



M Buzz

Pesquisa revela marcas com melhores experiências para o consumidor

Boticário, Natura e Netflix foram as empresas mais bem avaliadas pelos entrevistados em relação a brand experience

Deborah Salles
21/09/2021 9:00, atualizado 22/09/2021 14:10

Burst Free



Com o objetivo de entender os momentos da jornada de compra do consumidor e as experiências únicas e memoráveis da marca, a **Top Brands**, consultoria de branding, em parceria com a QualiBest, promoveu a **pesquisa “Case Brand Experience”**.

Nesse rol, o Boticário é a marca mais bem avaliada pelo **consumidor** em relação a *brand experience*, que, em português, significa a experiência da marca. O conceito vem mostrando um propulsor de mudanças significativas nos mercados, fonte de satisfação e diferenciação.

O **público** considera que a empresa adota as mesmas práticas que estão no discurso e, mesmo com muito tempo de mercado, está sempre criando produtos que ainda surpreendem, isso é, são melhores do que o esperado.

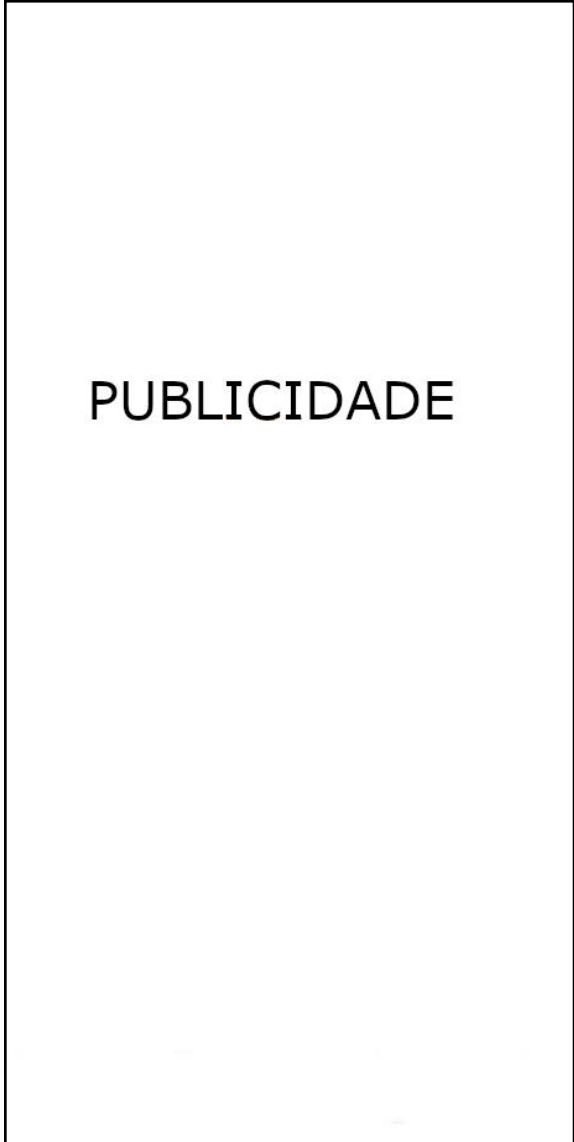
“Entendemos que é preciso estar atento ao comportamento do consumidor e antecipar soluções para sua experiência de compras. Esse é com certeza um diferencial do Boticário. Um grande destaque de *brand experience* são nossas lojas conceitos criadas em 2019 com a missão de antecipar tendências de varejo e evoluir em experiências e inovações na jornada do consumidor.

Estamos sempre nos adaptando para garantir uma experiência completa para nossos consumidores”, explica Gustavo Fruges Ferreira, diretor de Brand Experience da marca. As unidades de Boticário Lab estão em Curitiba e em São Paulo.

Natura (36%) e Netflix (32%) figuram no levantamento com o segundo e o terceiro lugar. Samsung, YouTube, Johnson & Johnson, Consul, Gillette, Sadia e Brastemp estão entre as 10, das 76 marcas avaliadas.

O estudo conclui que é um desafio contínuo para as marcas se manterem no mindset do **consumidor**. Por isso, sugere adotar estratégias de presença a longo prazo, estar perto de forma consistente, tornar a marca sempre presente, equilibrar discursos com a prática e oferecer experiências memoráveis, com envolvimento, encanto e surpresas.

Os 4 mil entrevistados avaliaram 76 marcas de 10 categorias.



PUBLICIDADE