

ILUMEO



**CONSÓRCIOS: COMPORTAMENTO
DOS CONSUMIDORES E MARCAS**

Julho 2024

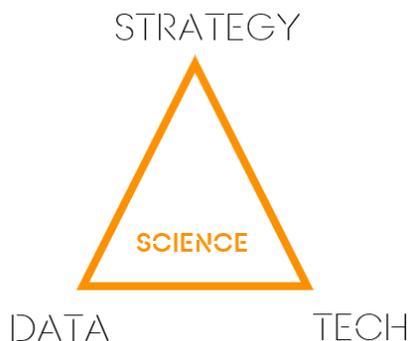
Este relatório foi elaborado pela ILUMEO, consultoria especializada em **MARKETING EFFECTIVENESS**.



A ILUMEO foi fundada em 2011 na USP e já realizamos mais de 700 projetos para grandes e médias empresas.

Usamos métodos científicos e desenvolvemos tecnologias para transformar dados em inteligência que impulsiona o crescimento dos nossos clientes.

Fazemos isso com base em três valores fundamentais: **Ímpeto pelo Conhecimento, Empreendedorismo e Espírito de Servir.**



**Um problema bem explicado
é meio problema resolvido**

Lideranças da ILUMEO



Diego Senise

Sócio e CEO

Professor convidado de Comportamento do Consumidor na USP

Autor do livro Retorno de Investimentos em Comunicação

Doutor em Comunicação (USP) estudando Economia Comportamental e Eficácia de Propagandas)

Pesquisador do LAB 4C – laboratório de Comunicação e Ciências Cognitivas da USP



Otávio Freire

Sócio e Chief Science Officer

Professor de Branding e Avaliação de Campanhas de Comunicação na USP

Autor do livro Retorno de Investimentos em Comunicação

Líder do tema MKT Analytics Data Science da ANPAD

Vice-Coordenador no CEBRAEV (Centro Brasileiro de Estudos de Varejo) e do B.R.A.N.D.S

Doutor em Comunicação (USP)



Felipe Senise

Sócio e Chief Strategy Officer

MBA em Finanças pelo INSPER

Formação em Publicidade (USP)

10 anos como Planejamento Estratégico em agências

Prêmios Internacionais de Eficácia em Comunicação a partir dos cases das marcas que atendeu:

- IPA Effectiveness Award
- Effie Awards
- Jay Chiat



EXPERIÊNCIAS NO SETOR FINANCEIRO



Bancos



Investimentos



Seguradoras



Benefícios +





PORTFOLIO – MARKETING EFFECTIVENESS

BRAND & MEDIA

DELFO

BRAND TRACKING + MANAGEMENT

COMO COMPROVAR E OTIMIZAR O IMPACTO ESTATÍSTICO DA MARCA NO NEGÓCIO?



MMM

MARKETING MIX MODELING

COMO REALOCAR OS INVESTIMENTOS EM MÍDIA E EVITAR DESPÉRDICIOS?



PERSONA

ANÁLISE DE CELEBRIDADES

QUAL É A CELEBRIDADE IDEAL PARA MINHA MARCA OU CAMPANHA?



TRENDS & CONSUMER INSIGHTS

HIDDEN INSIGHTS

MONITORAMENTO VIA WHATSAPP

QUAIS AS OPORTUNIDADES E RISCOS A PARTIR DO QUE ESTÁ SENDO COMPARTILHANDO NO WHATSAPP?



[Ver mais →](#)

KOSMOS

PRIORIZAÇÃO DE TENDÊNCIAS

QUAIS TENDÊNCIAS TEM MAIS CHANCE DE IMPACTAR O SEU MERCADO E NEGÓCIO?



[Ver mais →](#)

CUSTOMER JOURNEY

JORNADA E CLUSTERIZAÇÃO

COMO É O PROCESSO DE COMPRA E DECISÃO DE CADA UM DOS PERFIS DE CONSUMIDOR?



CX & BUSINESS OPTIMIZATION

RETENÇÃO

CX, LTV E REDUÇÃO DE CHURN

QUAIS OS IMPACTOS FINANCEIROS DA EXPERIÊNCIA DO CLIENTE?

COMO OTIMIZÁ-LA PARA AUMENTAR O LIFETIME VALUE?

[Ver mais →](#)

SATISFAÇÃO

MODELOS E NPS COMPETITIVO

QUAIS ALAVANCAS MAIS INFLUENCIAM A SATISFAÇÃO DOS CLIENTES?

COMO MENSURAR O RETORNO FINANCEIRO DAS AÇÕES DE CX E OTIMIZAR A SATISFAÇÃO DO CONSUMIDOR?

[Ver mais →](#)

PRICING

OTIMIZAÇÃO DE PREÇOS

QUAL ESTRATÉGIA DE PREÇOS UTILIZAR PARA POTENCIALIZAR A RECEITA?

COMO IMPLEMENTAR UM SIMULADOR DE PRICING OU UM MODELO DE PREÇOS DINÂMICOS?

[Ver mais →](#)

DATA CONSULTING & IMPLEMENTATION

ANALYTICS & DATA ENGINEERING

- DATA LAKE E WAREHOUSE
- PIPELINE DE DADOS
- ARQUITETURA DE DADOS
- GOVERNANÇA DE DADOS
- DASHBOARDS
- MODELOS ESTATÍSTICOS E PREDITIVOS
- SIMULADORES DE RESULTADOS

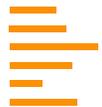
DATA SCIENCE

- MACHINE LEARNING
- DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL
- NATURAL LANGUAGE PROCESSING
- VISÃO COMPUTACIONAL
- MAPEAMENTO DO POTENCIAL DE DADOS DAS EMPRESAS

MARKETING DATA PLATFORM

PLATAFORMA PROPRIETÁRIA DA ILUMEO QUE INTEGRA OS DIFERENTES DADOS DE INVESTIMENTO, CONECTADOS COM MMM E BRAND TRACKING





Curiosidades que nos levaram a fazer o estudo

OS CONSUMIDORES E PROSPECTS ENTENDEM A CATEGORIA?

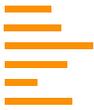
QUAL É COMPORTAMENTO DOS CONSUMIDORES?

QUAIS SÃO OS MOTIVADORES DE CONSUMO?

QUAIS SÃO OS BLOQUEADORES DE CONSUMO?

QUAIS MARCAS SÃO MAIS CONHECIDAS?

ONDE ESTÃO AS OPORTUNIDADES?



Conteúdo presente no estudo completo

Demografia

- Gênero
- Idade
- Classe Econômica
- Estado
- Cidade
- Escolaridade

Como o público entende a categoria

- Avaliação (0 a 10) da influência de características na escolha por uma modalidade de compra
- Serviços financeiros que já ouviu falar (Empréstimo, Consórcio e Financiamento)
- Avaliação (0 a 10) do nível de conhecimento de Consórcio e Financiamento
- Palavras que vem à cabeça quando pensa em Consórcio e Financiamento
- Relacionar frases que tem a ver com a categoria com Consórcio e Financiamento
- Indicar produtos que acredita que podem ser comprados via Consórcio e Financiamento
- Indicar produtos que já comprou via Consórcio e Financiamento

Análises realizadas a partir de pesquisa quantitativa com 1.710 brasileiros entre abril e maio de 2024

Estudo Sindicalizado

Consórcios

Comportamento dos Consumidores e Percepção sobre as Marcas



 ILUMEO



Conteúdo presente no estudo completo

Como o público se relaciona com a categoria

- Tem atualmente, já teve ou nunca teve Consórcio e Financiamento
- Tem interesse em contratar Consórcio e Financiamento
- Indicar se já recebeu recomendação de Consórcio de amigos ou familiares
- Por quais motivos não tem interesse de contratar Consórcio
- Por que prefere outra modalidade de compra
- Qual necessidade que possui não é coberta por Consórcio

Como clientes se relacionam com a categoria

- Quais motivos contratou ou tem interesse em contratar um Consórcio
- Frequência com que contrata Consórcio
- Qual empresa prioriza para contratar um consórcio
- Avaliar (0 a 10) satisfação, intenção de compra e de recomendação de Consórcio
- Indicar pontos positivos e negativos dos consórcios que já contratou

Estudo Sindicalizado

Consórcios

Comportamento dos Consumidores e Percepção sobre as Marcas





Conteúdo presente no estudo completo

Funil

- Top of Mind
- Awareness Espontâneo
- Awareness-Knowledge-Liking-Consideration-Preference
- Rejeição de marcas
- Marcas das quais é cliente de Consórcio
- Marcas das quais é cliente de qualquer serviço

Marcas estudadas: Honda, Bradesco, Banco do Brasil, Volkswagen, Itaú, Disal, Yamaha, Caixa, Rodobens, Embracon, Porto, Gmac, GNP Consórcios, Santander, XS5, Magazine Luiza, Sicoob, HS, Ademicon e Sicredi

Recall

- Lembra de ter visto propaganda de Consórcio
- De qual marca lembra de ter visto propaganda de Consórcio

Estudo Sindicalizado

Consórcios

Comportamento dos Consumidores e Percepção sobre as Marcas





Amostra: 1.710 brasileiros

GÊNERO

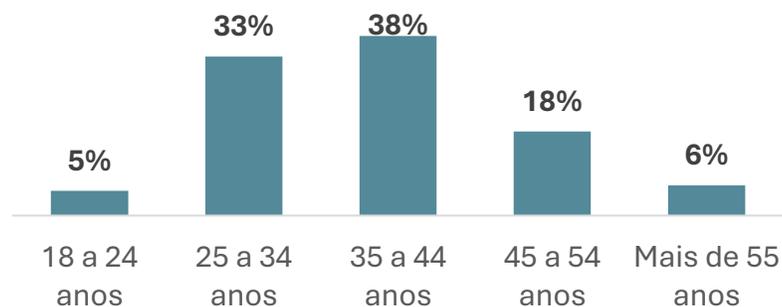


58%
Mulheres

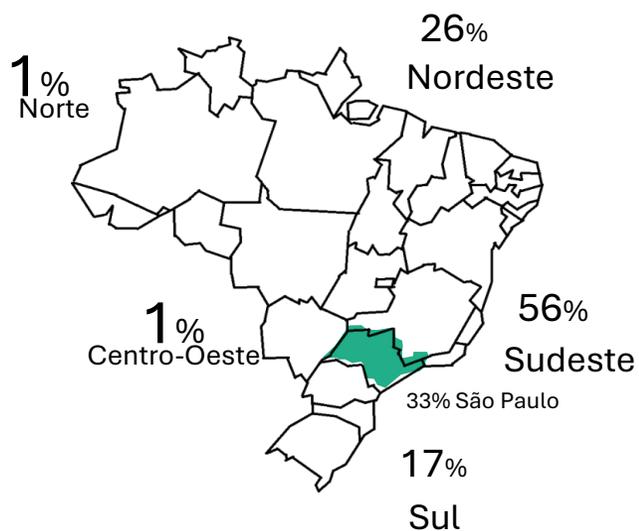


42%
Homens

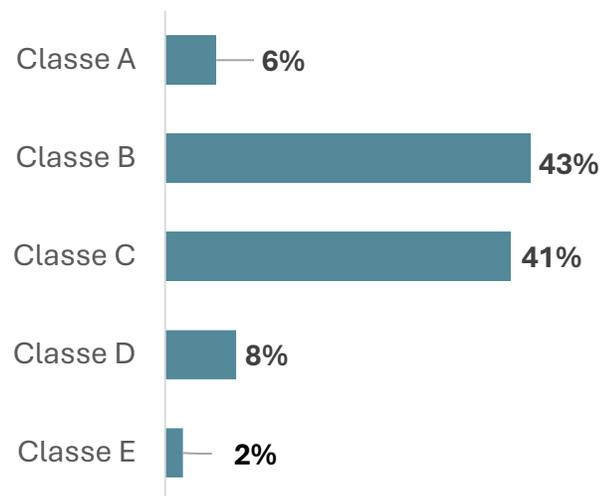
FAIXA ETÁRIA



REGIÃO



CLASSE ECONÔMICA



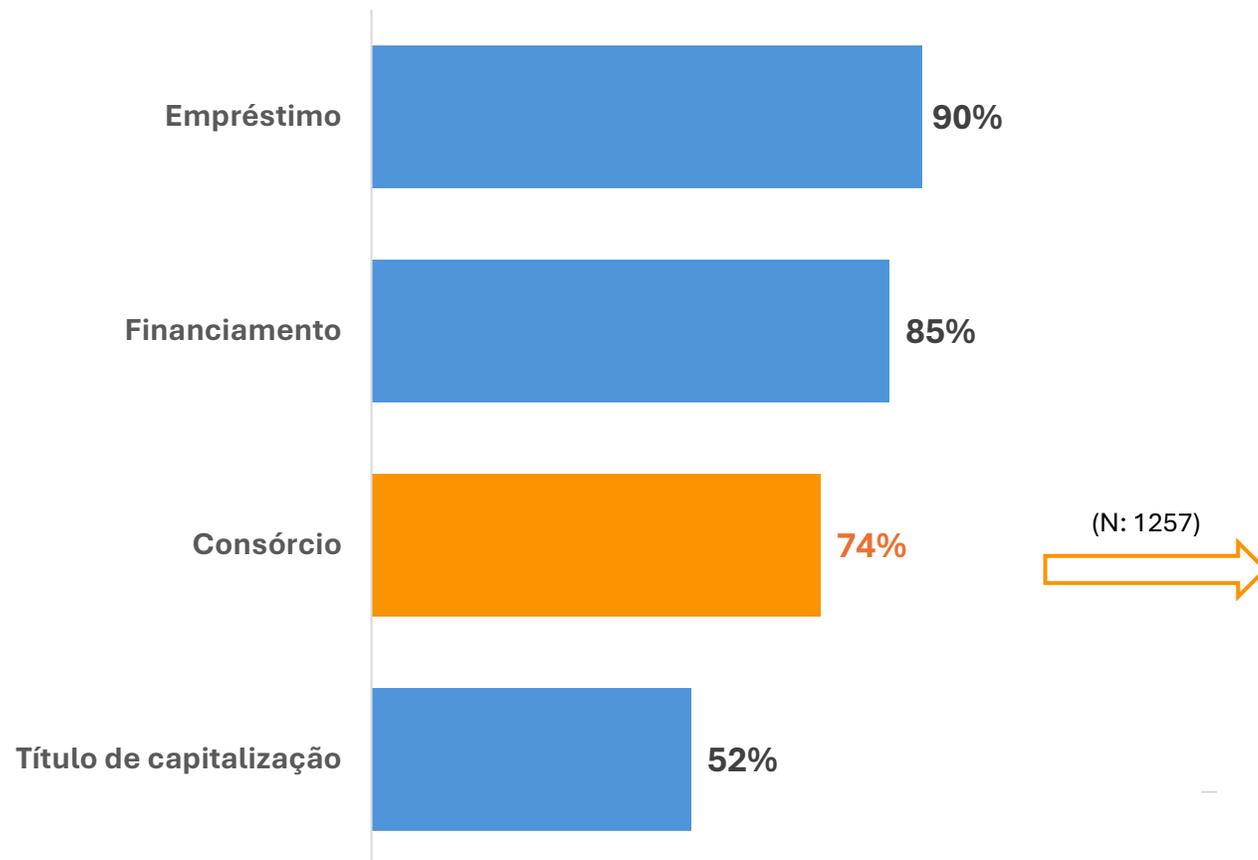
Consórcios

CONHECIMENTO DA CATEGORIA

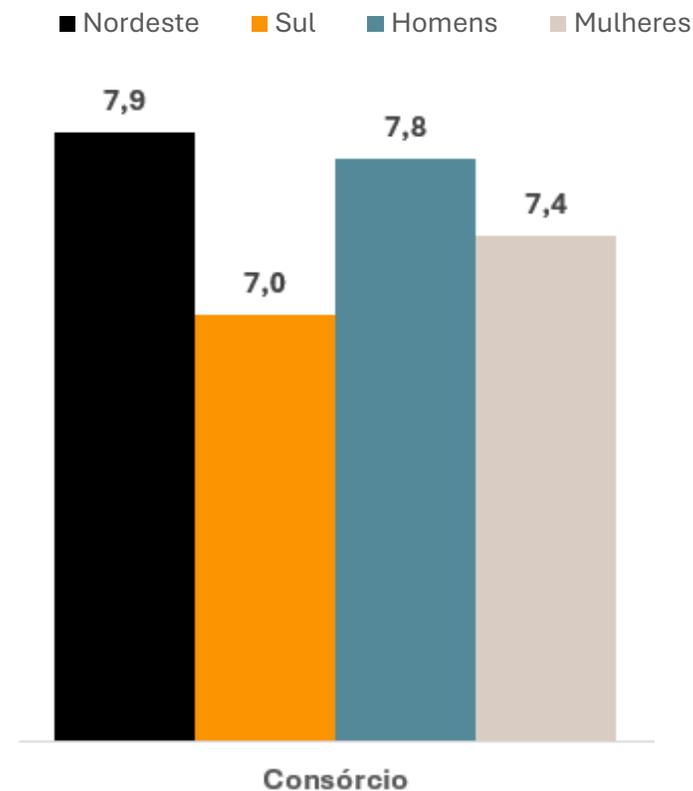


26% dos brasileiros nunca ouviram falar em consórcios

Awareness da categoria



Conhecimento Subjetivo



Pergunta: De quais serviços financeiros você já ouviu falar?

Pergunta: De 0 a 10, avalie o seu conhecimento sobre as modalidades de compra abaixo:

N: 1710 (N: 323 Nordeste, N: 203 Sul, N: 524 Homens, N 726 Mulheres)

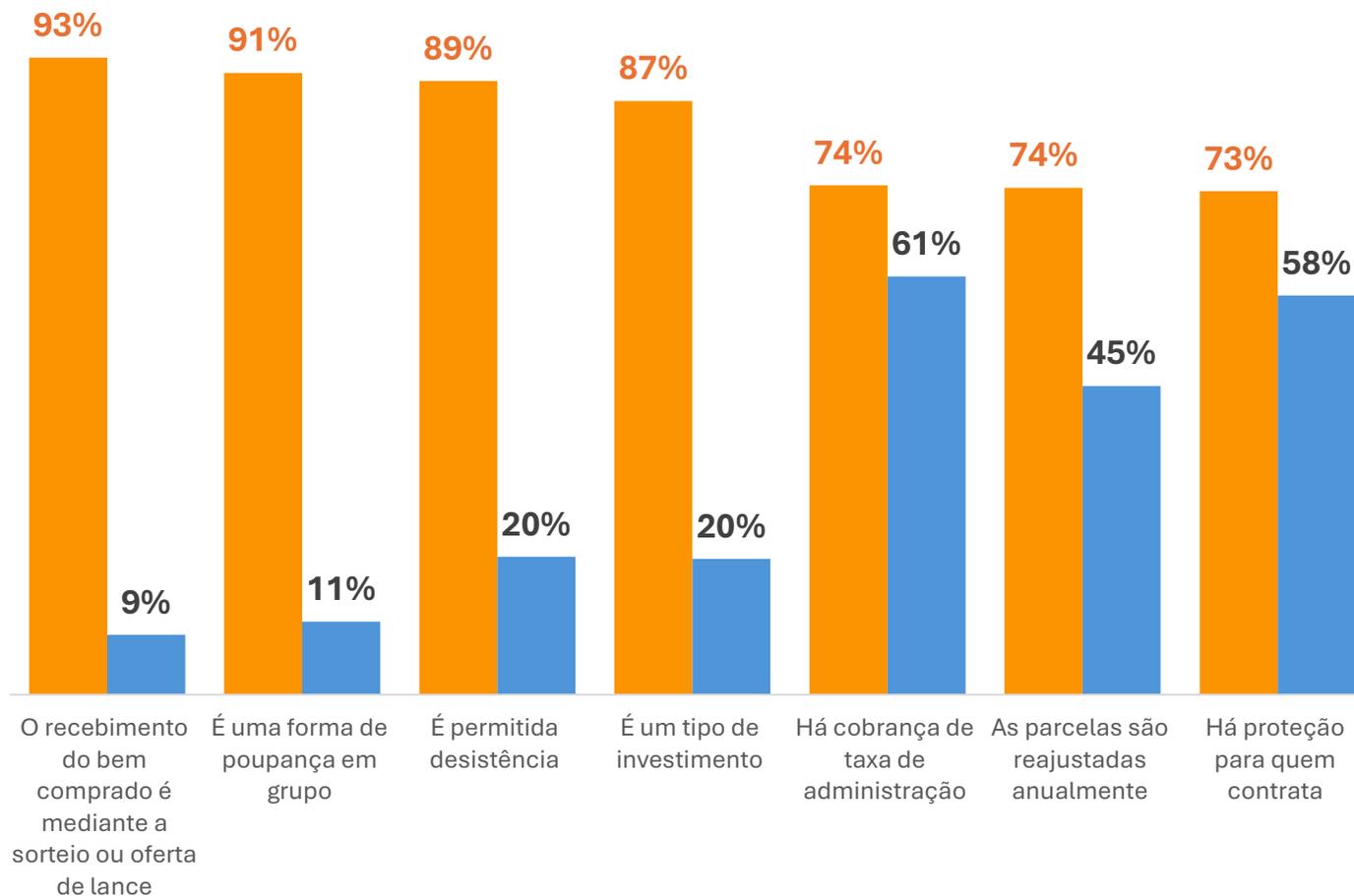
Consórcios

ENTENDIMENTO E MOTIVAÇÕES DE CONSUMO



Cerca de ¼ não sabe sobre taxas de administração, reajustes e proteções

■ Consórcio ■ Financiamento (empréstimo)



Pergunta: Cada frase abaixo está relacionada a qual modalidade de compra?



A falta de entendimento da categoria está focada nestes três pontos:

19%

acham que o **recebimento** do bem é imediato

29%

não sabem que podem fazer o **processo** digitalmente

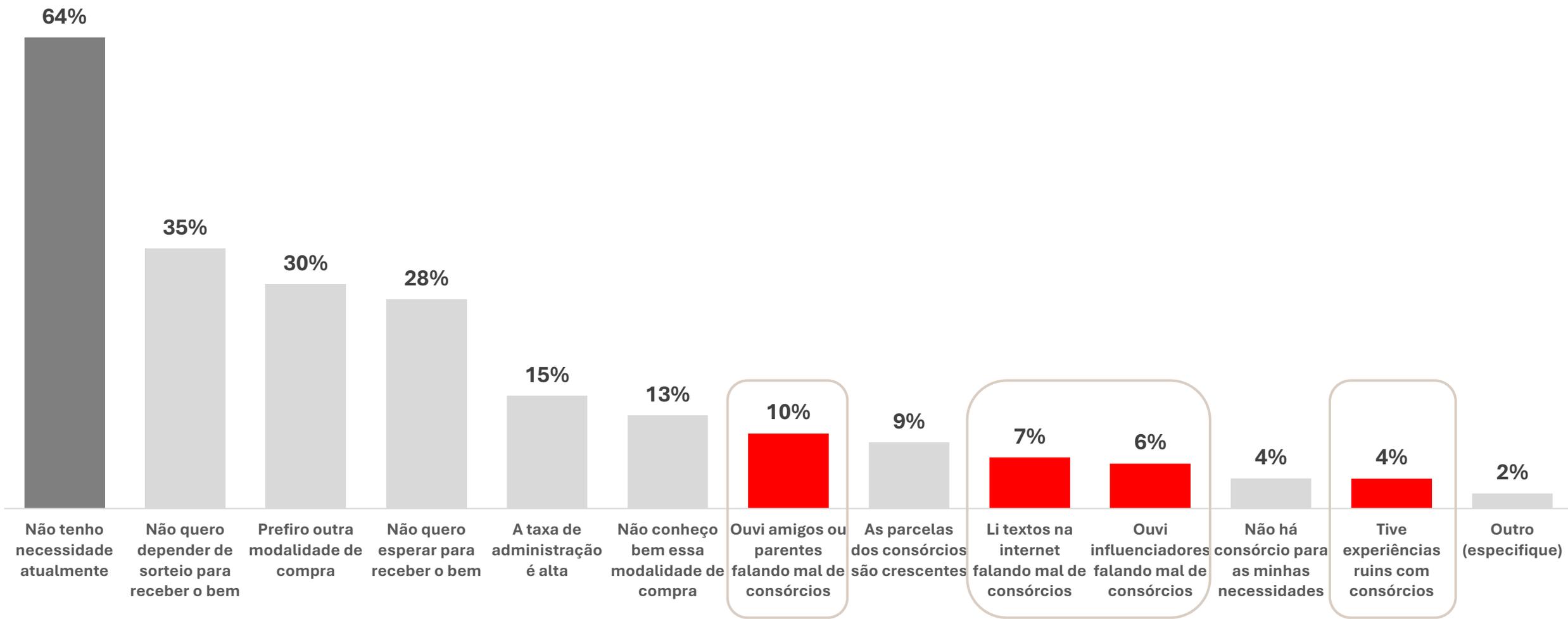
41%

acham que é necessário **pagar entrada**

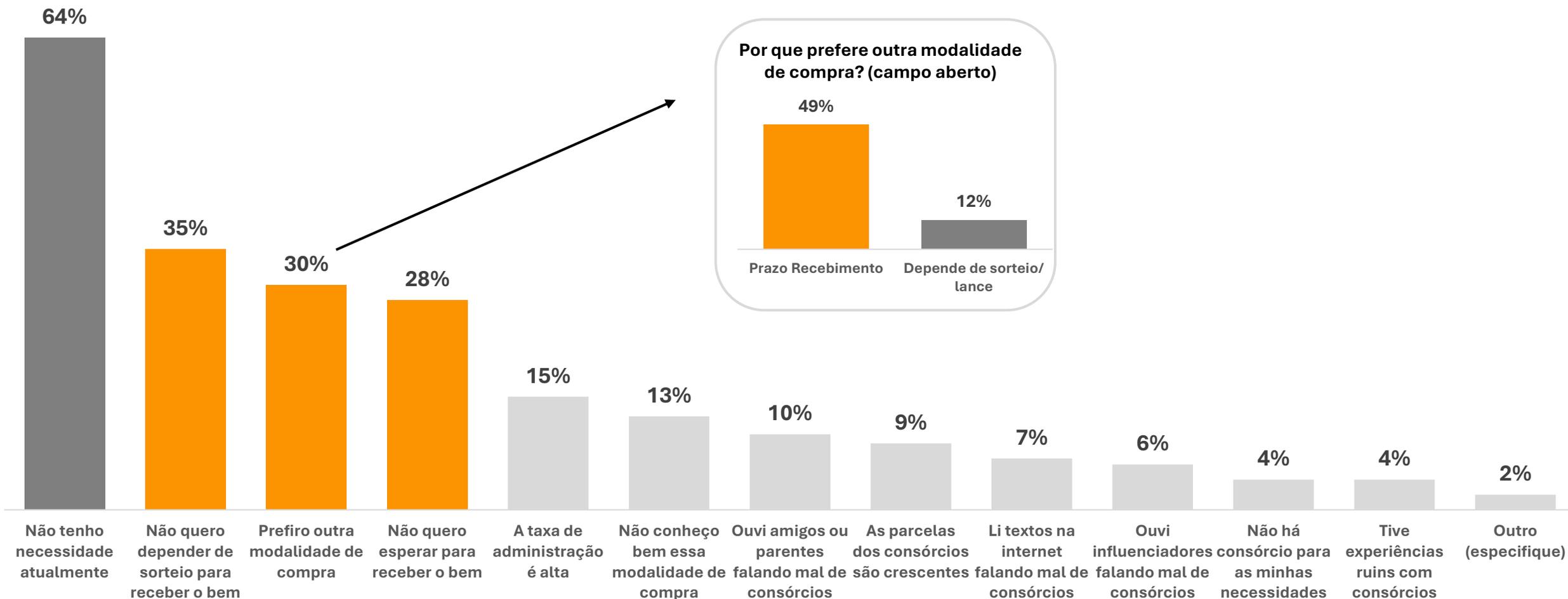
Consórcios

BLOQUEADORES DE CONSUMO

Só 4% tiveram experiências ruins com consórcios, mas 23% já ouviram falar mal da categoria



Só 4% tiveram experiências ruins com consórcios, mas 23% já ouviram falar mal da categoria





O entendimento da categoria explica 43% da intenção de compra



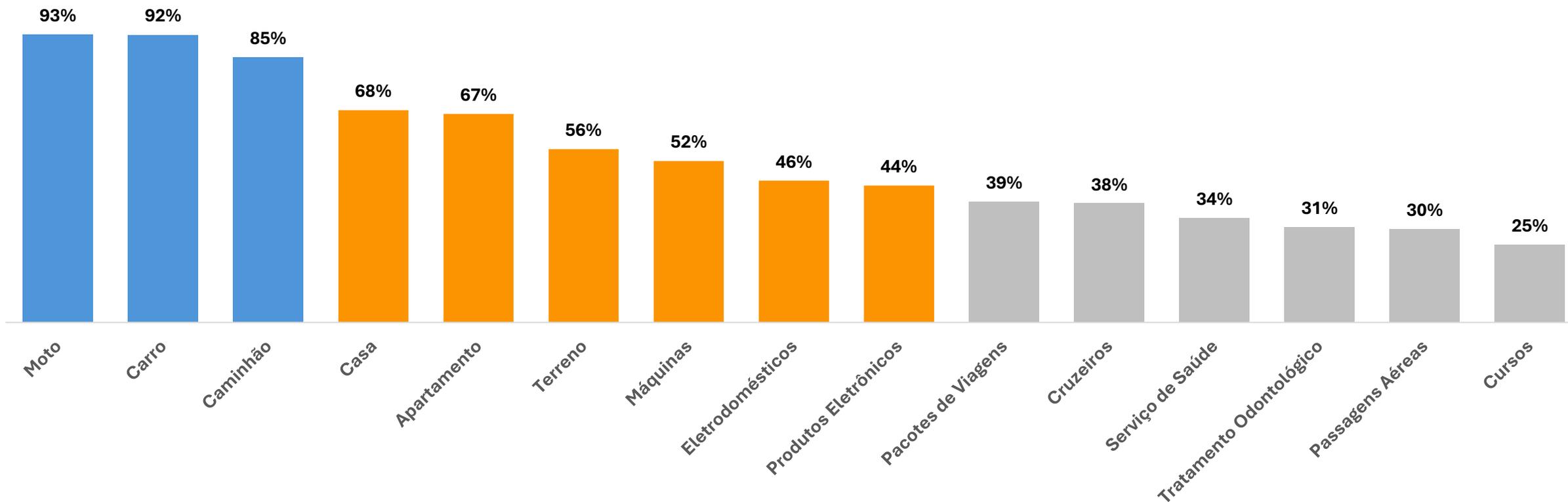
Poder de
explicação

43%

Consórcios

POTENCIAL DE CRESICMENTO

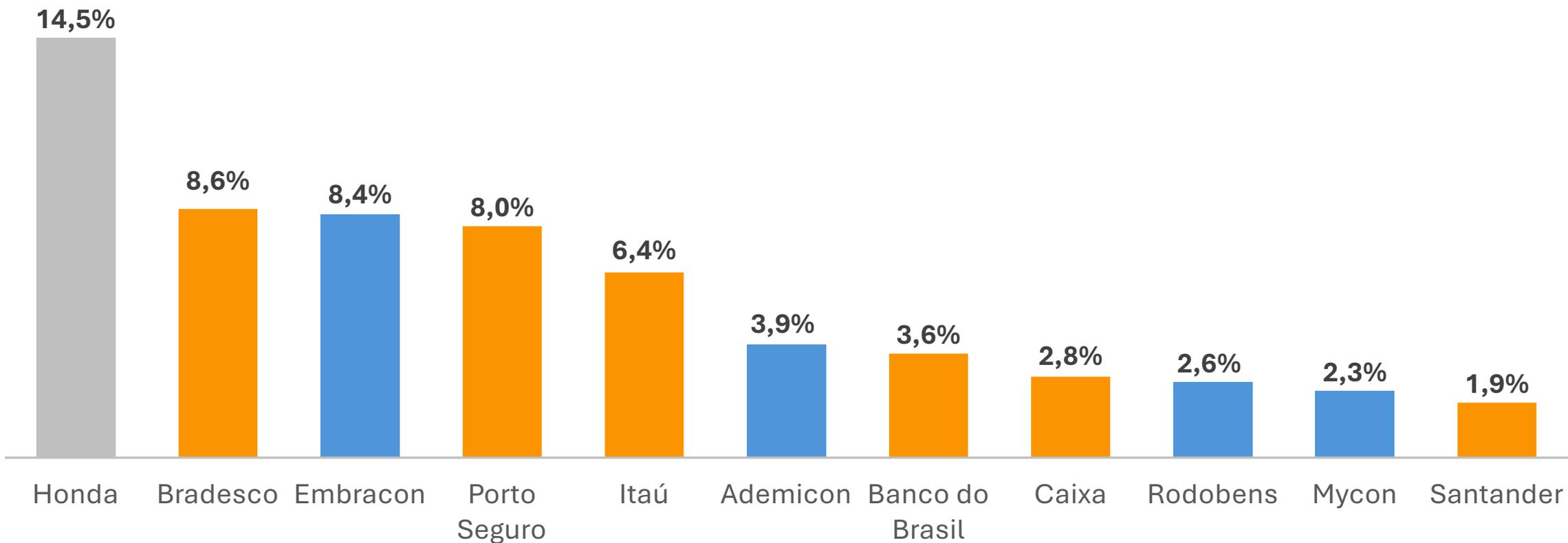
Produtos e serviços que os brasileiros sabem que podem ser contratados por meio de consórcios



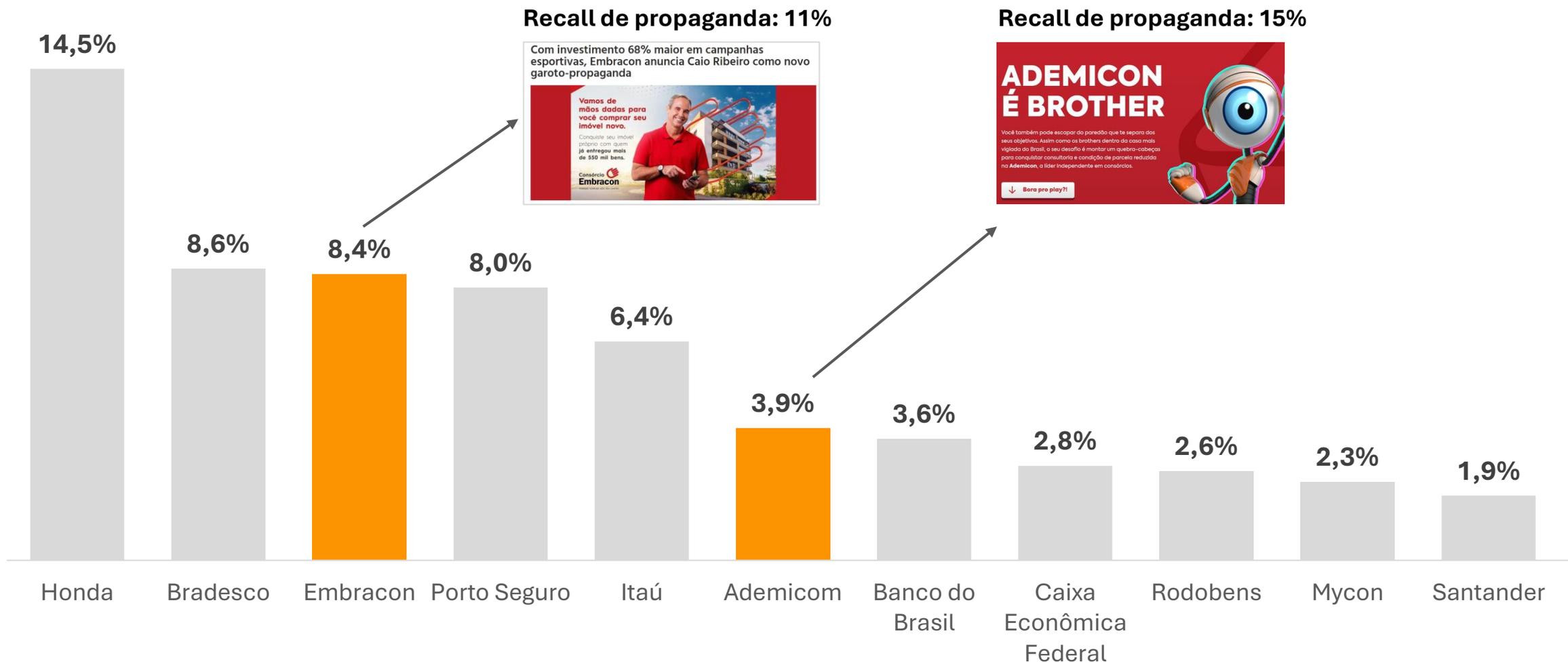
Consórcios

MARCAS E PROPAGANDA

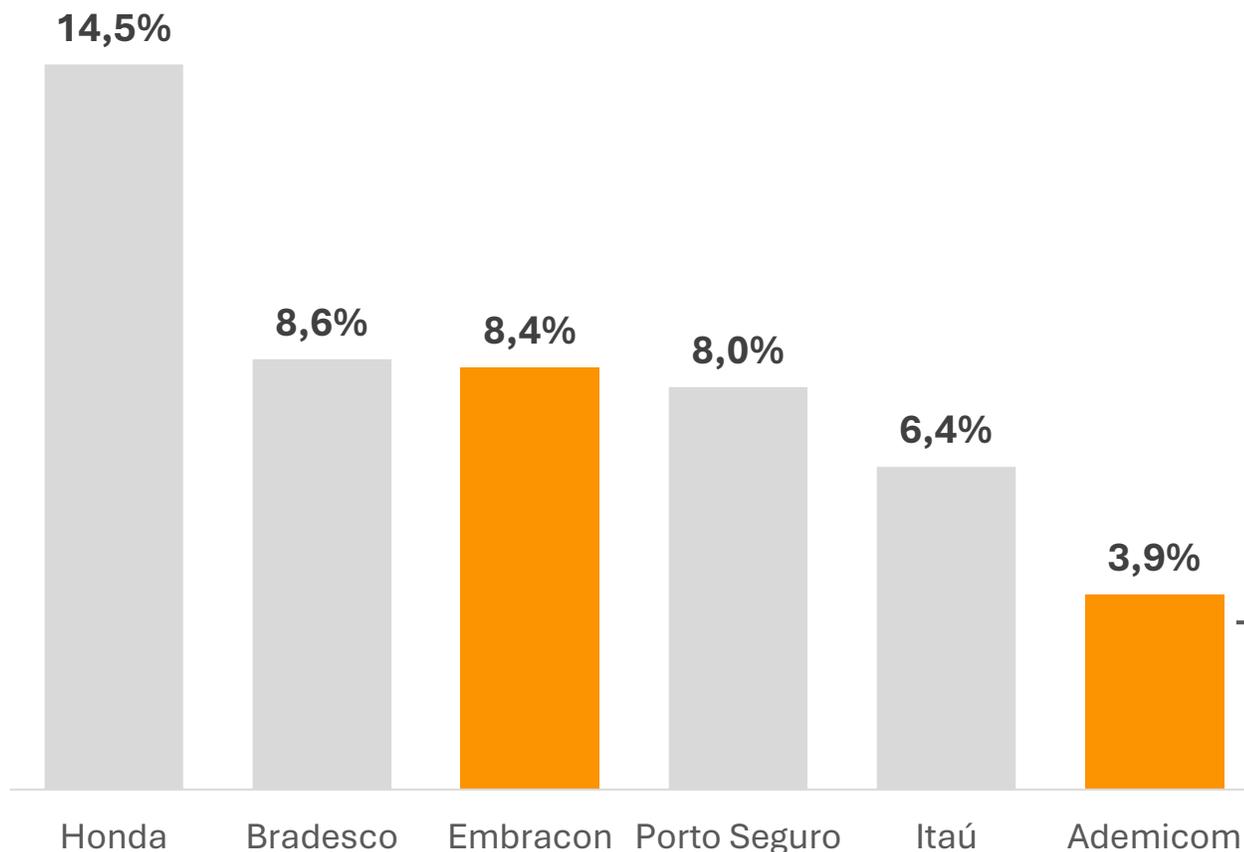
Entre as marcas especializadas em consórcios, a Embracon está na liderança seguida por Ademicon



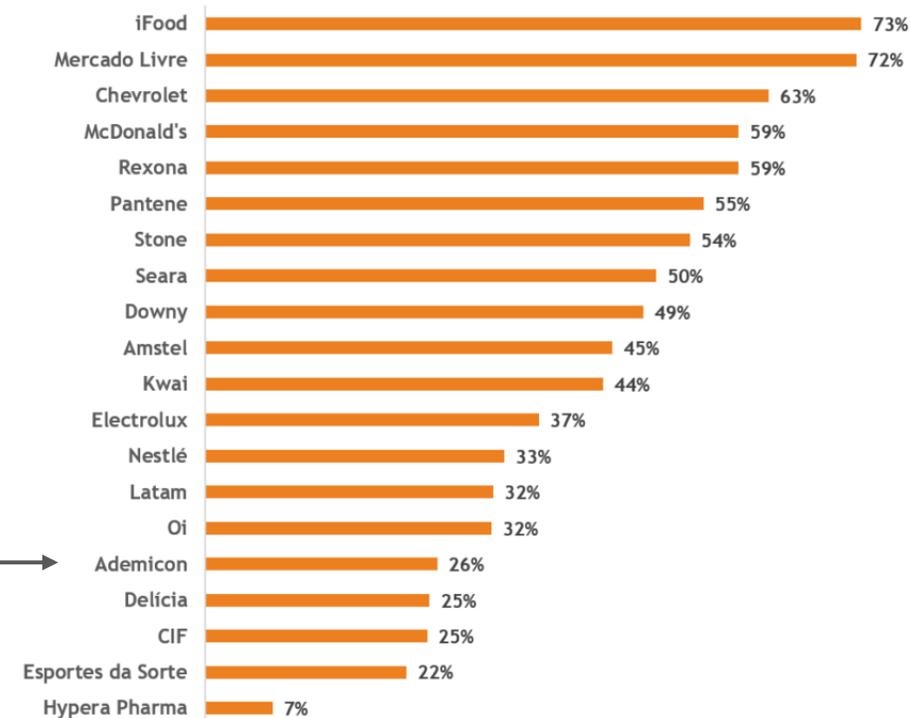
Entre as marcas especializadas em consórcios, a Embracon está na liderança, seguida pela Ademicom



Entre as marcas especializadas em consórcios, a Embracon está na liderança, seguida pela Ademicom



Lembrança de Marcas no BBB 24 - Estudo ILUMEO



Pergunta: Quais são todas as marcas que você lembra de ter visto no BBB 24?

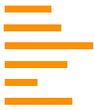


Efeito das campanhas de publicidade no conhecimento objetivo sobre a categoria

	Lembra de propaganda	Não lembra de propaganda
“É um tipo de investimento”	90%	83%
“Há cobrança de juros”	38%	46%

Consórcios

INSIGHTS **E APRENDIZADOS**



DESCONHECIMENTO SOBRE A CATEGORIA? GRANDE PARTE NUNCA OUVIU FALAR DE CONSÓRCIO

DESCONHECIMENTO SOBRE FEATURES IMPORTANTES DO PRODUTO

DESCONHECIMENTO SOBRE PRODUTOS QUE PODEM SER COMPRADOS

TEMPO DE ESPERA É O PRINCIPAL BLOQUEADOR DE CONSUMO

ALTA COMPETIÇÃO: MUITAS MARCAS COM VALORES BAIXOS DE TOP OF MIND

CAMPANHAS E PATROCÍNIOS IMPULSIONAM AS MARCAS ESPECIALIZADAS



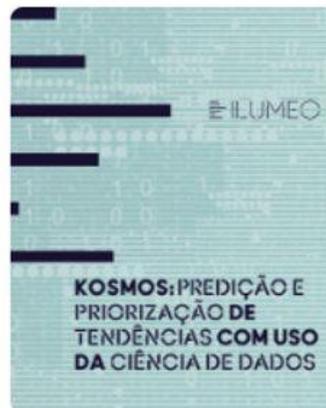
MAIS CONTEÚDOS NO SITE DA ILUMEO



Os 4 níveis para otimização do ROI com MMM

Hoje, cerca de 20% dos investimentos em mídia não impactam significativamente os resultados de negócio. Isso porque a maioria das empresas não utiliza métodos que respondam às perguntas como: Qual canal...

[acesse agora](#)



Predição e Priorização de tendências com o Kosmos

Baixe o e-book e entenda a metodologia que estima quais tendências têm mais chance de impactar seu negócio e tome decisões de inovação mais eficientes. Com o KOSMOS é possível...

[acesse agora](#)



Como mensurar o investimento em OOH

A publicidade está cada vez mais digital. Mas, algumas mídias tradicionais seguem trazendo bons resultados. Como saber se esse é o caso do Out Of Home (OOH)? Neste e-book você...

[acesse agora](#)



Como definir um parceiro de brand tracking

Neste e-book, você entenderá por que mensurar marca é algo importante e por que você deve contar com uma boa empresa parceira durante esta jornada. Veja o framework com os...

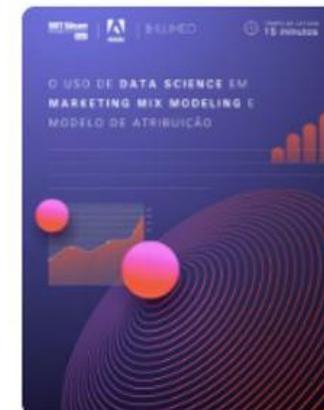
[acesse agora](#)



Case de estudos ILUMEO com Fintech

O case mostra como a ILUMEO impulsionou o crescimento de uma das maiores fintechs do Brasil ao longo de anos. Como consultoria especializada em Marketing Effectiveness, implementamos um framework com...

[acesse agora](#)



Data Science e Marketing Mix Modeling

Em parceria com a Adobe e o MIT Sloan Management Review, escrevemos um e-book sobre como usar ciência de dados e o Marketing Mix Modeling para aumentar a capacidade de...

[acesse agora](#)



ILUMEO

contato@ilumeo.com.br