTuber / Serviços (click collect) / Benefícios (meios de pagamento)

App Download / Desconto do YouTuber / Serviços (click collect) / Benefícios (meios de pagamento)

T - Semana Dia das Mães

Solução Creators Connect :: Mix de Verticais

Objetivo da Campanha

Porta-voz da Campanha

Perspectiva Mães

ex.Flavia Calina

Perspectiva Filhos

ex.Christian Figueiredo

Perspectiva Território

Moda/ Eletro / Beleza

ex.TecMundo

Vertical Emoção

Flavia Calina falando da sua relação com a data e como gostaria de ser homenageada.

T - 2W

Verticais Produtos

Eletro: tudo sobre o celular ideal para a sua mãe.

T - 1W

Vertical Promo

Christian Figueiredo promovendo um cupom exclusivo com +10% de desconto para os seus seguidores.

T - Semana Dia das Mães

Exemplo de entrega por Creator

KPIs

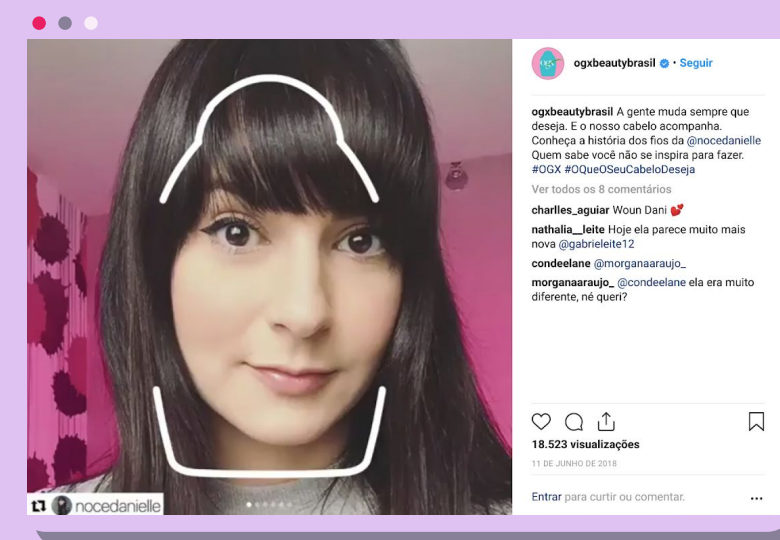
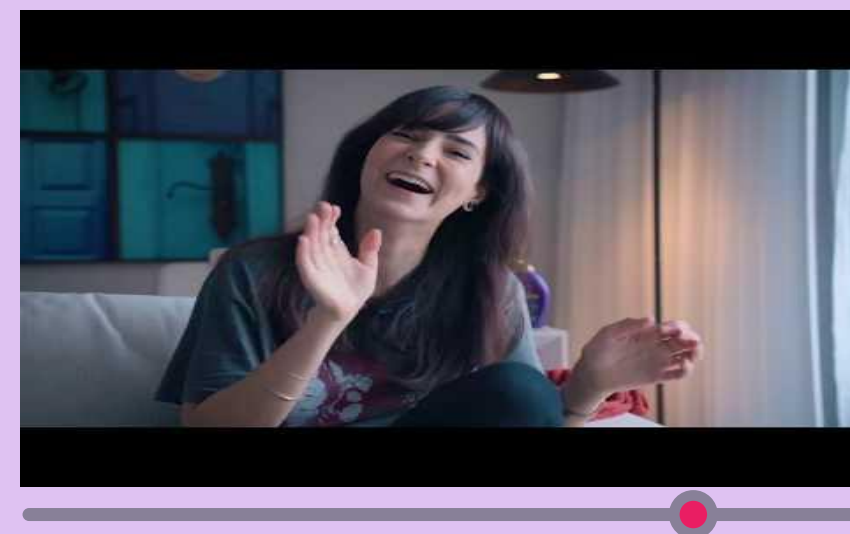
Mídia

Comercial de 30
no Canal do Creator



Brand Lift
Lift/ Impacto nas Buscas

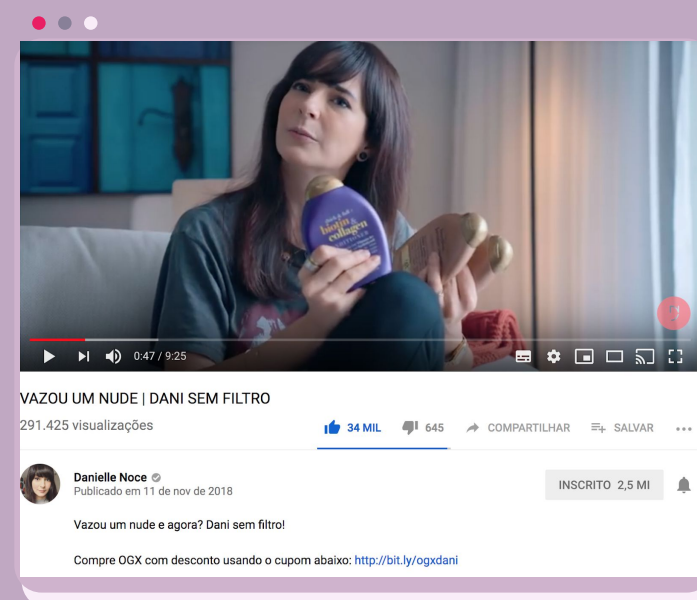
Engajamento Orgânico



Retenção
Likes
Comentários

Call to Action

Cupom de Desconto



Cadastro no eComm

 bitly data + GA

Proposta Comercial

R\$ 500k
de Investimento
em Mídia

no Canal do(s) YouTuber(s)
participante(s) do Projeto



9.6M
impressões de
anúncios de vídeo

Compra via Reserva.



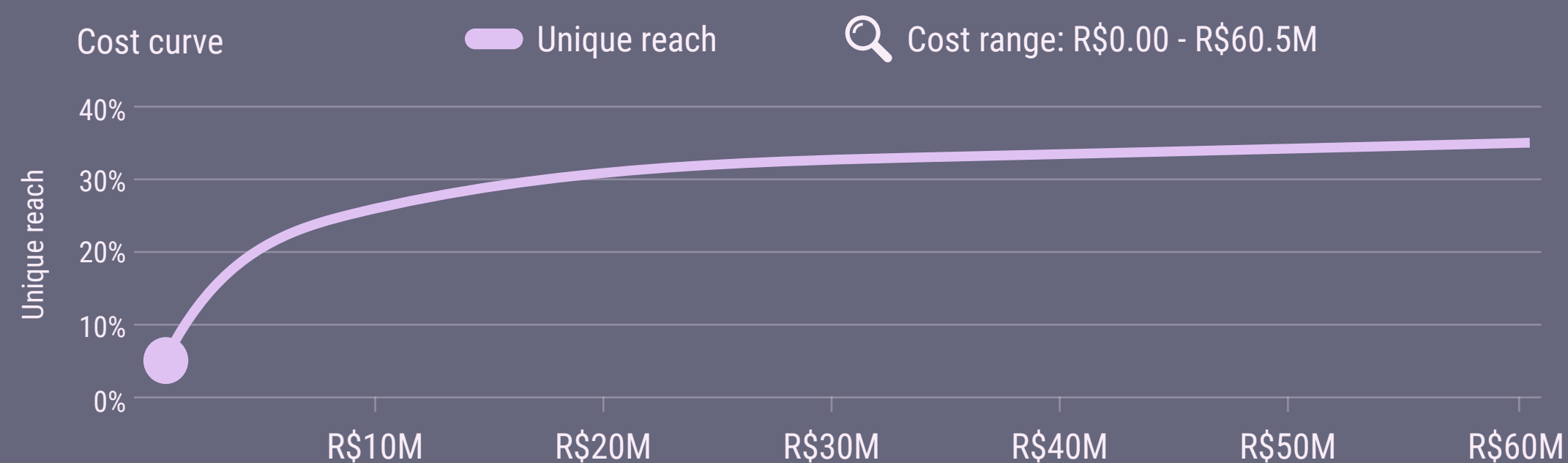
Entregas
de conteúdos
para marca

Alcance orgânico do
YouTube e outras Redes

*Pode aplicar desconto de DVIP no CPM.

Media plan KPI: Impressions

Get **9.62M** impressions with **R\$500K** in Brazil



Unique reach
8.01M

Avg. frequency
1.2

Impressions
9.62M

Pacote Emoção

Exemplos de Canais:

- Flavia Calina
- Taciele Alcoléa
- Mirella Santos
- Tatá Fersoza
- Just Lia
- Hel Moher
- Karen Jonz

Pacote Produto

Exemplos de Canais:

- TecMundo
- Omelete
- Niina Secrets
- Karol Pinheiro
- Pipocando
- Gabriela Pugliese

Pacote Promo

Exemplos de Canais:

- Christian Figueredo
- Manual do Mundo
- Felipe Neto
- Lucas Rangel
- 5alguma coisa

* Valor e escopo de entrega para o cliente, à negociar.

** Creators precisam validar formato de trabalho com cada cliente.

Cronogramas e Regras

Semana

15/04 - 21/04

Semana

22/04 - 28/04

Semana

29/04 - 05/05

Semana

06-12/maio

MEDIA

AR - obrigatório

CONTEÚDOS

Emoção

Produtos

Promo

* O valor contratado de mídia deverá ser veiculado de acordo com a disponibilidade de inventário de cada canal. Plano referência: veiculação entre Abril e Maio

** Implementação da campanha deve respeitar prazos e processos internos do Google

*** Entregas de conteúdos serão customizadas para cada cliente

DIA DAS

Mães

Google