

Você está planejando certo o Dia dos Pais? 4 dicas para uma data que só cresce

Antonella Weyler / Julho 2019 / Tendências de Consumo, Busca, Varejo, Bens de Consumo, Eletrônicos

O Dia dos Pais está em alta. Em 2018, as vendas foram as melhores dos últimos 6 anos, e no e-commerce ele só perdeu para o Dia das Mães, em termos de datas sazonais. Mesmo assim, ainda existem oportunidades para marcas e consumidores se conectarem ainda mais com os pais brasileiros: a maioria deles não se sente totalmente representada pelas campanhas publicitárias, e até gostaria de receber presentes diferentes dos que ganha.

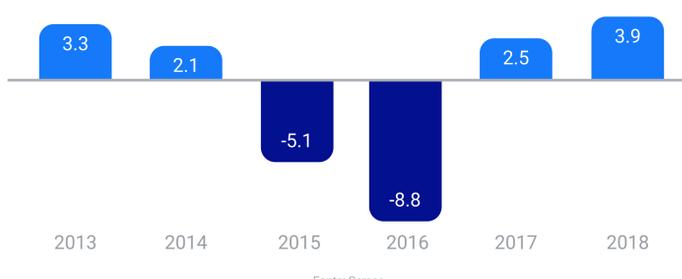
E qual é a explicação para isso? Uma resposta pode estar no novo papel que a masculinidade vem assumindo, mais participativa em casa e protagonista na criação dos filhos, se desconectando das comunicações de marca que estamos acostumados a ver.

Dados do Google e de fontes externas nos ajudam a entender melhor essa nova realidade, que, além de ser uma boa oportunidade para os negócios, representa uma chance de aumentar a integração real entre pais e filhos.

Uma data em ascensão

Nos últimos 3 anos, entre 2015 e 2018, as buscas sobre o Dia dos Pais tiveram um crescimento médio de 19%. E os resultados de vendas do ano passado foram os melhores desde 2013.

Evolução das vendas do Dia dos Pais (variação em %)



No e-commerce, o Dia dos Pais foi a segunda data sazonal com mais pedidos em 2018, atrás apenas do Dia das Mães. E em faturamento, as duas datas tiveram resultados semelhantes.

	Pedidos	Faturamento	Tiquete médio
Dia do Consumidor	521mil	R\$ 219mi	R\$ 420
Dia das Mães	4,6mi	R\$ 2.11bi	R\$ 459
Dia dos Namorados	3,8mi	R\$ 1.77bi	R\$ 464
Dia dos Pais	5,1mi	R\$ 2.09bi	R\$ 409
Dia das Crianças	4,8mi	R\$ 1.97bi	R\$ 409
Black Friday	4,3mi	R\$ 2.6bi	R\$ 608
Cyber Monday	752mil	R\$ 372mi	R\$ 494
Natal	5,3mi	R\$ 2,54bi	R\$ 475

Fonte: Ebit/Nielsen - webshoppers 39

2019 promete ser ainda melhor que 2018: 38% das pessoas que responderam a uma pesquisa do Google dizem que vão gastar mais do que no ano passado.

Quanto pretende gastar?



Além dos presentes, essa é uma data para reunir a família: 84% das pessoas planejam celebrar o Dia dos Pais em casa. Isso quer dizer que a data também é uma excelente oportunidade para o setor de comidas e bebidas.

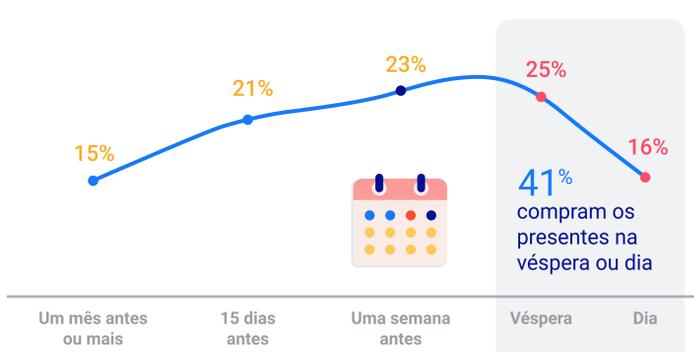
Onde pretende passar o Dia dos Pais



Conhecer melhor os pais

Dois dados nos ajudam a entender melhor o comportamento de quem compra presentes no Dia dos Pais. O primeiro é que quase metade das compras são feitas na véspera ou no próprio dia. O segundo é que apenas um em cada cinco consumidores compra pela internet; portanto, embora o volume de vendas online seja alto em comparação com outras datas, ainda há muito espaço para crescimento.

Quando são comprados os presentes do Dia dos Pais?



Em que tipo de local você costuma comprar presentes de Dia dos Pais?



Deixando a compra para a última hora, os consumidores acabam recorrendo à loja física – o que explica o aumento do movimento no comércio offline na data. E o que faria esse consumidor migrar para o e-commerce? Uma combinação de frete grátis, preços atraentes e prazo curto de entrega.



O que te motivaria a comprar os presentes do Dia dos Pais pela internet?



Fonte: Google Survey - Homens e Mulheres, 18+ Brasil - Maio de 2019.

O digital ainda tem espaço para crescer como canal na data, mas tem grande destaque como fonte de informação e inspiração.

Como as pessoas costumam buscar informações sobre a data:

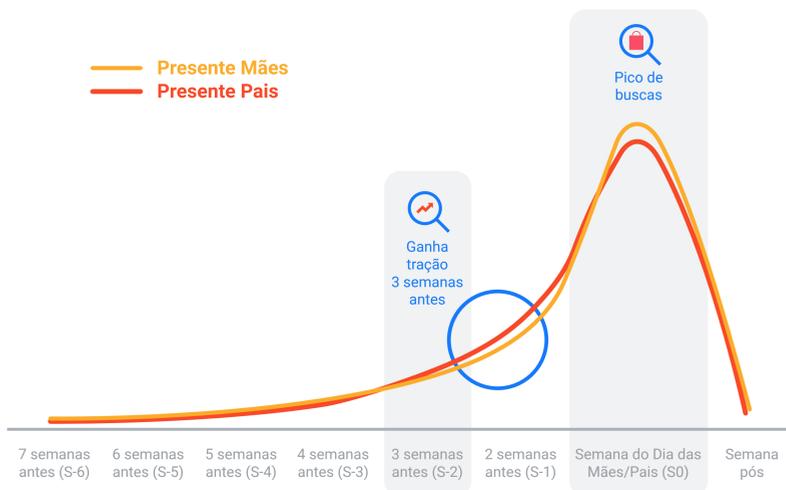


Fonte: Google Survey - Homens e Mulheres, 18+ Brasil - Maio de 2019.

Afinal, escolher o presente nem sempre é fácil. Dos respondentes da pesquisa do Google, 25% assumem ter dificuldade para escolher os itens, e outros 25% vão a várias lojas antes de fazer a escolha. As pessoas também pedem ajuda: as buscas por sugestões e dicas de ideias criativas na semana que antecede o Dia dos Pais cresceram 8% em 2018.

Essa dificuldade para escolher os presentes se reflete em uma tendência de maior antecipação das buscas pelos presentes de Dia dos Pais quando comparado com os presentes para as mães. Ainda assim, o grande pico de buscas se concentra na semana que antecede o dia.

Evolução do share das buscas por presentes Dia dos Pais/Dia das Mães



Fonte: Google Survey - Homens e Mulheres, 18+ Brasil - Maio de 2019.

De fato, os filhos precisam de ajuda para escolher os presentes. Dados mostram que boa parte não conhece tão bem seus pais. A sintonia entre eles ainda pode melhorar: no ranking de lista de presentes de ambos, só o topo e o fim coincidem:

O que os pais gostariam de ganhar / O que os filhos pretendem dar



Fonte: Google Survey - Homens e Mulheres, 18+ Brasil - Maio de 2019.

Essa dificuldade para escolher presentes é também uma oportunidade para conquistar novos clientes, já que 7 em cada 10 estariam dispostos a comprar em um novo varejista e 61% pretendem dar um presente de uma categoria diferente em 2019.

Cerca de 7 em cada 10 pessoas estariam dispostas a comprar em um novo varejista

Fonte: Google Survey - Homens e Mulheres, 18+ Brasil - Maio de 2019.

As marcas também precisam conhecer melhor os pais, especialmente na hora de representá-los. Somente 35% se identificam com a imagem projetada pela publicidade. O maior desafio é abandonar a já velha imagem do provedor que ocupa um papel de coadjuvante na criação dos seus filhos.

Você se identifica com a imagem de pai que aparece nas propagandas?



Que características *não* te representam nas propagandas?



Fonte: Google Survey - Homens e Mulheres, 18+ Brasil - Maio de 2019.

Além disso, é preciso incorporar a noção do pai protagonista, cuidador e presente no cotidiano de suas casas. Isso se alinha a um debate que ganha cada vez mais força, sobre a nova masculinidade, menos tóxica e que busca uma maior igualdade entre os gêneros. Um comportamento que vai ao encontro da demanda das mães por uma divisão igualitária de responsabilidade na criação dos filhos e nos cuidados com a casa.

Que **características/aspectos** sobre os pais e a paternidade *você gostaria de ver retratadas nas propagandas*?

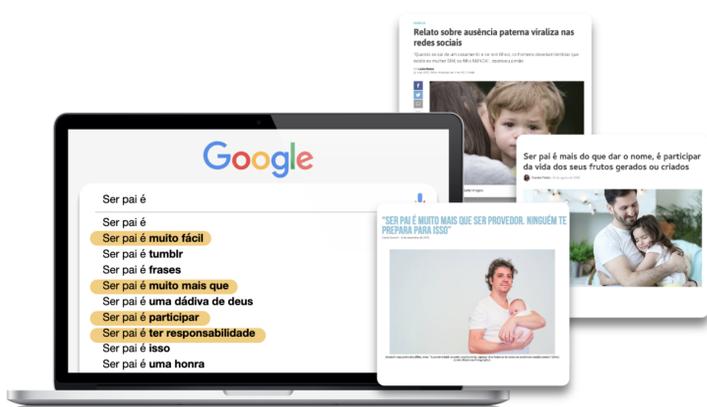


Divido igualmente a responsabilidade



Fonte: Google Survey - Homens e Mulheres, 18+ Brasil - Maio de 2019.

A paternidade ativa se tornou pauta na internet. Veja os termos mais procurados no Google sobre o que é ser pai:



Mais do que vender produtos, entender esses insights pode ajudar a melhorar a sociedade. Em nosso país, mais de 80% das crianças têm como primeiro responsável uma mulher, e 5,5 milhões não são registradas com o nome do pai. Nesse contexto, ajudar a formar uma cultura em que a paternidade seja mais presente, responsável e envolvida na criação é positivo para todos – sociedade, marcas e profissionais de marketing.

Criar e estimular um ciclo virtuoso é possível. O cuidado paterno gera um benefício duradouro para o filho, que tende a copiar o exemplo positivo que teve em casa, como mostra este estudo:



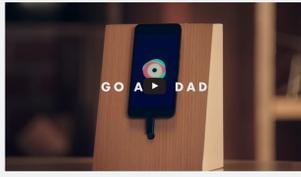
Homens cujos pais participavam de forma mais equitativa em casa são 1,5 vezes mais propensos de fazer o mesmo

Fonte: Promundo Estudo IMAGES (Internacional Men & Gender Equality Survey)

O exemplo é poderoso e também pode vir das marcas que colaborarem com a construção de um novo modelo, rompendo estereótipos. Algumas já entenderam isso:



Dove Men +Care
Querido Futuro Pai



Gillete
Neste Dia Dos Pais, Pergunte ao Seu Pai



Baby Alive Brasil
Todos Podemos Cuidar

4 ensinamentos para uma data que só cresce

Assim, quais são as lições que os dados nos trazem para o Dia dos Pais? Vamos ver os quatro principais ensinamentos:

- 1 2 3 4
Atrair novos clientes
A dificuldade para escolher o presente = maior disponibilidade para experimentar novos varejistas e novas categorias.
- 1 2 3 4
Conquistar e-shoppers
e-comm: 2ª maior data sazonal em volume de pedidos e faturamento se equipara ao dia das mães.
- 1 2 3 4
Ir além dos presentes
A comemoração em casa representa oportunidade para alimentos e bebidas.
- 1 2 3 4
Romper estereótipos
Gerar uma maior conexão e identificação com pais. E dar luz às novas formas de representação da paternidade.

Os dados que trouxemos aqui são um indicio de que o potencial do Dia dos Pais está longe de esgotar, e podem nos ajudar a aproveitá-lo mais e melhor. O conceito do que é masculinidade está mudando, e entender a direção dessas transformações vai fazer com que tanto marcas como pessoas conheçam melhor os pais, trazendo uma comunicação mais verdadeira e eficiente nas campanhas, hoje e no futuro. É hora de fazer a diferença!

Antonella Weyler
Market Insights Lead, Google Brasil

