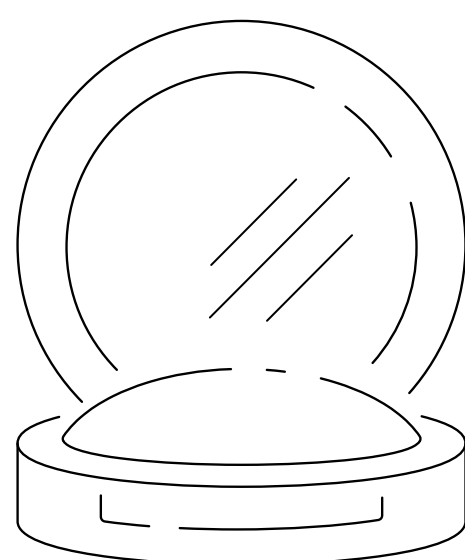


Think Beauty & Fashion

Um mercado em evolução com as
novas conexões do consumidor.



Insights do mercado de Beauty & Fashion

76%

dos consumidores de beleza declaram ter comprado produtos nos últimos 12 meses com marcas de influenciadores!

Fonte: Google/Offerwise. "Marketing Insights - Beauty", Brasil, abril, 2023, com 2.000 entrevistados online.

Dados de busca

Fonte da verdade sobre os consumidores para tomarmos melhores decisões.

Os dados cada vez mais se tornaram parte essencial na construção das estratégias das marcas. Isto porque, com as informações de busca, hoje é possível traçar de forma efetiva um perfil claro do comportamento do consumidor. Com isto, você o traz para o centro da sua tomada de decisão, ao mesmo tempo que melhora sua eficiência de retorno sobre o investimento. Isso é o que chamamos de dados como fonte da verdade.

Jornadas de compra dos consumidores

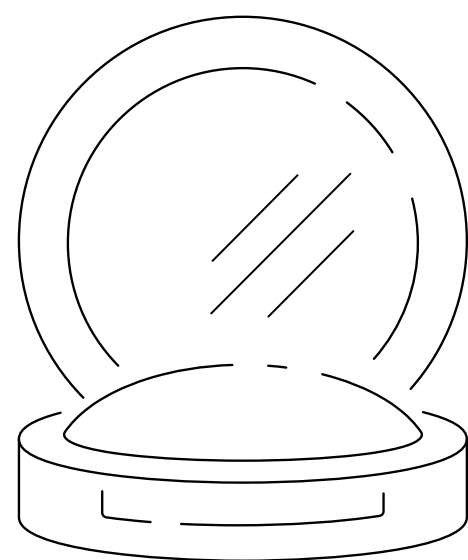
Conteúdo e informações estratégicas.

O consumidor que se depara cada vez mais com uma jornada muito mais complexa diante das possibilidades que lhe são oferecidas, mudou de comportamento. E com isso, sua tomada de decisão também mudou: tornou-se mais intencional. O consumidor passou a se relacionar e consumir marcas não apenas pela qualidade oferecida nos produtos que já conhece, mas também - e principalmente - por marcas que possam gerar valor para ele e para aquilo que ele acredita.

Marcas como criadoras de conteúdo

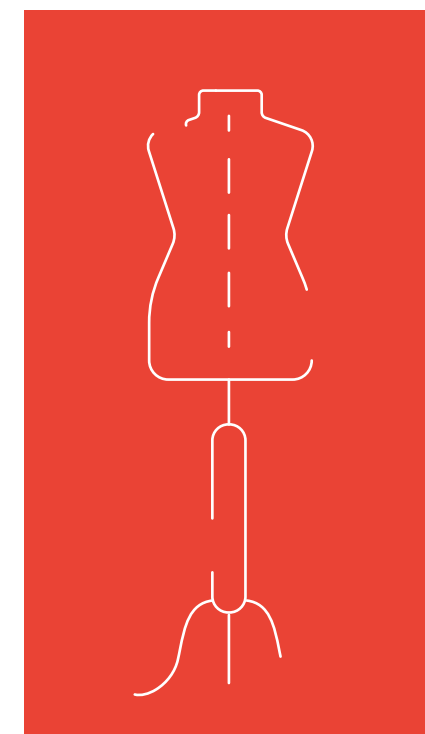
Conexão e identificação com o consumidor.

O conteúdo então passou a ser fundamental para as marcas, porque é parte central da maneira que você se relaciona com o seu consumidor. Por isso, o YouTube é uma excelente plataforma de conexão entre pessoas e marcas, pois permite, através de dados, compreender de forma eficiente, personalizada e ampla aquilo que ele deseja.



Obrigado!

Tenha acesso a vários insights no Think with Google.



Insights para sua marca brilhar mais que glitter no Carnaval de 2023



Com que roupa eu vou? Entenda as mudanças no universo de moda e beleza nos últimos anos



Como PMax fez a RCHLO conquistar a Black Friday e o Ponto expandir seu faturamento

