

# KANTAR

## PANELVOICE BRAND LEVERS

Como as pessoas que podem  
aumentar sua penetração  
veem sua marca

**9 em cada 10 marcas crescem através do aumento da penetração. Usar Levers lhe trará uma compreensão mais profunda dos compradores que oferecem uma rota para o crescimento – e como eles veem sua marca**

As marcas perdem em média 50% de seus compradores a cada ano. Ganhar mais compradores do que você perde fará sua marca crescer. Você precisa entender os pontos fortes e fracos da sua marca em relação aos compradores que você perdeu recentemente, aos novos que você precisa reter e aos que “deveriam ser” seus compradores que compram a concorrência. Isso ajudará você a identificar melhorias à sua estratégia de marca e ativação.

PanelVoice obtém amostras únicas e de alta qualidade, ao selecionar compradores de nossos painéis com base em seu comportamento de compra ao longo do tempo. A declaração espontânea de deixar de comprar a marca ou não, não é um fator para PanelVoice, considerando que 70% das pessoas não conseguem lembrar se abandonaram ou não uma marca. Com nossa base de dados, podemos descobrir novas perspectivas e ter a certeza de que estamos atingindo as pessoas certas. Também podemos ir mais fundo e identificar aqueles que abandonaram submarcas específicas, evitando confusão entre os entrevistados que conhecem primariamente a marca-mãe.

## Nossa abordagem

>>> **Fale com os compradores** que podem impulsionar o crescimento futuro com base nos comportamentos reais de compra

Aumentar a penetração %



**Comprador recorrente**  
Reter (e aumentar a fidelidade)



**Novo comprador**  
Conquistar



**Comprador perdido**  
Recuperar

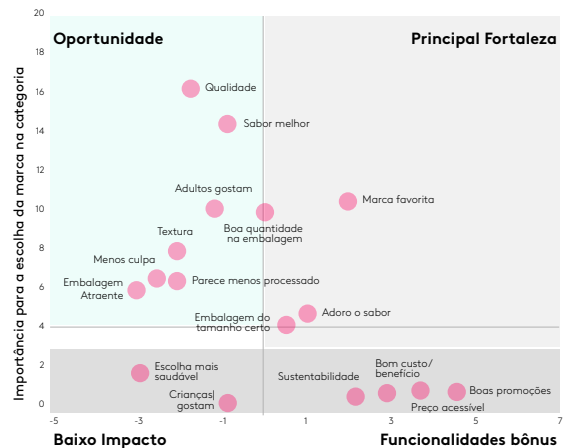


**Comprador-chave do concorrente (mas não seu)**  
Converter

>>> **Identifique** quais fatores fazem cada grupo escolher uma marca

	Total	Comprador da Marca	Não Comprador da Marca
Marca Favorita	22.2	23.5	10.4
Boas promoções	10.8	13.0	0.6
Sabor melhor do que outras	10.1	9.7	14.3
Adoro o(s) sabor(es)	9.5	9.5	4.7
Tamanho de embalagem certo	8.9	9.4	4.1

>>> Entenda a **visão que eles têm de sua marca** em comparação às concorrentes para encontrar áreas que podem desbloquear o crescimento



### Suas Perguntas

- Quais fatores podem atrair novos compradores para minha marca?
- Qual é a diferença entre meus compradores perdidos e os novos?
- Estou priorizando os atributos corretos para alavancar mais compras?
- Como minha marca se diferencia da concorrência?
- Como posso posicionar minha marca de forma diferente? Quais são as necessidades não satisfeitas – os espaços em branco – que posso explorar?

### Suas Ações

- Aprimore sua estratégia de construção de marca tendo mais clareza sobre como direcionar aos compradores-alvos que podem ajudar você a crescer
- Identifique áreas potenciais de oportunidade onde seus pontos fortes não estão alinhados às necessidades do comprador-alvo

### Benefícios

- 70% das pessoas não conseguem lembrar se abandonaram ou não uma marca. Ao selecionar nossa amostra do nosso painel de compra, podemos descobrir novas perspectivas e dar a certeza de que estamos atingindo as pessoas certas.
- A importância de diferentes atributos é derivada de compras reais de marca, não do valor da marca – brand equity – ou de compras declaradas.
- Entrega online simples e escalável - com opções de autoatendimento e apresentação disponíveis.