

# Redes sociais influenciam decisão de compra



Você é influenciado pelas redes sociais para comprar um produto? Uma pesquisa feita pela renomada empresa PricewaterhouseCoopers (PwC) mostrou a importância das redes sociais e o impacto na decisão de compra dos consumidores. No País, por exemplo estima-se que 77% das pessoas são influenciadas. O estudo foi feito com aproximadamente 1 mil consumidores.

Segundo a pesquisa, 77% dos participantes relataram que as informações mostradas pelas redes sociais impactaram a decisão de comprar um determinado produto, sobretudo por meio de comentários de outros usuários ou em perfis de varejistas.

Além disso, de acordo com o estudo 43% das pessoas descobriram novas marcas ou outras que tinham interesse, e 43% revelaram que pesquisa sobre o retorno das marcas. Outros dados impactantes foram: 39% seguem as marcas favoritas nas redes sociais e 35% assistem a vídeos sobre os produtos desejados ou outras mídias, a fim de ter mais conhecimento. A principal rede social usada pelos participantes foi o Facebook com 39%, seguido por Google Plus com 47%, Youtube com 39%, Twitter com 17% e Instagram com 14%.

A pesquisa, "Total Retail", que foi divulgada pela PwC ouviu no total 19.068 consumidores de 19 países entre os meses de agosto e setembro de 2014, sendo: Estados Unidos, Canadá, Chile, Reino Unido, França, Suíça, Brasil, Dinamarca, Alemanha, Itália, Bélgica, Rússia, Turquia, Oriente Médio, Japão, Índia, Bélgica, China, Austrália e África do Sul.

O estudo mostrou que 28% das pessoas usam as redes sociais

para descobrir marcas e produtos, 27% para saber a respeito do retorno, 34% para saber sobre a sua marca favorita e 35% gostam de visualizar os vídeos.

Desta forma, a pesquisa mostrou a importância e o impacto das redes sociais no poder de compra dos consumidores. As informações são compartilhadas de forma instantânea nas mídias, e uma marca pode ficar conhecida em questão de tempo ou mesmo perder a sua reputação por meio de um comentário negativo, por exemplo.

A tecnologia é uma aliada na divulgação dos produtos, assim como, na captação de novos clientes, ou manutenção dos mesmos. Por isso, é fundamental que as empresas interajam e estejam presente no mundo online, não apenas no físico.

Você tem o hábito de consultar as mídias sociais, antes de comprar um produto?