

ANÁLISE COMPORTAMENTO DIGITAL:

Setor de consumo de chocolate no Brasil.

Período de medição: 1 de janeiro de 2020 a 18 de abril de 2021



ATIVIDADE DA DISCUSSÃO | JANEIRO 2020 - ABRIL 2021

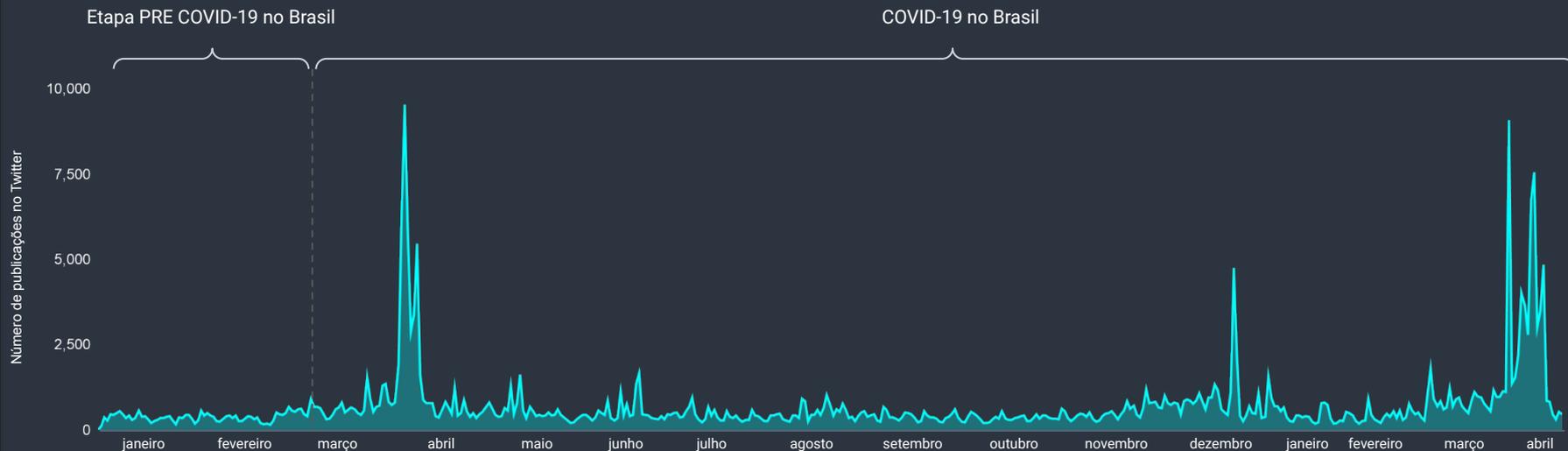
Inflexões registradas durante o período, segmentadas em dois momentos da discussão.



338.820 menções em meios digitais



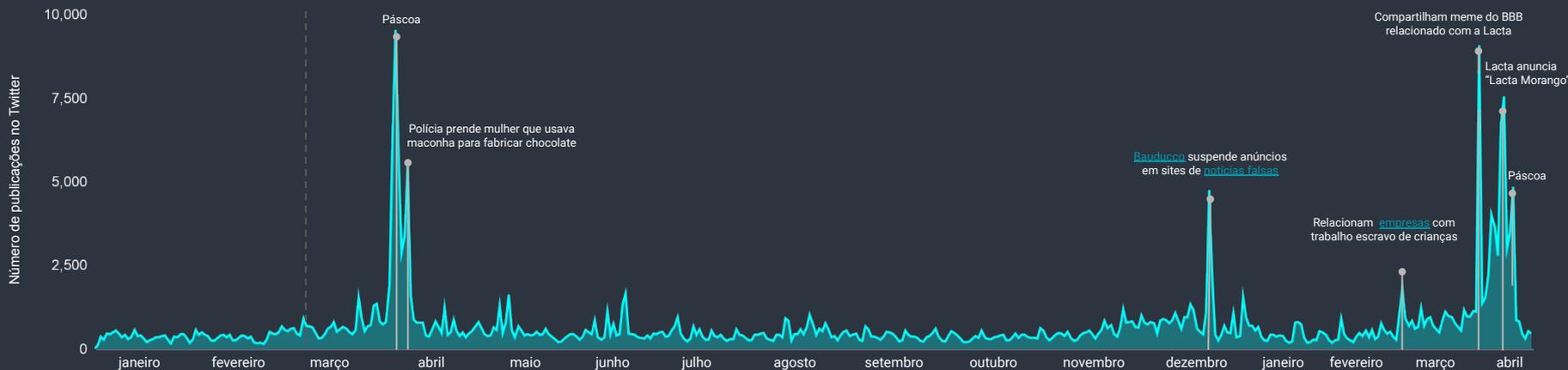
224.707 usuários de meios digitais



Destacam inflexões relacionadas com a Páscoa, tanto em 2020 como em 2021 internautas aumentaram as menções em relação ao consumo de chocolate. Também predominam publicações com relação às principais marcas.

ATIVIDADE DA DISCUSSÃO | JANEIRO 2020 - ABRIL 2021

Inflexões registradas durante o período, segmentadas em dois momentos da discussão.



Atitude sobre o setor por período



ATITUDE SOBRE O SETOR | JANEIRO 2020 - ABRIL 2021



82% positiva

18% negativa

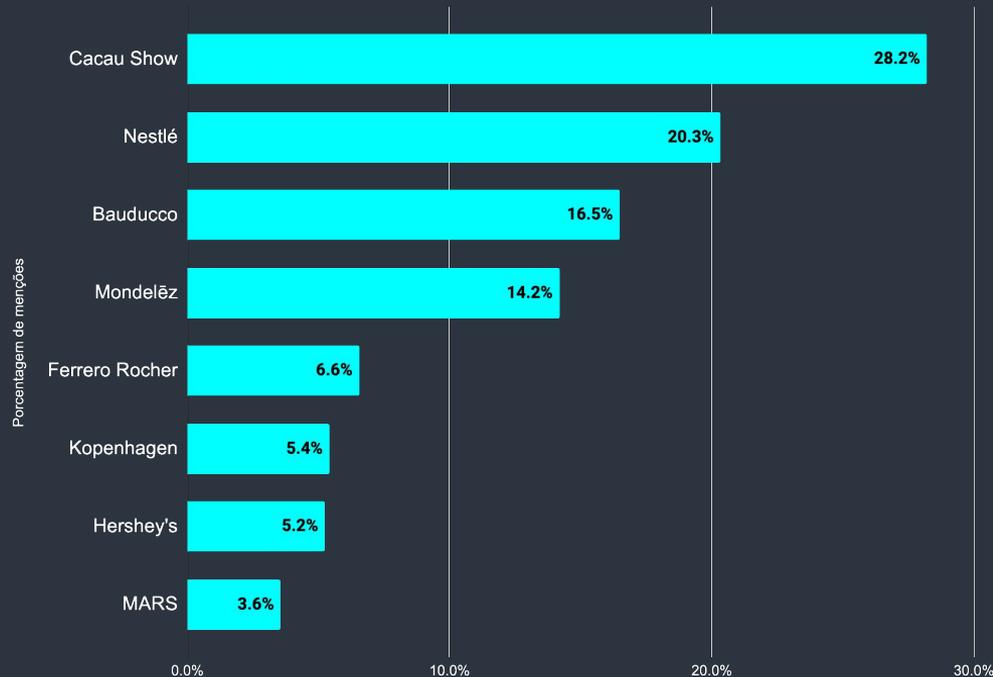
A favor:

- Internautas compartilham seu gosto por produtos de várias marcas, divulgam menções e fotos dos produtos que consomem.
- Durante as celebrações da Páscoa, tanto em 2020 como em 2021 partilham o gosto pelos produtos especiais lançados pelas marcas; mostram seu apoio e desejo comprando-os.
- Também se destacam as colaborações que realizam com outras marcas, como McDonald's, Big Brother, NBA, entre outras.

Em contra:

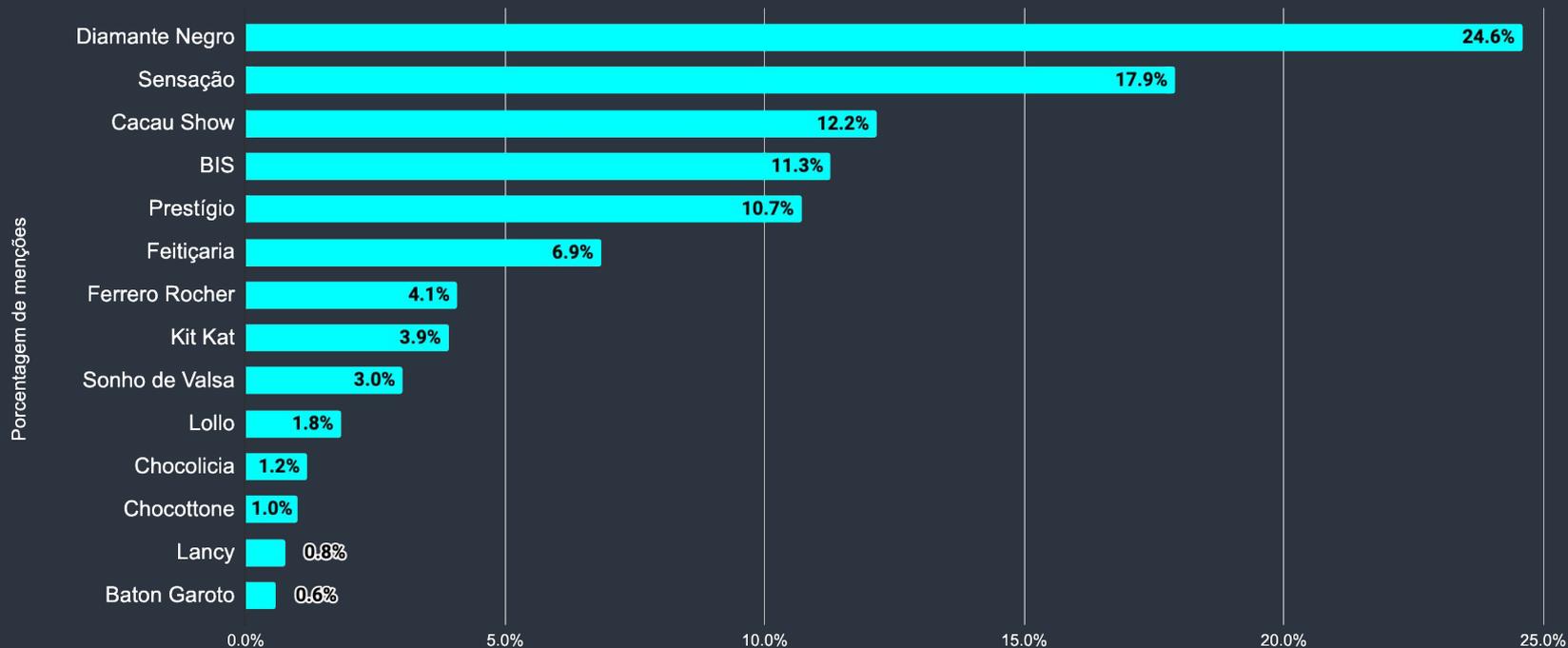
- Internautas criticam a qualidade de vários produtos, compartilham experiências ruins que tiveram ao consumi-los.
- Pedem para consumir produtos locais durante a pandemia para ajudar as pequenas empresas.
- Exigem preços justos pelos seus produtos, consideram que com o tempo ficam mais caros e de menor qualidade.

PRINCIPAIS MARCAS | SETOR DE CONSUMO DE CHOCOLATE NO BRASIL

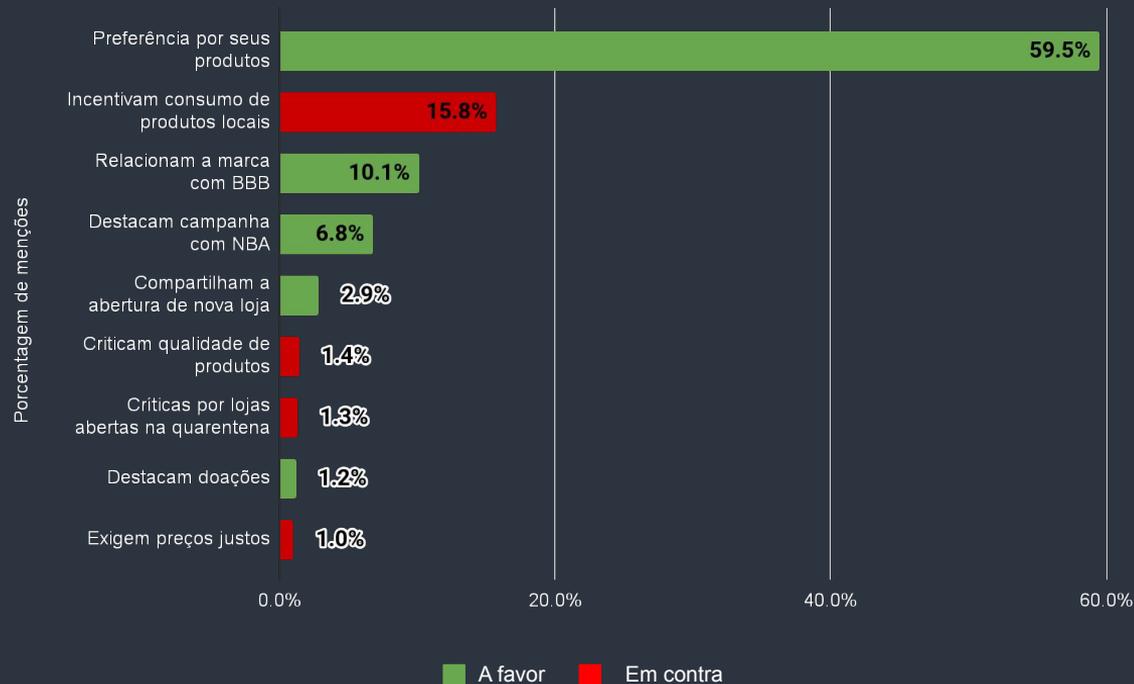


- Top 3 das marcas principalmente mencionadas: **Cacau Show, Nestlé e Bauducco.**
- Em todas as marcas, predomina a percepção positiva de seus produtos, uma vez que os usuários mantêm menções a favor delas.
- Ainda, nos eixos negativos, sobressaem o aumento dos preços dos produtos e as críticas à sua qualidade.
- Nas últimas semanas devido à comemoração da Páscoa, destacam-se os comentários de edições especiais de produtos, como os ovos de Páscoa.

PRINCIPAIS SUBMARCAS | SETOR DE CONSUMO DE CHOCOLATE NO BRASIL

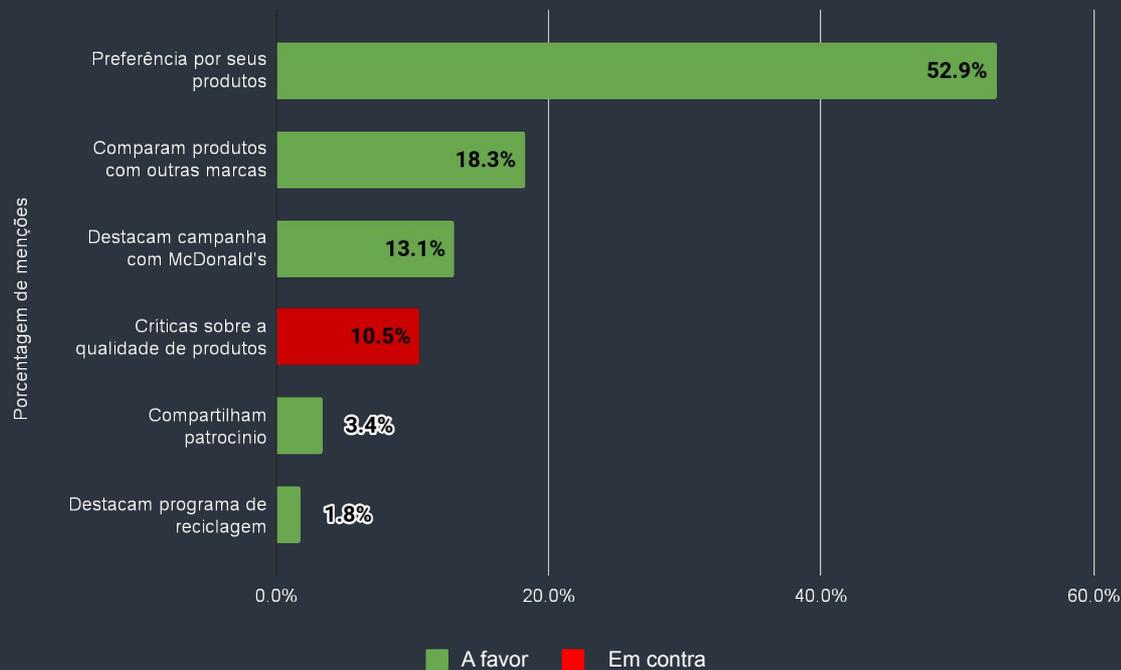


LINHAS DISCURSIVAS A FAVOR E EM CONTRA | CACAU SHOW



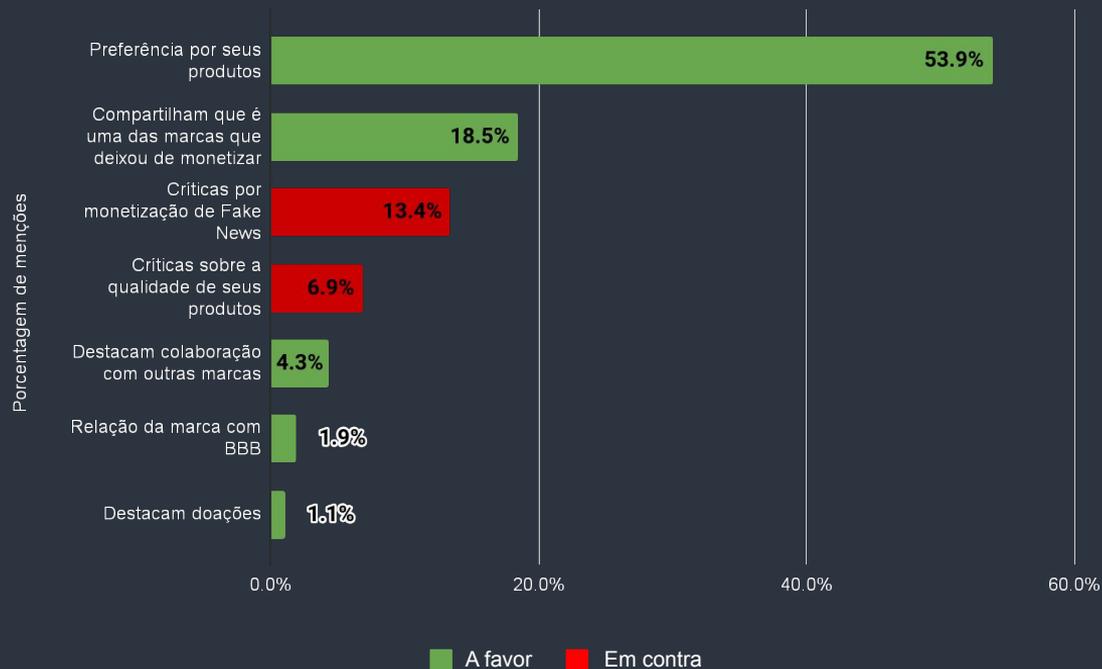
- Em maior proporção, os internautas compartilham a preferência pelos produtos Cacau Show. Nas últimas semanas, destaca-se a colaboração que a marca fez com a NBA, bem como o patrocínio que mantém com o Big Brother.
- Indicam que é melhor consumir produtos locais na pandemia para ajudar as pequenas empresas.
- Comemoram a abertura de novas lojas, embora também tenham criticado que há longas filas durante a quarentena.
- Em menor número, criticam a qualidade dos produtos e os preços altos. Destaca-se a publicação de um chocolate que tinha larvas.

LINHAS DISCURSIVAS A FAVOR E EM CONTRA | NESTLÉ



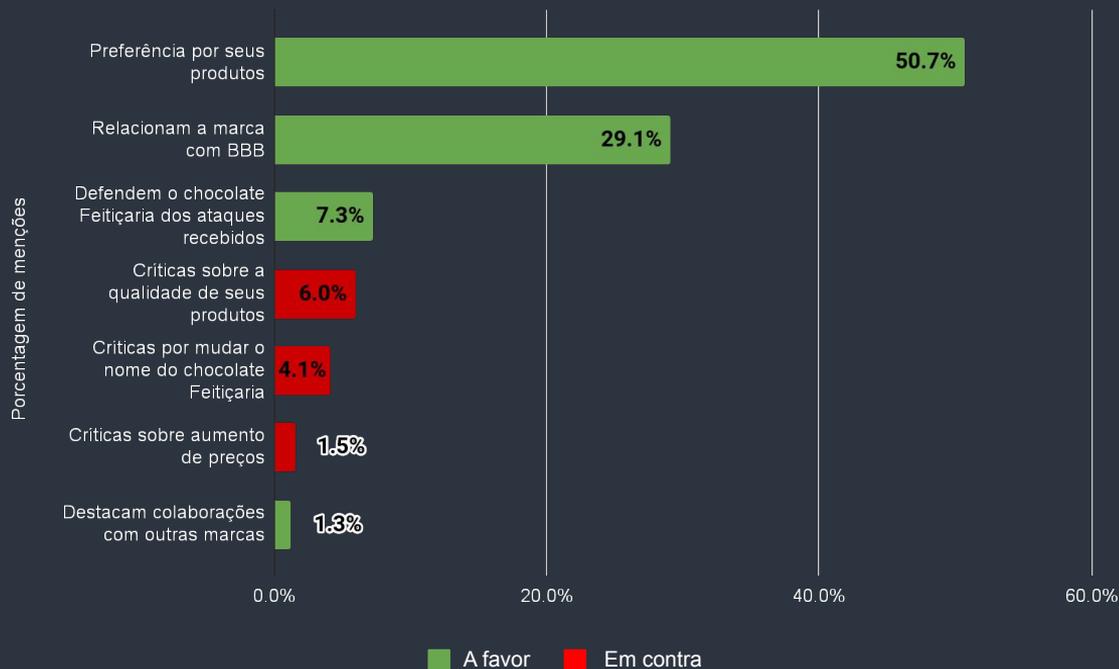
- Destaca-se a preferência por produtos como KitKat, Crunch, Sensação e Baton de Garoto.
- Além disso, os internautas comparam os produtos Nestlé com outras marcas. Predomina a preferência por KitKat sobre Bis de Lacta.
- 13% destacam a colaboração da Nestlé com o McDonald's para o novo sabor do McFlurry Kit Kat.
- Internautas lembram que a Nestlé iniciou um programa de reciclagem de embalagens de chocolate e biscoitos.
- Em menor número, criticam a qualidade de seus produtos.

LINHAS DISCURSIVAS A FAVOR E EM CONTRA | BAUDUCCO



- A preferência pelos produtos Bauducco se destaca, principalmente pelo Chocottone.
- Há uma porcentagem significativa de conversas relacionadas ao bloqueio de anúncios em sites que publicam Fake News. Em menor medida eles criticaram a marca e demandaram parar de monetizar esse tipo de notícia. Com um percentual positivo maior, internautas compartilham que já é uma das marcas que impediram a monetização de “canais prejudiciais” na internet.
- Destacam a colaboração com a Hershey's e mostram preferência pelo produto.
- 6,90% criticam alguns produtos.

LINHAS DISCURSIVAS A FAVOR E EM CONTRA | MONDELËZ



- Destacam-se as menções sobre a preferência pelos produtos da marca, entre eles Diamante Negro, Chocolicia e Bis.
- 29,1% dos internautas fazem menções da Lacta relacionadas ao Big Brother, com destaque para a participante Juliette.
- Em relação aos produtos, reclamam sobre sua qualidade, como um usuário que encontrou vidro em seu chocolate. Eles também indicam que a quantidade de produto na embalagem está diminuindo.
- Em relação à polêmica do nome Feitiçaria, sobressaem os comentários em defesa dos detratores, embora tenham feito críticas ao saber da mudança do nome para Lacta Morango.



metrics

m e t r i c s e r . c o m

Para ver mais análises como esta, clique em:

<https://www.metricser.com/exclusive/>



@Metricsers



/Metricsers



/Metricsers



Metricsers