TikTok for Business | /LiveRamp

Desvendando as tendências de consumo para CPGs

Junto com a LiveRamp, o TikTok apresenta novos insights sobre o comportamento de compra de usuários da plataforma que fazem parte do programa de fidelidade do Carrefour.

Os resultados comparam como eles se comportam em lojas físicas e online, comparado a não-usuários da plataforma com o cartão.

Usuários do TikTok gostam de inovação

+11%

Comparado a não-usuários, as pessoas que usam TikTok fazem 11,5% mais compras de novos produtos.

Usuários do TikTok são híbridos

+19%

Usuários do TikTok optam mais por **usar um misto de canais (offline e online)** para comprar do que não-usuários.

Usuários do TikTok compram mais vezes

+6,1%

Usuários do TikTok compram mais vezes do que quem não tem uma conta no TikTok

Como fica cada categoria?

Alimentação

Frequência média de compra

+4,2%

A penetração da categoria entre usuários e não-usuários de TikTok é a mesma, mas a frequência média de compra entre usuários é 4,2% maior.

Quantidade média de produtos por compra

+11,2% massas, arroz, grãos e sopas

+8,1% óleos, tempero e molhos

+7,5% sobremesas e ingredientes para confeitaria

Usuários do TikTok também colocam mais desses itens em seus carrinhos comparado a não-usuários.

Bebidas

Frequência média de compra

+8,1% refrigerantes

+4% xaropes e bebidas solúveis

+2,4% cervejas, cidras e ready to drink

A frequência compra de refrigerantes, bebidas solúveis, cervejas e mais é maior entre usuários do TikTok do que entre não-usuários.

Eletrodomésticos de grande porte

Penetração da categoria

+184% secadoras de roupa

+49% máquinas de lavar roupa

+46% fogões

Entre usuários do TikTok, o percentual de pessoas que compraram um desses três tipos de eletrodoméstico foi maior do que entre não-usuários.

Eletroportáteis

Gasto médio

+7,2% em beleza e estética

+2,7% em eletroportáteis para cozinhar

+2,1% em eletroportáteis de preparação

Os usuários do TikTok gastam mais do que não-usuários em produtos relacionados a beleza, aparelhos para cozinhar e também para preparar a comida.

Tamanho do cesto

+6,1% em beleza e estética

+1,7% em eletroportáteis para cozinhar

+1,6% em eletroportáteis de preparação

As compras feitas por usuários do TikTok também são mais caras: comparando o tamanho do cesto – o valor dos carrinhos de compra –, quem usa a plataforma gasta um pouquinho mais.