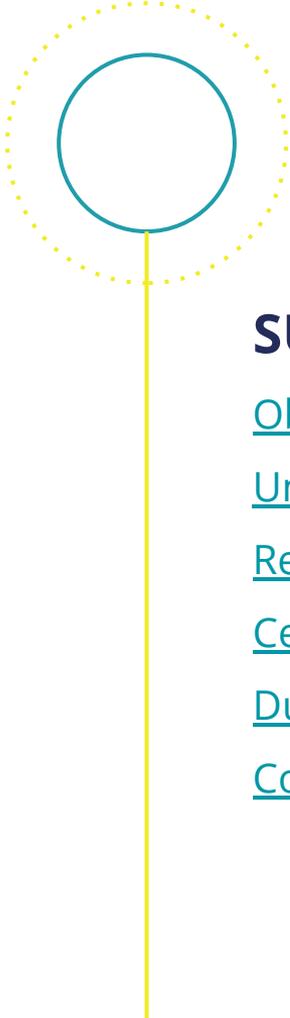


Varejo Online: Supermercados



STILINGUE



SUMÁRIO

Objetivo

Um zoom em aplicativo e site

Reclamações

Cenário Competitivo

Duelo de termos: Publicações da população versus dos varejistas

Considerações



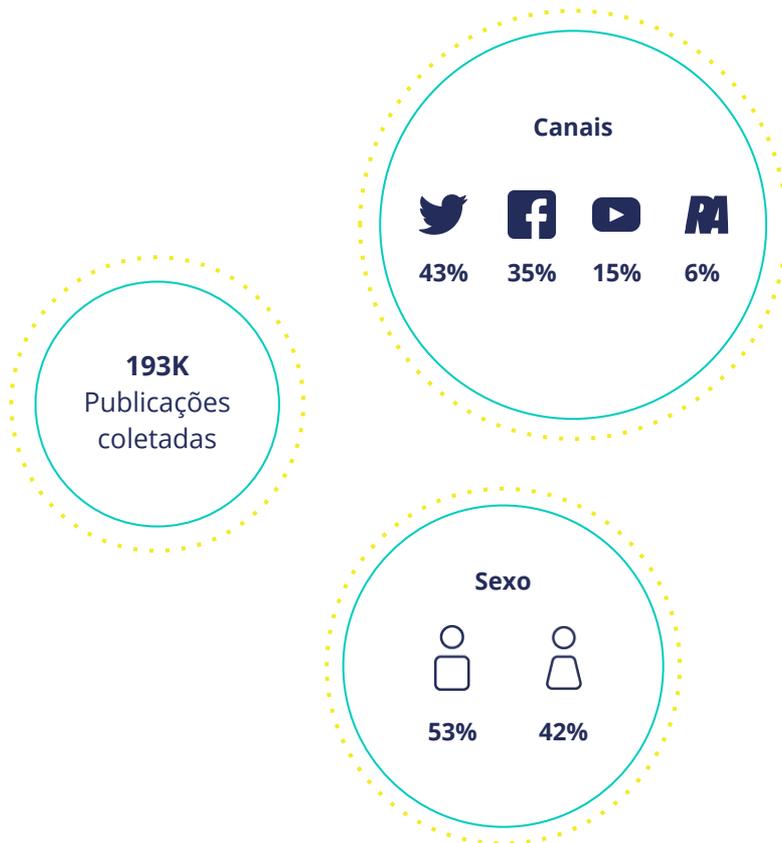
Objetivo

Com o intuito de analisar os supermercados, um dos serviços essenciais que mantiveram o funcionamento normalmente durante o período decretado como isolamento social, vamos entender como a população usufruiu da modalidade de compra online dos estabelecimentos.

Vamos encontrar:

- O delivery ganhou importância mesmo com as lojas abertas
- O uso do site e aplicativo se intensificou
- As reclamações ganham proporção diante do aumento do volume das vendas online

Período analisado - 01/fev - 31/jul



Resumo:

- O consumidores comentam a primeira vez que compraram mercado pela internet e não querem mais frequentar a loja física.
- Elogios dos cliente que agora o varejista possui um site e aplicativo com opção de delivery
- Reclamações aumentaram 11% durante a pandemia

Período analisado - 01/fev - 31/jul

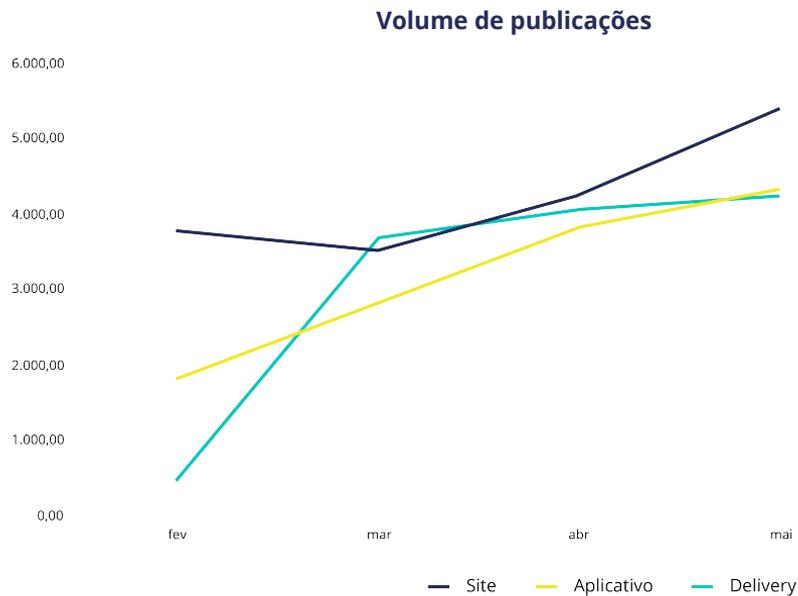
178K
Publicações
coletadas

Supermercado/Hipermercado



O volume de publicações no universo online de mercado, supermercado e hipermercado apresentou um salto a partir de meados de março, quando começaram a comunicar a opção de venda online através do site ou aplicativo como também ganhou notoriedade já que era um dos poucos estabelecimentos abertos durante o período de isolamento social.

As principais temáticas que envolvem o cenário de isolamento social estão concentradas em Site (38%), Aplicativo (35%) e Delivery (26%)



As três temáticas apresentaram crescimento ao longo dos meses. Comparando abril contra março, tivemos aumento no volume de publicações de 21% em site, 35% em aplicativo e 10% em delivery.

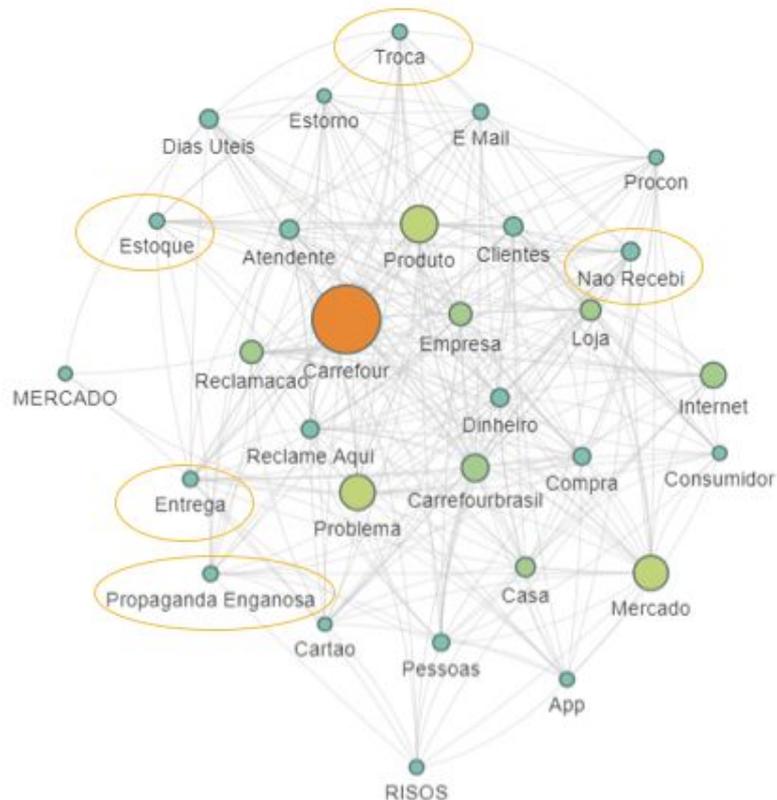


Um zoom em aplicativo e site



Reclamações

Termos relacionados | Reclamações



Ainda acompanhado do crescimento dos meios da compra online, podemos encontrar um aumento no número de publicações relacionadas às reclamações. Comparando o volume de publicações em março contra fevereiro, **aumento de 11%**.

Março e maio foram os meses que mais concentraram o volume de publicações, 40% de importância.

Termos referente à reclamação surgem em meio as publicações:

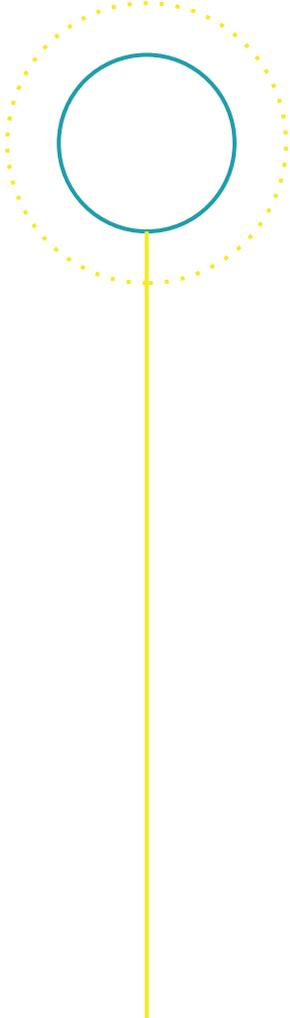
Não recebi: está associado ao não recebimento do produto que foi comprado no site ou aplicativo como também não recebeu o estorno da compra cancelada

Entrega: há relatos de atraso na entrega, conforme prazo prometido, como também o produto não chegou como prometido pelo varejista.

Estoque: está relacionado à propaganda enganosa em que o consumidor relata que a compra foi efetuada debitado do cartão e em seguida o varejista apresenta que não consta produto em estoque.

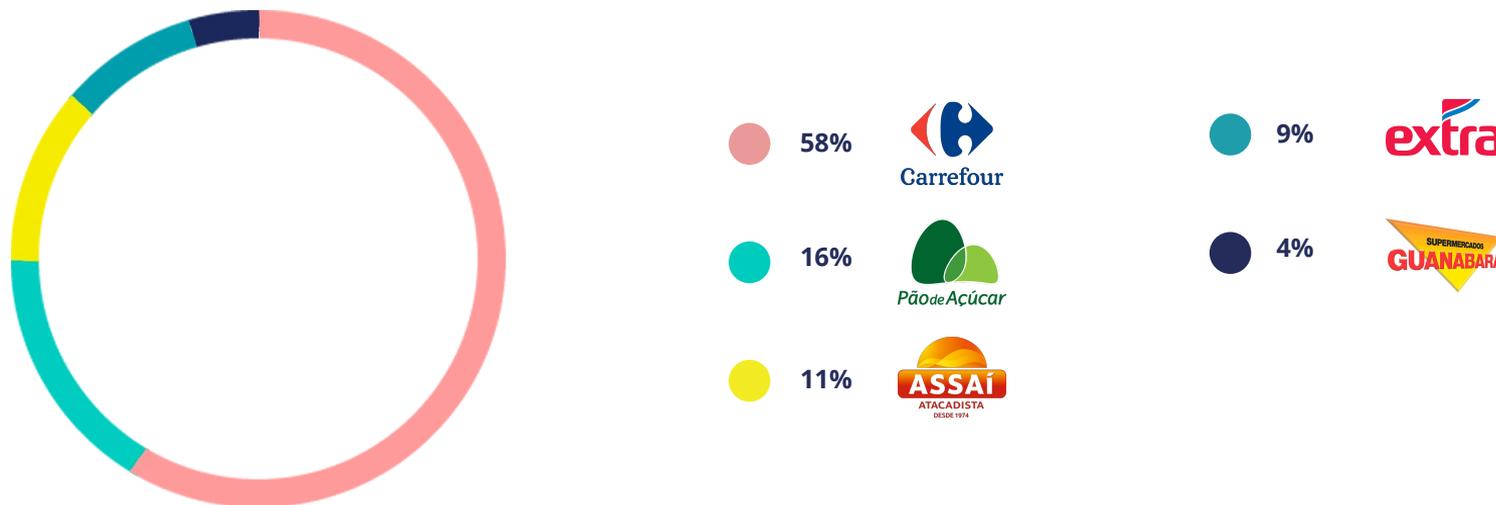
Troca: e ainda mesmo o produto apresentando problema o varejista não realiza troca do produto para um novo.

Atendente: o consumidor informa que entrou em contato com o atendimento mas o atendente não agiu de forma educada ou coerente.



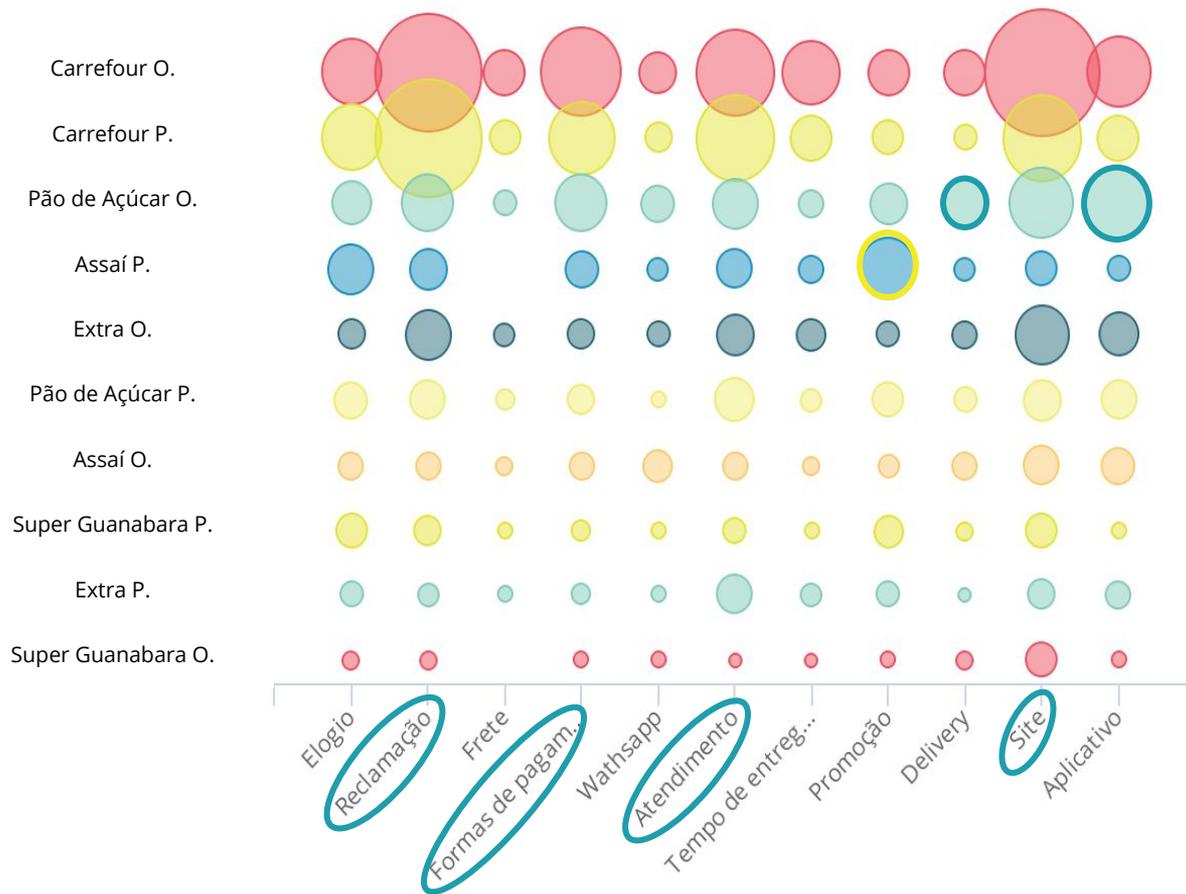
Cenário Competitivo





Quando analisamos o cenário de publicações das marcas e das citações das mesmas nas redes sociais, o Carrefour desponta com quase 60%. Seguido do Pão de Açúcar, Assaí Atacadista e em menor importância o Supermercado Guanabara, dentro os top 5 marcas, no período acumulado de fevereiro a julho '20.

Matriz Comparativa | Top 5 Varejistas | Quantidade de publicações



Ao analisar as marcas sobre o **universo online** através das temáticas temos o seguinte cenário:

Redes varejistas concentrando publicações referentes ao **Site, Reclamações, Formas de Pagamento e Atendimento**, em ambas coletas, orgânica e canais proprietários

Aplicativo com mais publicações para Pão de Açúcar e Carrefour

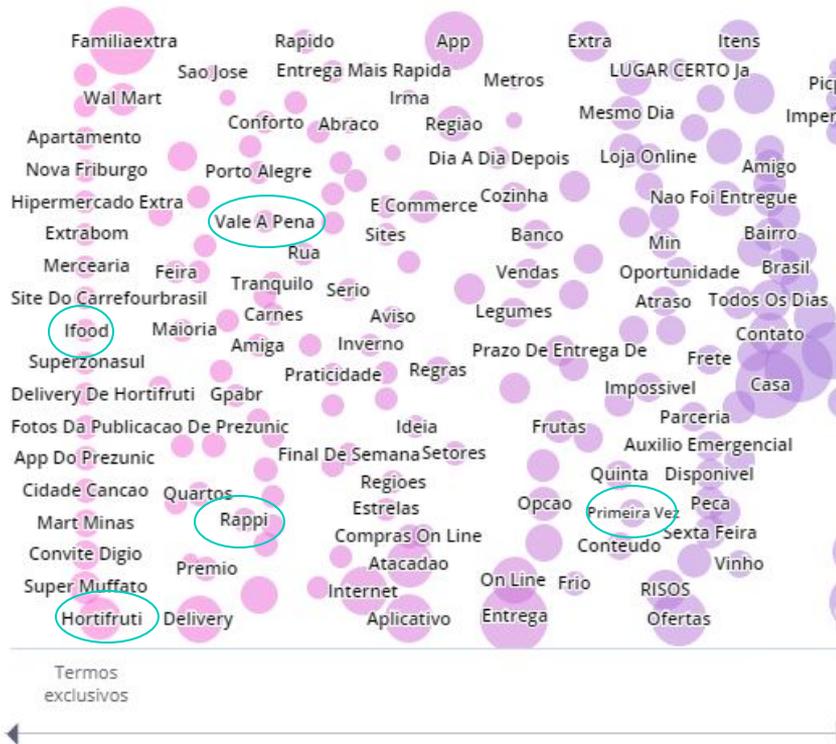
A opção **delivery** aparece com mais quantidade para o Pão de Açúcar

Destaque pelo volume de publicações sobre **promoções** da rede Assaí Atacadista



Duelo de termos: Publicações da população versus dos varejistas

Orgânico

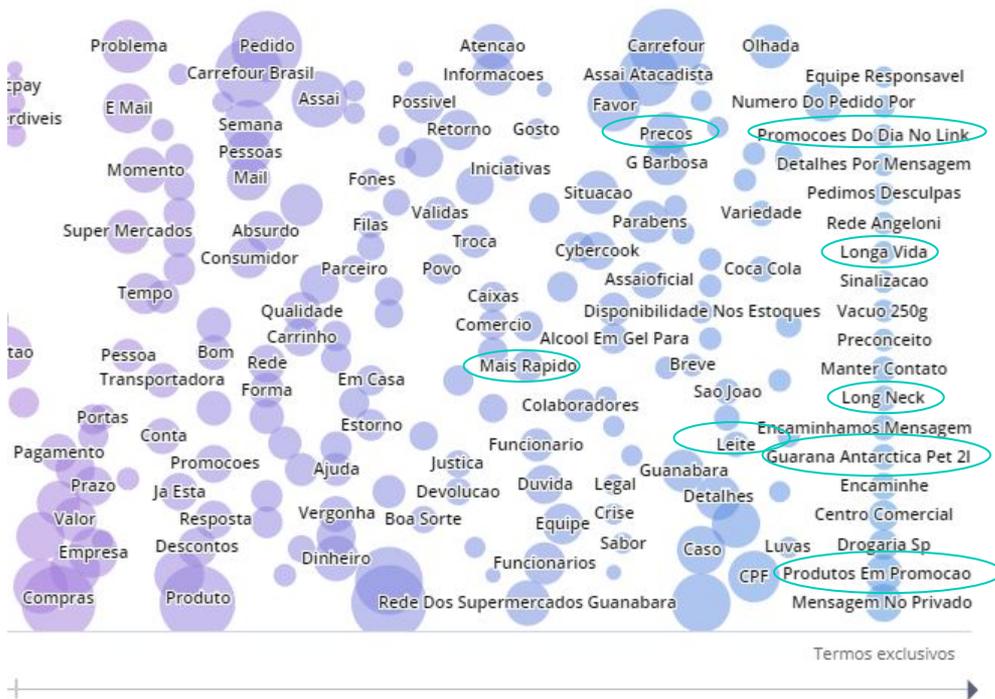


Através do **duelo de termos** conseguimos identificar o que é mais comum dentre as publicações das **marcas** são mencionadas (@)

Nota-se que as experiências de compra contemplam:

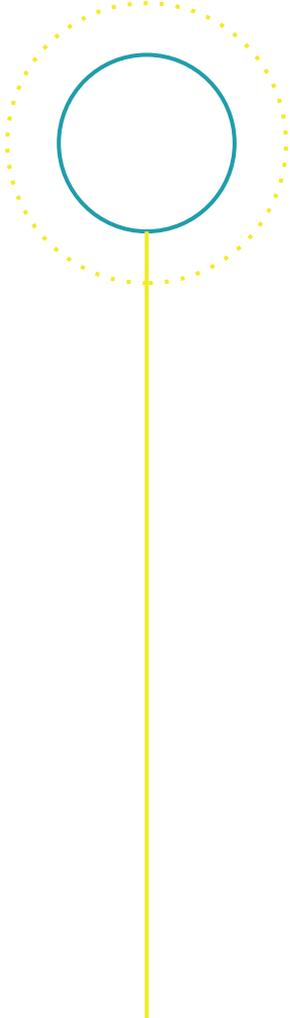
- Uso de aplicativos de **delivery** assim como o aplicativo próprio da rede varejista.
- **Vale a pena**, ou não, utilizar o serviço de compra online dos varejistas;
- **Hortifruti** é uma experiência nova, em que os clientes encontram dificuldades em entender o volume a ser comprado - relatos que gostaria de comprar duas cebolas mas foram entregues dois quilos;
- **Primeira vez** que utilizam o serviço de compra online preço site ou aplicativo

Proprietário



Como também encontramos as publicações exclusivas dos **varejistas**, ou seja de suas páginas proprietárias como:

- Leite longa vida, cerveja e refrigerante, disponível no aplicativo ou site em alguns varejistas
- Disponibilização do **link** para acessar a promoção do dia
- **Álcool em gel** disposto nas lojas trazendo segurança para os clientes
- Promessa do varejista em atender o cliente de forma mais **rápida** a fim de evitar transtornos
- Resposta dos varejistas que disponibilizarão mais **caixas** para evitar a aglomeração de clientes.



Considerações



Considerações

No momento da corrida para a digitalização em todos os meios de contato com o cliente diante da pandemia, os supermercados também se ajustaram para oferecer o serviço online para o cliente, sendo ele através do site ou de aplicativo.

Porém com o aumento da demanda pelo serviço as reclamações também surgem levando o varejista a se adaptar de forma rápida para não deixar o cliente insatisfeito.

E as mídias sociais, como vimos, passa a ser um canal de fácil acesso dos consumidores para acessarem entrarem em contato com as lojas.

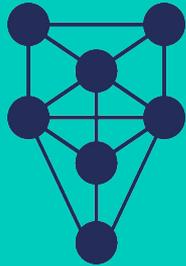
Portanto, é importante que os varejistas estejam preparados para atender os clientes através de suas páginas proprietárias nas redes sociais a fim de evitar uma possível crise

Quer saber mais sobre:

**Como a sua marca é percebida nas redes sociais?
Qual é o canal que o consumidor mais interage com a sua
marca?**

Como atender o seu cliente através das redes sociais?

[CLIQUE AQUI FALE COM NOSSOS EXECUTIVOS DE VENDAS](#)



STILINGUE

www.stilingue.com.br