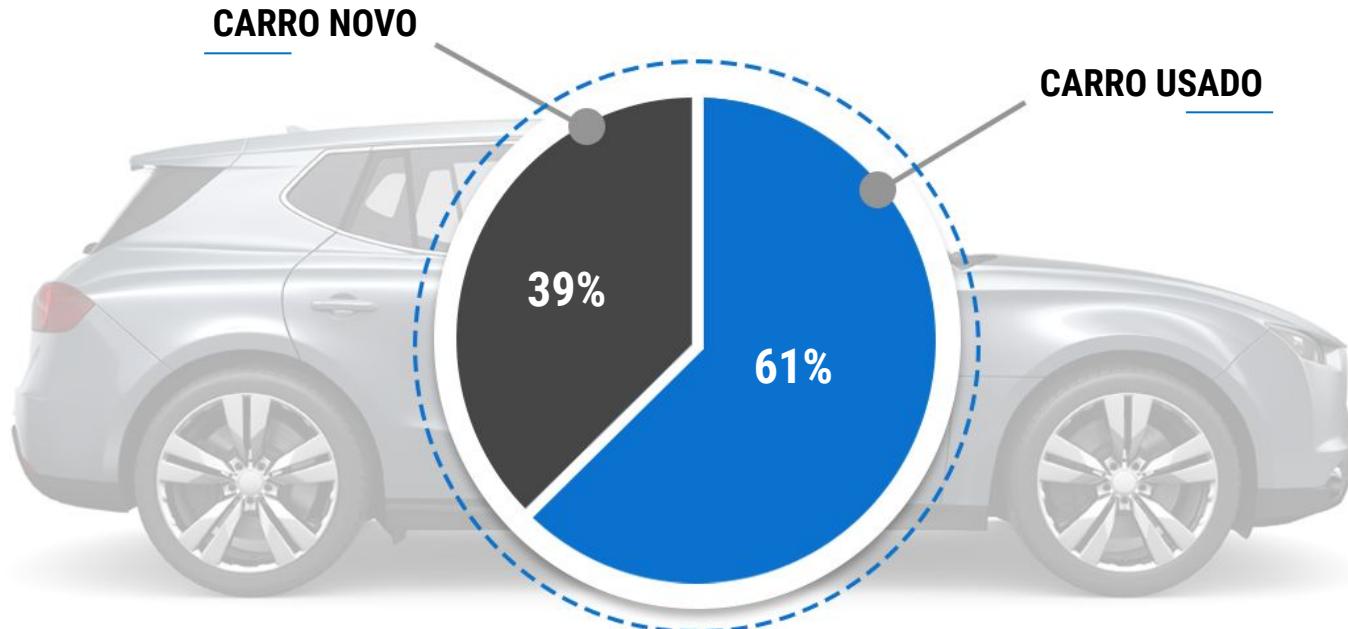


1 INSIGHTS MOTIVAÇÕES DE COMPRA



TIPO DE AUTOMÓVEL COMPRADO

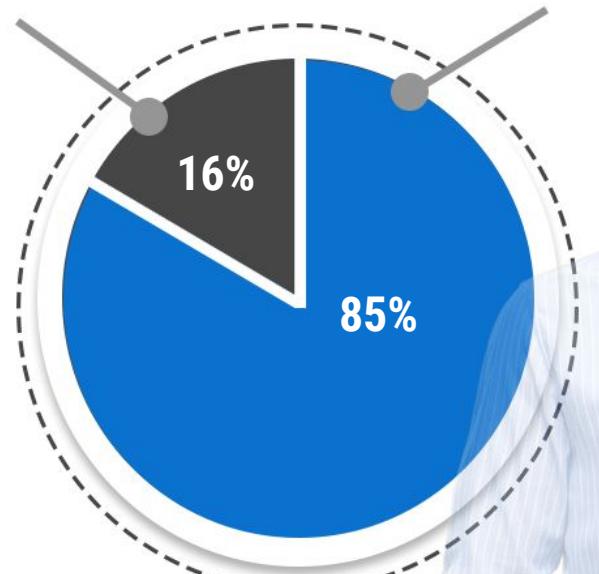


OLX Group | Standvirtual

PENSOU EM COMPRAR UM CARRO NOVO?

Não, mudei de ideia
entretanto

Sim, foi sempre esta ideia

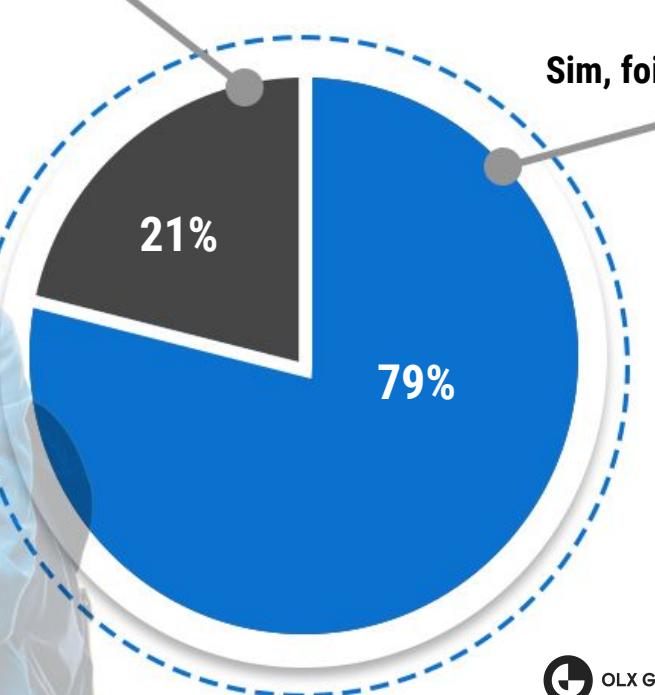


OLX Group | Standvirtual

PENSOU EM COMPRAR UM CARRO USADO?

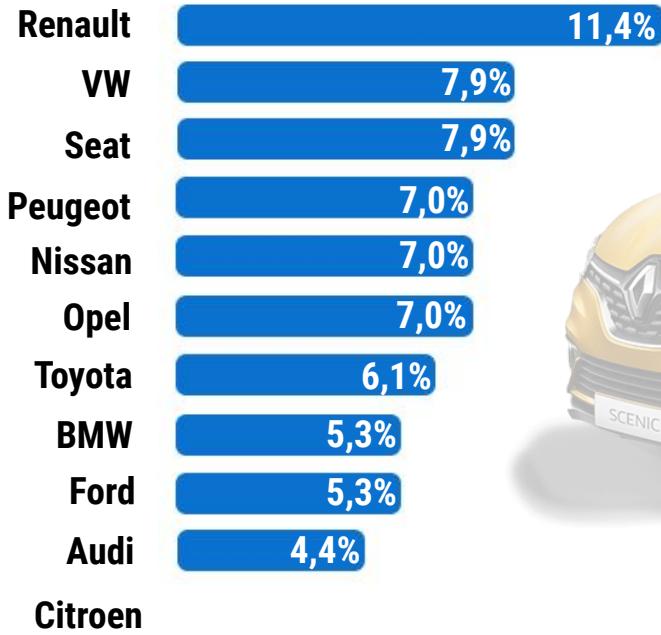


Não, mudei de ideia
entretanto



Sim, foi sempre esta ideia

MARCA DO AUTOMÓVEL COMPRADO

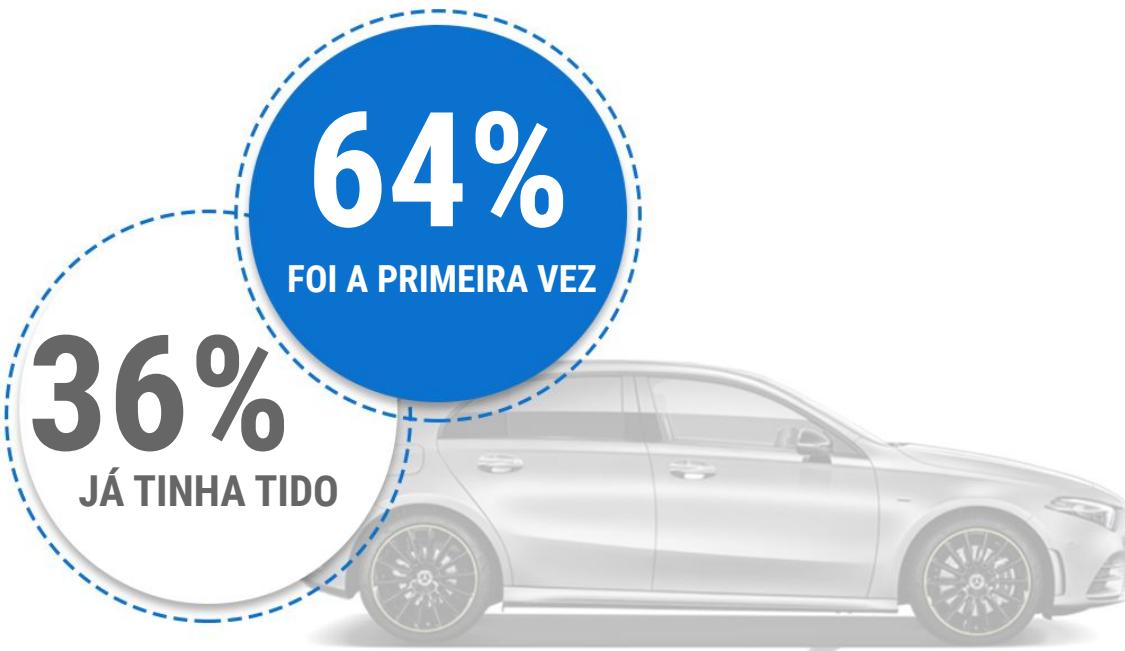


RAZÕES DA ESCOLHA DA MARCA DO AUTOMÓVEL COMPRADO



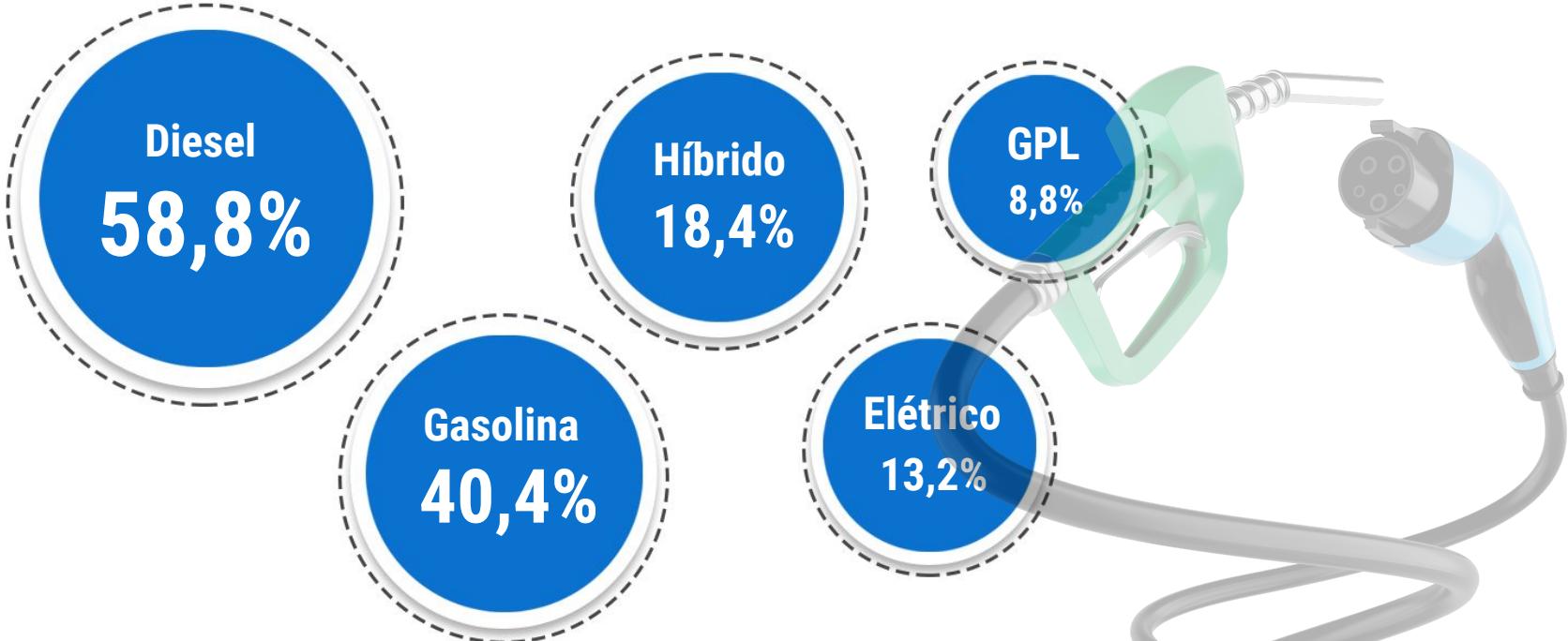
Amostra: 114 Pessoas
Fonte: Estudos Ad Hoc - Marktest

JÁ TINHA TIDO ALGUM AUTOMÓVEL DA MARCA DO ÚLTIMO AUTOMÓVEL COMPRADO?



OLX Group | Standvirtual

TIPO DE COMBUSTÍVEIS/MOTORES CONSIDERADOS NO MOMENTO DA COMPRA

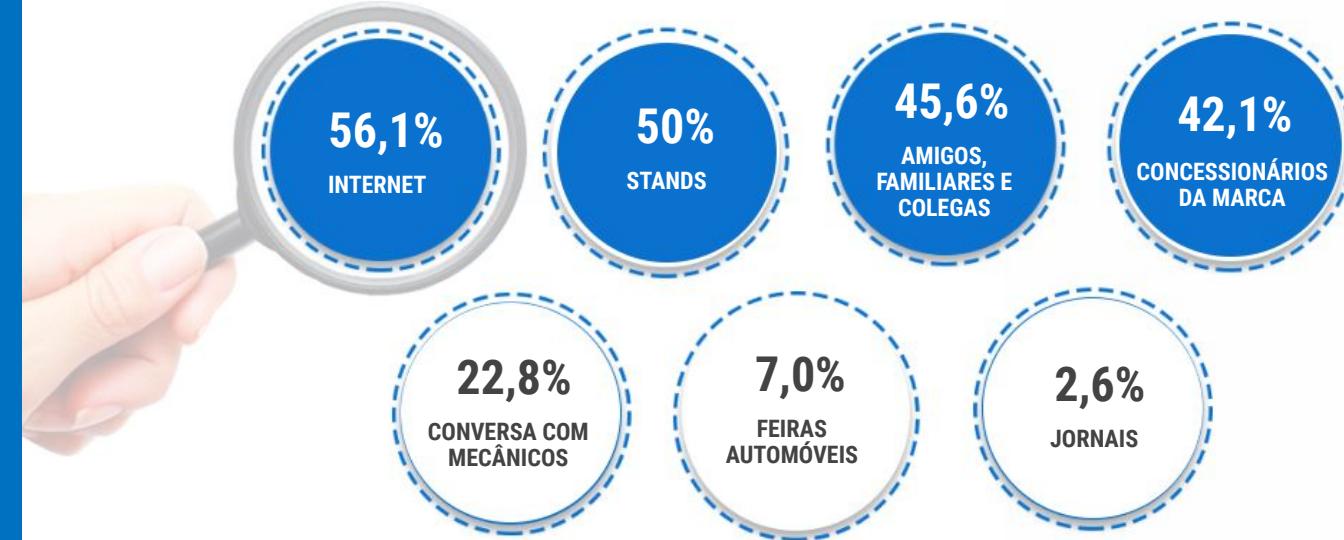


Amostra: 114 Pessoas
Fonte: Estudos Ad Hoc - Marktest



2 JORNADA NA COMPRA DO AUTOMÓVEL

QUAIS OS TOUCH POINTS?



OLX Group | Standvirtual

LOCAIS DE PESQUISA: INTERNET



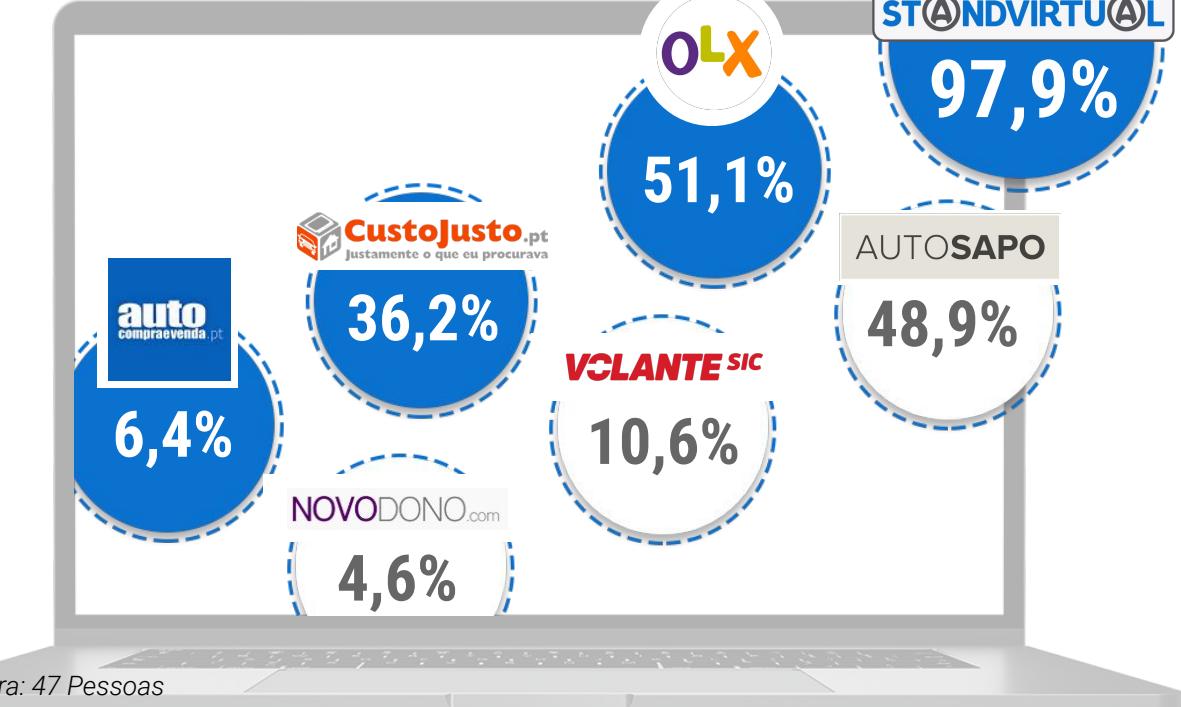
Amostra: 64 Pessoas
Fonte: Estudos Ad Hoc - Marktest

 OLX GROUP

 STANDVIRTUAL

 Marktest
GRUPO

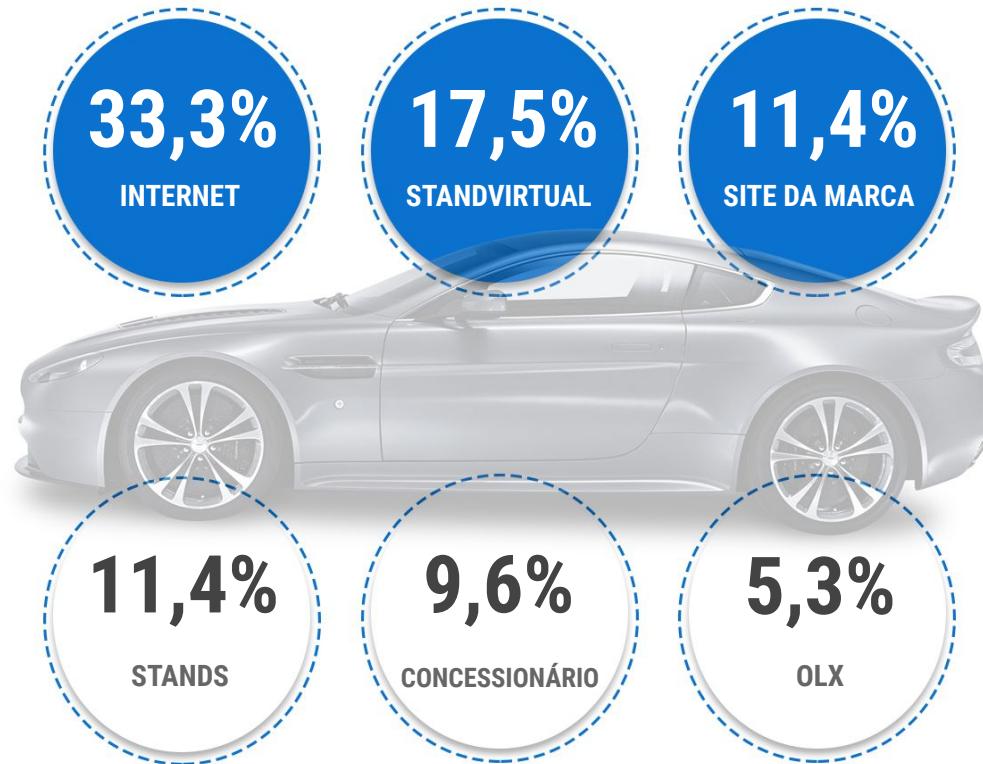
LOCAIS DE PESQUISA: SITES DE PROCURA E VENDA DE AUTOMÓVEIS



Amostra: 47 Pessoas
Fonte: Estudos Ad Hoc - Marktest

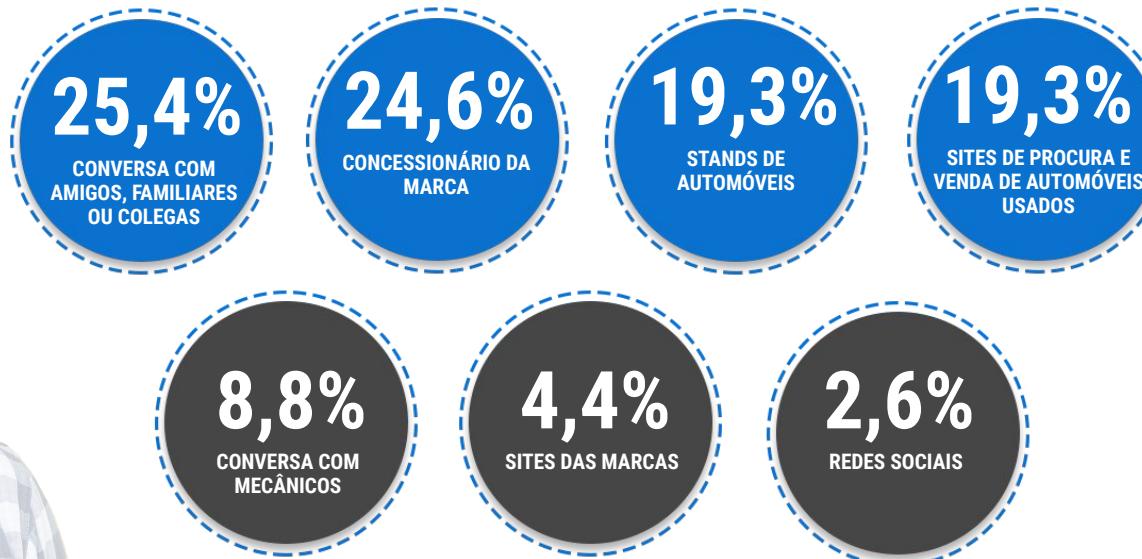


PRIMEIRO LOCAL ONDE IRIA PESQUISAR INFORMAÇÃO SE NESTE MOMENTO FOSSE COMPRAR UM AUTOMÓVEL



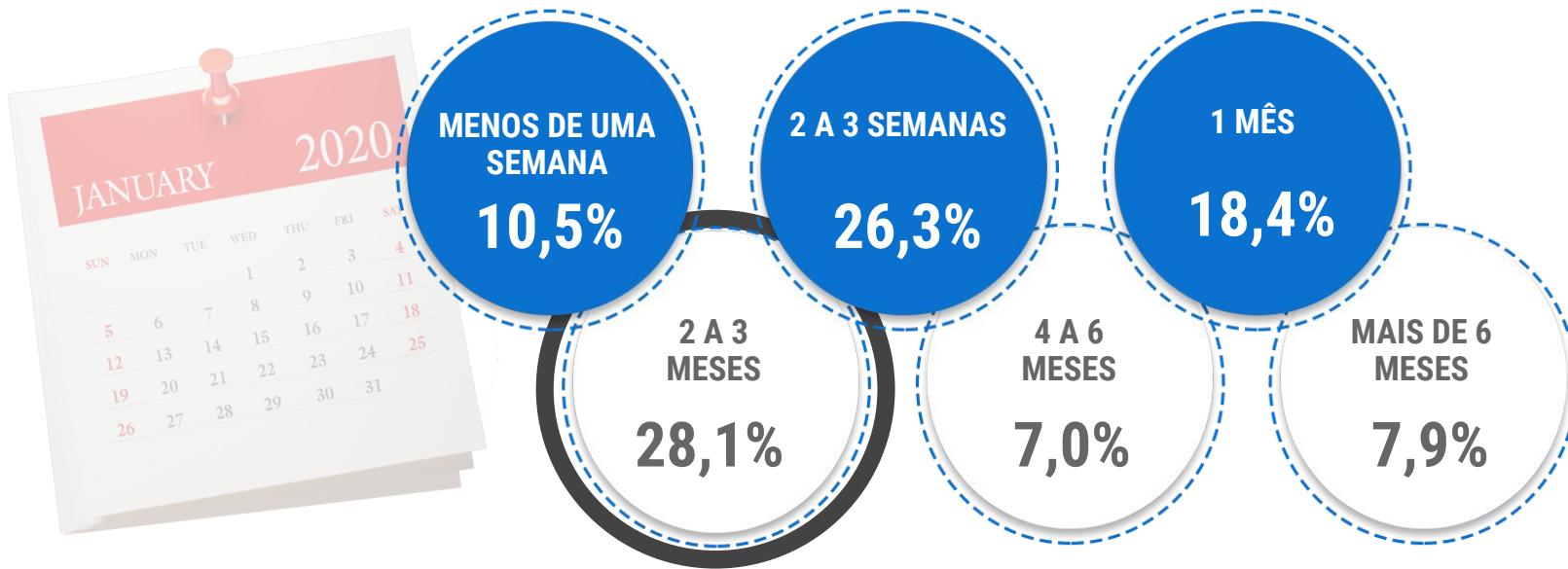
Amostra: 114 Pessoas
Fonte: Estudos Ad Hoc - Marktest

O QUE FOI DETERMINANTE NA TOMADA DE DECISÃO ?



Amostra: 114 Pessoas
Fonte: Estudos Ad Hoc - Marktest

TEMPO ENTRE O MOMENTO EM QUE COMEÇOU A PESQUISAR INFORMAÇÃO E O MOMENTO EM QUE COMPROU O NOVO AUTOMÓVEL



Fonte: Estudos Ad Hoc - Marktest

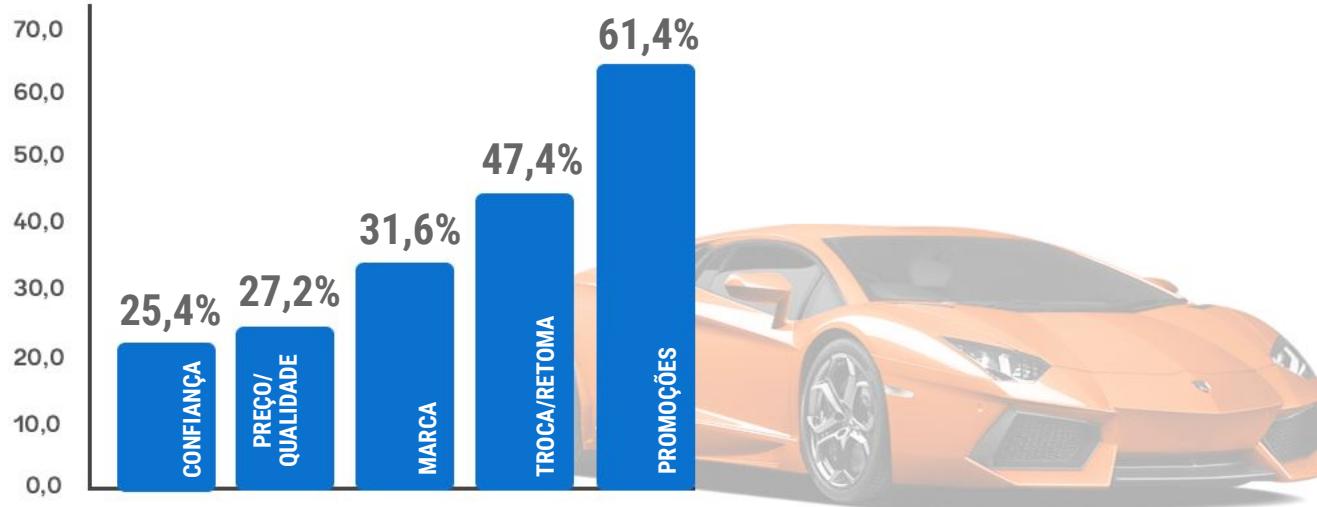


3

DECISÕES DE COMPRA DO AUTOMÓVEL

OLX Group | Standvirtual

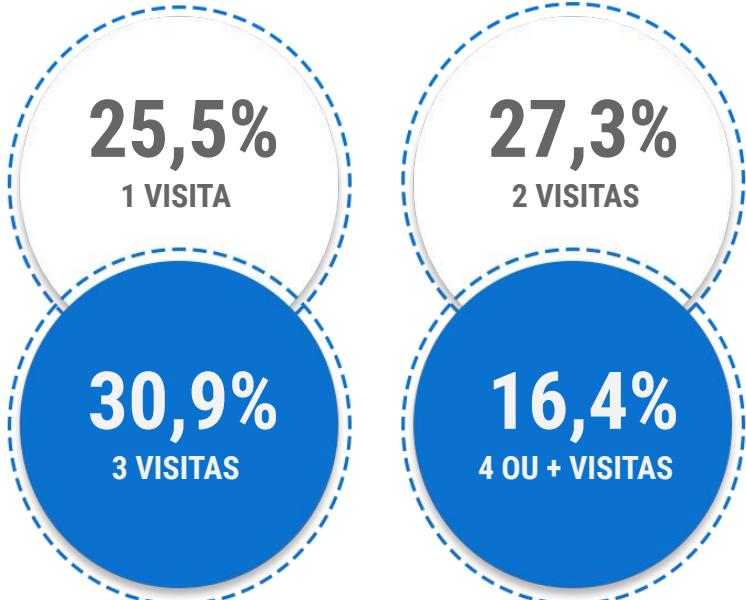
RAZÕES DA ESCOLHA DO LOCAL ONDE COMPROU O ÚLTIMO AUTOMÓVEL



Amostra: 114 Pessoas

Fonte: Estudos Ad Hoc - Marktest

NÚMERO DE VISITAS A CONCESSIONÁRIOS DAS MARCAS ANTES DA COMPRA DO ÚLTIMO AUTOMÓVEL

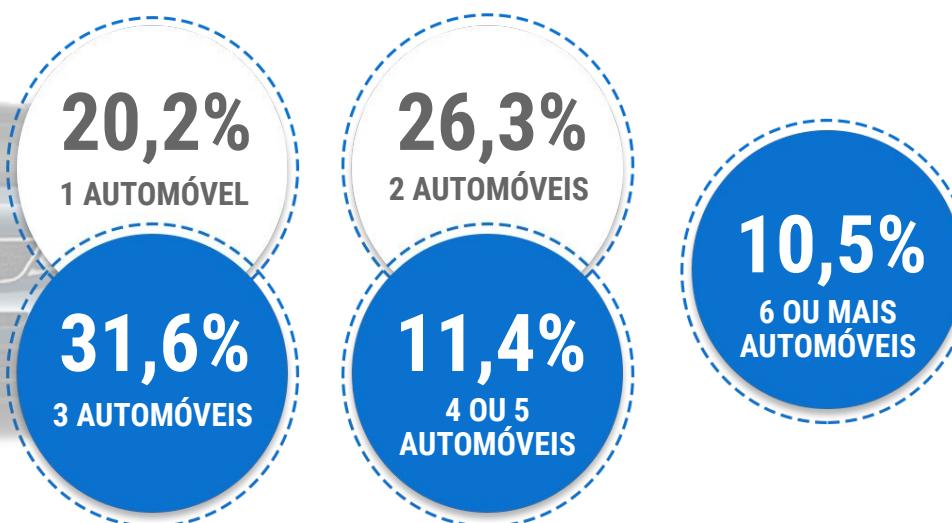


Amostra: 55 Pessoas

Fonte: Estudos Ad Hoc - Marktest



NÚMERO DE AUTOMÓVEIS SELECIONADOS DURANTE O PROCESSO DE PESQUISA



OLX Group | Standvirtual

TEMPO ENTRE O MOMENTO EM QUE COMEÇOU A PENSAR EM COMPRAR UM NOVO AUTOMÓVEL E O MOMENTO QUE COMEÇOU A PESQUISAR INFORMAÇÃO



Fonte: Estudos Ad Hoc - Marktest

OLX GROUP

STANDVIRTUAL

Marktest
GRUPO

WRAP UP

- O mindset dos compradores de carros não é binário na “ compra de carros usados / novos ” , existindo ainda margem para influenciar a escolha por parte das marcas para quem “pensa na compra de usado”;
- A jornada começa no **digital** , mas não é linear e os sites de procura de venda de automóveis e os sites das marcas têm um papel determinante na pesquisa de informação pelo que o investimento em assets digitais e soluções de publicidade digital são apostas ganhas para engagement
- O **Standvirtual** é mencionado de forma espontânea como o 1º local na pesquisa de automóvel e utilizado por 97.7% dos inquiridos;
- **1 mês é o tempo de decisão na compra do “ seu ” automóvel** para mais de 50% dos inquiridos e neste curto período de tempo as marcas têm de estar no seu top of mind;
- + 50% dos inquiridos faz menos que 3 visitas ao stand das marcas pelo que a **notoriedade das marcas é um aspecto chave** no jornada