

PESQUISA & RANKING EMPRESAS ENCANTADORAS 2020

METODOLOGIA



MATRIZ DA
EXCELÊNCIA
GESTÃO DE
ENCANTAMENTO



Realização:



IDEIAS QUE TRANSFORMAM NEGÓCIOS

opinion  box

O QUE É SER UMA EMPRESA ENCANTADORA

O que faz uma empresa ser encantadora não é mágica.

Também não é apenas uma fórmula específica, uma campanha específica, uma iniciativa específica, uma liderança específica, uma ferramenta específica. É uma combinação de fatores proprietários e uma gestão de pequenos detalhes que compõem a chamada “identidade encantadora”, que tem o poder de atrair a atenção dos diversos públicos com quem a empresa se relaciona não para atender as expectativas, mas para ultrapassar cada uma delas.

Hoje, quem são as empresas que sabem ir além e surpreender?

A Umbigo do Mundo, em parceria com o Grupo Padrão e com a Opinion Box, preparou um estudo inédito envolvendo 30 categorias de empresas e, nesta apresentação especial, você terá acesso a um resumo dos principais resultados. Encantar gera negócios e faz toda a diferença no posicionamento e no planejamento estratégico. Boas reflexões e inspirações para você.

OPINION BOX

O Opinion Box desenvolve soluções digitais inovadoras para pesquisa de mercado e customer experience. Ao combinar o know-how do time de especialistas com as nossas plataformas exclusivas, entendemos o comportamento e os desejos dos consumidores com agilidade e a um preço acessível. Assim, ajudamos empresas a tomar decisões mais inteligentes, baseadas em dados e não em achismos.

UMBIGO DO MUNDO

A Umbigo do Mundo é uma empresa de comunicação criada em 1999, especializada em posicionamento de marca e cultura corporativa, com metodologias proprietárias* de diagnóstico e autoconhecimento, percepção, relações e rituais de troca, encantamento e excelência, além de planejamento para captação de recursos e responsabilidade social. Considerando que uma marca é valorizada e respeitada pelo que as pessoas percebem sobre a empresa, seus líderes, seus produtos e serviços, sua atuação no mercado e na sociedade e sua relação com o meio ambiente, entre outras variáveis, a Umbigo do Mundo se diferencia por ter habilidade de mapear, diagnosticar e analisar os pontos de percepção que os diversos públicos de interesse possuem, além de experiência em criar sistemas conceituais, repertórios visuais e roteiros narrativos autênticos, que estimulem trocas construtivas com os mais diversos stakeholders.

*Dádivas de Marca®, Índice de Consistência Perceptiva®, Sistema das Relações de Troca®, Gifing&Rituals Map®, Planejamento CDRV® para ONGs e Matriz da Excelência Gestão de Encantamento®.

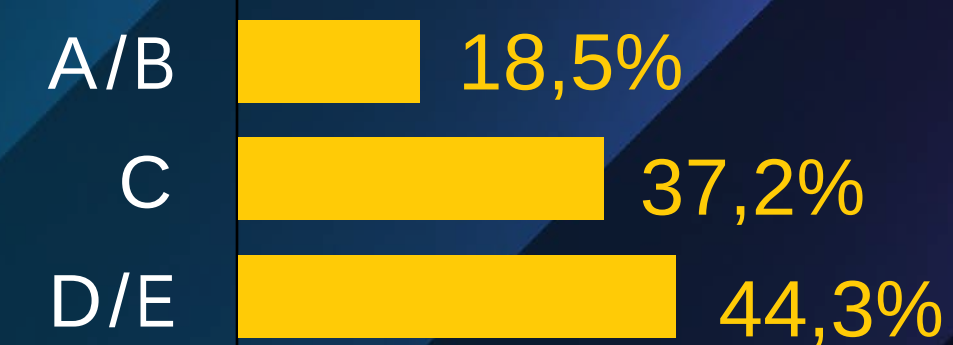
PERFIL DA AMOSTRA

Pesquisa realizada de maio a julho de 2020 com uma base de 8.000 entrevistas sobre 30 categorias.

Para cada categoria, foram aplicadas as seguintes perguntas:

- 1) Qual destas empresas mais encanta você? (incluindo Outra e Nenhuma), em citação única;
- 2) Por qual motivo esta empresa encanta?, em respostas múltiplas;
- 3) Qual destas empresas você já teve experiência?, em respostas múltiplas.

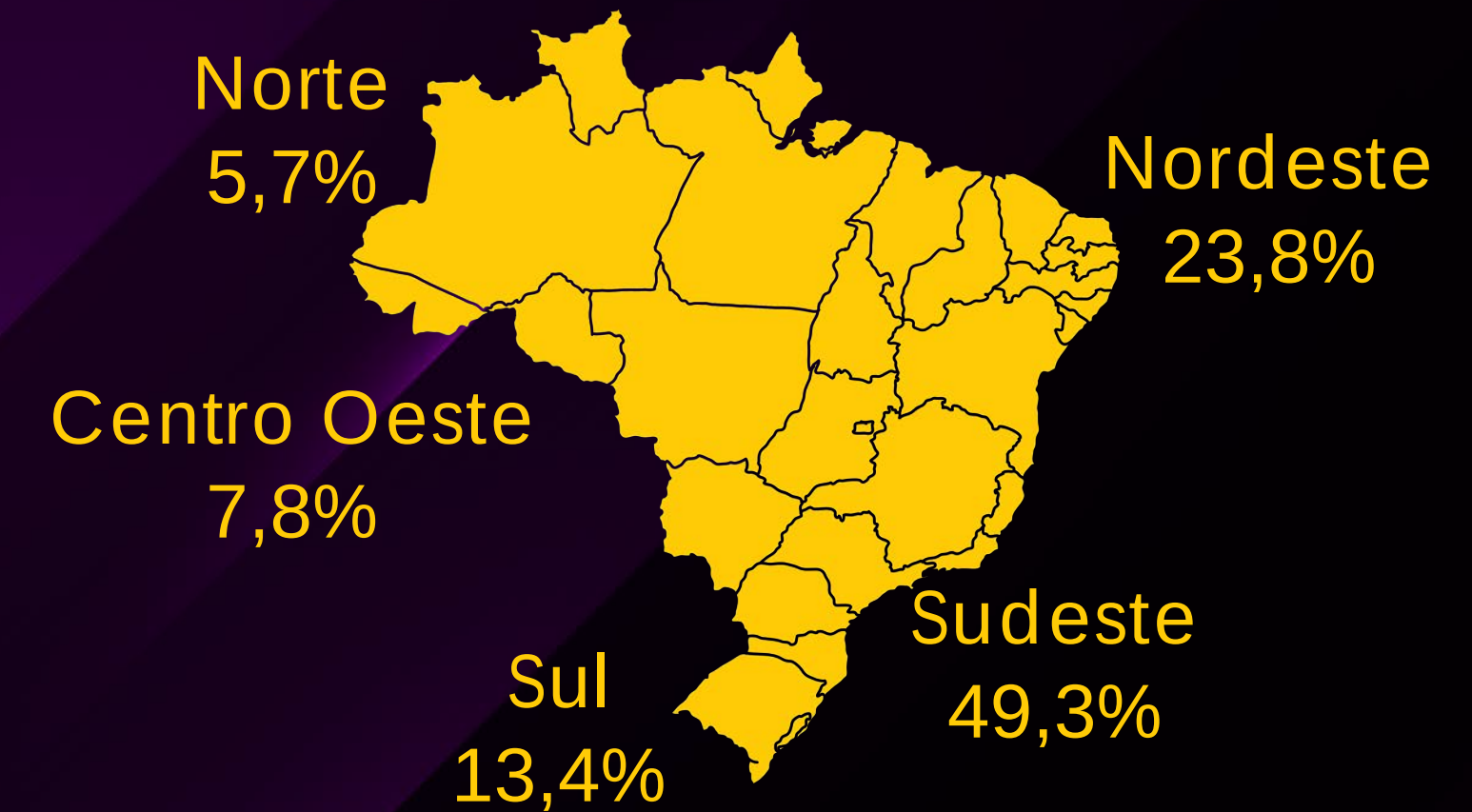
Classe Econômica



Gênero



Localização

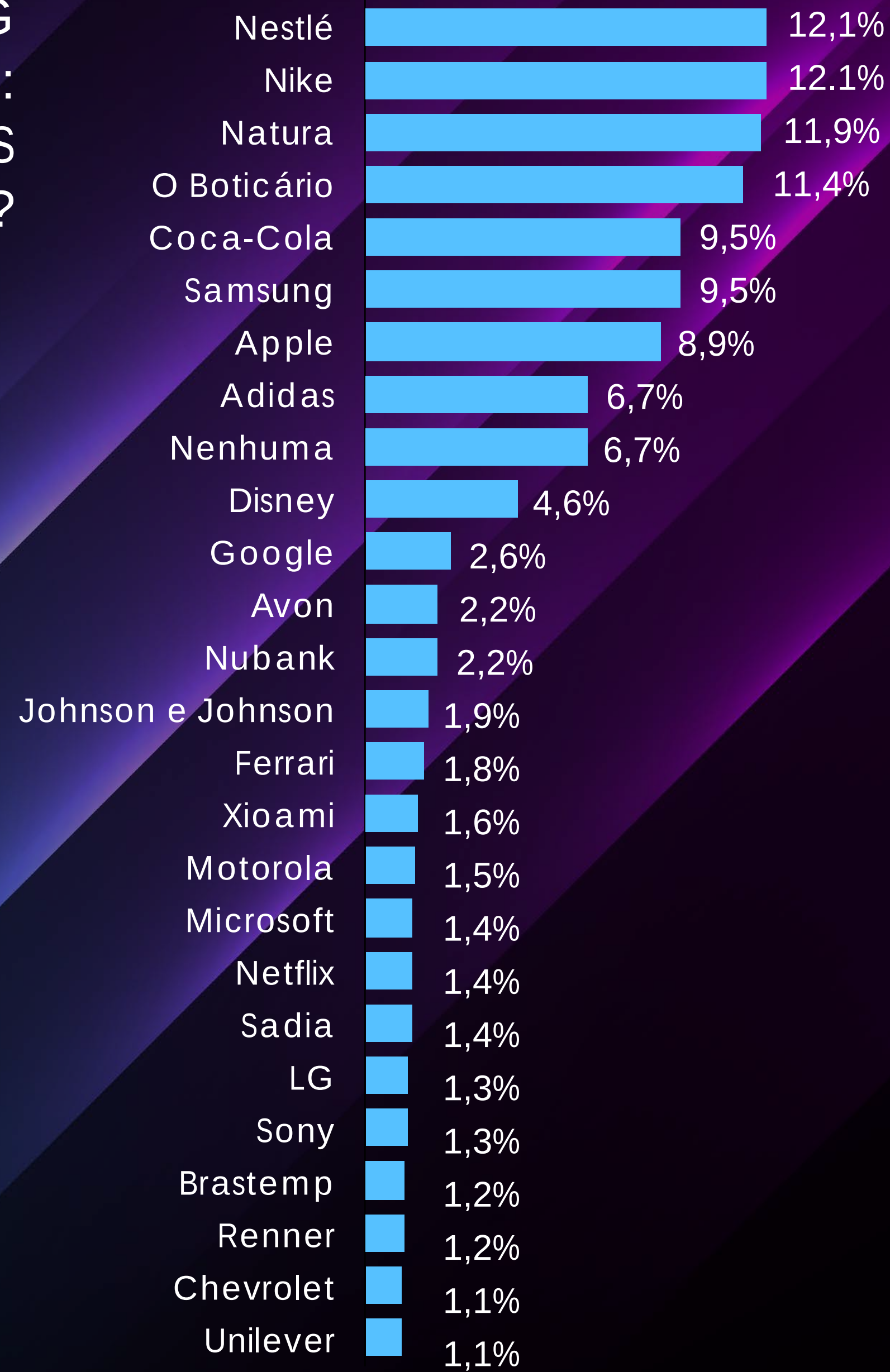


Faixa etária



AS EMPRESAS MAIS ENCANTADORAS: RANKING DE RESPOSTA ESPONTÂNEA

RANKING RESPOSTA ESPONTÂNEA: QUAL DESTAS MARCAS TE ENCANTA MAIS?



AS EMPRESAS MAIS ENCANTADORAS: RANKING GERAL

RANKING
GERAL 2020
EMPRESAS
ENCANTADORAS

Categoria	Categoria
Alimentos	Nestlé
Aplicativos de Hospitalidade	Trivago
Artigos Esportivos	Nike
Automóveis	Chevrolet
Automóveis de Luxo	BMW
Bancos	Caixa Econômica
Bancos Digitais	Nubank
Banda Larga	Vivo
Bebidas	Coca-Cola
Benefícios	Elo (Alelo)
Companhas Aéreas	Gol
Construtoras e Incorporadoras	MRV
Crédito Pessoal	Caixa Econômica
E-commerce	Americanas
Eletroeletrônicos	Samsung
Farmácias	Pague Menos
Fintechs	Mercado Pago
Medicina Diagnóstica e Laboratórios	Fleury
Mobilidade Urbana	Uber
Perfumaria e Cosméticos	O Boticário
Plataformas de Investimentos	XP Investimentos
Programas de Fidelidade	Dotz
Redes Sociais	WhatsApp
Seguros	Porto Seguro
Serviços de Streaming	Netflix
Telefonia Móvel	Vivo
TV por Assinatura	Sky
Varejo - Moda e Calçados	Riachuelo
Varejo - Redes Alimentícias e Fast-Food	McDonald's
Varejo - Super, Hipermercados, Atacarejo e Cash&Carry	Atacadão

AS EMPRESAS MAIS ENCANTADORAS
PROPORCIONALMENTE, CONSIDERANDO
TODAS AS CATEGORIAS

- 1º Uber
- 2º Netflix
- 3º Nubank

OS PRINCIPAIS MOTIVOS PELOS QUAIS
AS EMPRESAS ENCANTAM

- 1º Ótima relação custo-benefício
- 2º Produtos e serviços diferenciados
- 3º Proximidade com o consumidor

AS EMPRESAS MAIS ENCANTADORAS E OS MOTIVOS DO ENCANTAMENTO: KEY INSIGHTS

KEY INSIGHT 1

AS 3 ESCOLHIDAS
COMO AS MAIS
ENCANTADORAS
SÃO RECENTES E
TECNOLÓGICAS.

Empresas mais “lembradas”, “mais queridas”, “mais amadas” e de “melhor reputação” perdem espaço para as “mais encantadoras”, que literalmente fazem magia com as soluções em tecnologia digital que oferecem.

E os três principais destaques são:

- UBER/MOBILIDADE URBANA, fundada em 2010 (em 1º lugar);
- NETFLIX/SERVIÇO DE STREAMING, fundada em 1997; lançou serviço de streaming em 2007 (em 2º lugar);
- NUBANK/BANCOS DIGITAIS, fundada no Brasil em 2013 (em 3º lugar).

Ponto de atenção:

A tecnologia exerce uma sedução inicial junto aos consumidores, e isso aumenta e muito as expectativas: segredo está em prosseguir fazendo a magia do encanto.

KEY INSIGHT 2

EM 16,7% DAS
CATEGORIAS,
DESTAQUE PARA A
ALTA INCIDÊNCIA
DE NENHUMA
EMPRESA
ENCANTADORA.

A opção “nenhuma” foi adicionada à lista de empresas para medir qual a percepção geral de cada categoria.

E os resultados foram espantosos. Em 13 das 30 categorias, “nenhuma empresa” apareceu entre as duas primeiras posições, acima de nomes conhecidos do mercado:

- SEGUROS, CRÉDITO PESSOAL, FINTECHS, PLATAFORMAS DE INVESTIMENTO, MEDICINA DIAGNÓSTICA E LABORATÓRIOS (em 1º lugar);
- INTERNET BANDA LARGA, BANCÁRIAS DIGITAIS, CONSTRUTORAS E INCORPORADORAS, FARMÁCIAS, VAREJO: SUPER/HIPER/ATACAREJO/CASH&CARRY, MODA E CALÇADOS, APPS DE HOSPITALIDADE, PROGRAMAS DE FIDELIDADE, SERVIÇOS DE STREAMING (em 2º lugar);

Ponto de atenção:

As empresas não estão encantando o suficiente; há espaço tanto para as para rever as estratégias e encantar.

KEY INSIGHT 3

O QUE ENCANTA
EM PRIMEIRO LUGAR
PARA MAIS DE 50%
DAS CATEGORIAS É
CUSTO-BENEFÍCIO.

Marcas que não oferecem um custo-benefício adequado desencantam automaticamente.

Oferecer produtos e serviços de qualidade a um preço coerente, sem enganar o consumidor e sem superfaturar, é uma questão altamente relevante. Promover causas, dizer que é transparente, falar que respeita as pessoas... nada disso funciona se não houver a percepção de que, antes de tudo, trata-se de um bom negócio especialmente para o consumidor. As categorias em que a importância deste motivo está menos evidente são:

- REDES SOCIAIS e AUTOMOBILÍSTICAS DE LUXO (4º lugar).

Nas demais, 1º, 2º ou 3º lugares.

Ponto de atenção:

Há vários motivos mais carismáticos e proprietários para transformar uma marca em encantadora. Vale investir e criar uma identidade encantadora mais ampla.

KEY INSIGHT 4

**PROXIMIDADE
ESTÁ ENTRE OS
3 MOTIVOS DE
ENCANTO EM 46%
DAS CATEGORIAS.**

Não adianta falar, promover e anunciar, é preciso estar próximo do consumidor para poder encantar.

Isso significa estar presente, atento e disponível. E é ponto de destaque em especial nas categorias de empresas:

- BANCÁRIAS (em 1º lugar);
- REDES SOCIAIS, APPS de MOBILIDADE, FARMÁCIAS, SEGUROS, BENEFÍCIOS, CRÉDITO PESSOAL (em 2º lugar);
- FINTECHS, VAREJO: SUPER/HIPER/ATACAREJO/ CASH&CARRY, CONSTRUTORAS E INCORPORADORAS, MEDICINA DIAGNÓSTICA E LABORATÓRIOS, APPS DE HOSPITALIDADE, CIAS AÉREAS, PROGRAMAS DE FIDELIDADE (em 3º lugar).

Ponto de atenção:

Em tempos de LGPD, muito cuidado para não transformar a atenção e a proximidade em invasão de privacidade.

KEY INSIGHT 5

CAUSAS SOCIAIS E AMBIENTAIS ENCANTAM POUCO E EM POUCAS CATEGORIAS.

A expectativa, em tempos de responsabilidade social empresarial (RSE) e dos fundos sociais, ambientais e de governança (ESG), era ver este motivo em alta.

Mas a resposta foi muito abaixo das expectativas: em 23 das 30 categorias, é o último ou penúltimo motivo mencionado entre 10 opções sugeridos.

As maiores valorizações para “causas” como um motivo de encantamento estão nas categorias de:

- PERFUMARIA E COSMÉTICOS (em 5º lugar);
- BEBIDAS (em 6º lugar);
- ALIMENTOS (em 7º lugar).

Ponto de atenção:

Cada vez mais os consumidores valorizarão, admirarão e se encantarão com as iniciativas das empresas solidárias, voluntárias, humanas, doadoras, desde que sejam autênticas, verídicas e pertinentes.

KEY INSIGHT 6

ENCANTA QUEM
ENTREGA
PRODUTOS E
SERVIÇOS
DIFERENCIADOS.

Mais do mesmo não encanta ninguém. Para chamar e reter a atenção é preciso se diferenciar, sempre. A concentração de expectativas quando a produtos e serviços diferenciados está nas categorias de:

- ALIMENTOS, ARTIGOS ESPORTIVOS (em 1º lugar);
- AUTOMOBILÍSTICAS DE LUXO, CONSTRUTORAS E INCORPORADORAS, PROGRAMAS DE FIDELIDADE, COMPANHIA AÉREAS, APPS DE HOSPITALIDADE, PERFUMARIA E COSMÉTICOS, MEDICINA DIAGNOSTICA E LABORATÓRIOS; VAREJO: MODA E CALÇADOS; VAREJO: REDES ALIMENTÍCIAS E FAST-FOOD; BEBIDAS (EM 2º LUGAR).

Ponto de atenção:

Moda, saúde, esportes, vestuário, beleza, viagens... são mercados dinâmicos. Encantar é saber oferecer o diferenciado sem perder a sua essência.

KEY INSIGHT 7

TRANSPARÊNCIA E
RESPEITO DEVERIAM
ESTAR EM ALTA, MAS
AINDA NÃO ESTÃO.

Ser transparente e ter respeito aos parceiros e fornecedores não está sendo percebido como algo que encanta. Hipóteses: ou estas posturas ética nas relações com o mercado não estão sendo implementadas ou não estão sendo devidamente valorizadas e divulgadas.

Sobre transparência, dois destaques:

- PLATAFORMAS DE INVESTIMENTO (em 2º lugar);
- SEGUROS e CONSTRUTORAS E INCORPORADORAS (em 4º lugar).

Na maioria das 30 categorias, as menções a transparência e respeito estão entre a 5ª e a 8ª entre 10 posições.

Ponto de atenção:

As empresas podem falar mais sobre seus projetos de governança para que este também seja um fator de encantamento.

KEY INSIGHT 8

PATROCÍNIO DE EVENTOS E SHOWS NÃO ESTÃO ENCANTANDO O SUFICIENTE.

Eventos bem planejados e pertinentes podem fazer a diferença no encantamento como oportunidades de aproximação.

Porém, estas iniciativas não estão sendo devidamente reconhecidas pelo público, tanto que figuram entre o último ou penúltimo motivos de encantamento, à exceção das empresas de BEBIDAS (em 5º lugar).

Ponto de atenção:

- 1) as empresas não estão fazendo eventos, logo não há a percepção;
- 2) os eventos são restritos, logo não há acesso a uma base maior de pessoas gerando uma opinião pública;
- 3) os eventos precisam ser mais estratégicos e pertinentes para chamar a atenção e encantar.

KEY INSIGHT 9

A INOVAÇÃO TECNO/DIGITAL SÓ ENCANTA EM ALGUNS SEGMENTOS.

Quem não acompanha as mudanças tecnológicas e digitais do mercado fica defasado.

Todos os segmentos deveriam estar atentos a esta questão, mas em apenas alguns este motivo de encantamento aparece como prioritário:

- AUTOMOBILÍSTICAS, AUTOMOBILÍSTICAS DE LUXO, BANCÁRIAS DIGITAIS, ELETROELETRÔNICOS, PLATAFORMAS DE INVESTIMENTO, REDES SOCIAIS (em 1º lugar);
- FINTECHS, INTERNET BANDA LARGA, TELEFONIA MÓVEL, TV POR ASSINATURA, PLATAFORMAS DE STREAMING (em 2º lugar)

Ponto de atenção:

Não precisa ser uma empresa de tecnologia para se relacionar e encantar digitalmente, inclusive no ponto de venda físico e nas relações interpessoais.

KEY INSIGHT 10

HÁ POUCAS SOLUÇÕES EXCLUSIVAS DIGNAS DE MENÇÃO

Houve um tempo em que exclusivo estava associado a luxo e sofisticação; hoje é uma forma de entender o cliente e se aproximar, entregando algo especial. Para alcançar este nível tão importante de encantamento a ponto de figurar entre os motivos mais relevantes, talvez leve tempo. Mesmo nas categorias de maior destaque, soluções exclusivas ocupam da 3º posição em diante :

- AUTOMOBILÍSTICAS DE LUXO, CRÉDITO PESSOAL (em 3º lugar);
- FINTECHS (em 4º lugar)
- BANCÁRIAS, BANCÁRIAS DIGITAIS (em 5º lugar).

Ponto de atenção:

Cada vez mais as soluções serão personalizadas, individualizadas e customizadas. É preciso começar a se preparar para isso.

KEY INSIGHT 11

EXPERIÊNCIA ADMIRÁVEL DE COMPRA.

Muito se fala e se escreve sobre experiência do consumidor, experiência de compra, experiência do usuário... mas muito pouco se pratica.

Encantamento tem tudo a ver com experiência, proximidade, vivência. Com ultrapassar as expectativas e ir além. Mas em nenhuma categoria este motivo aparece em primeiro lugar, sendo as melhores colocações para:

- SUPER/HIPER/ATACAREJO/CASH&CARRY, E-COMMERCE (em 2º lugar)
- BENEFÍCIOS, ALIMENTOS, BEBIDAS, ALIMENTÍCIAS E FAST FOOD, FARMÁCIAS, PERFUMARIA e COSMÉTICOS, ARTIGOS ESPORTIVOS, MODA E CALÇADOS (em 3º lugar);

Ponto de atenção:

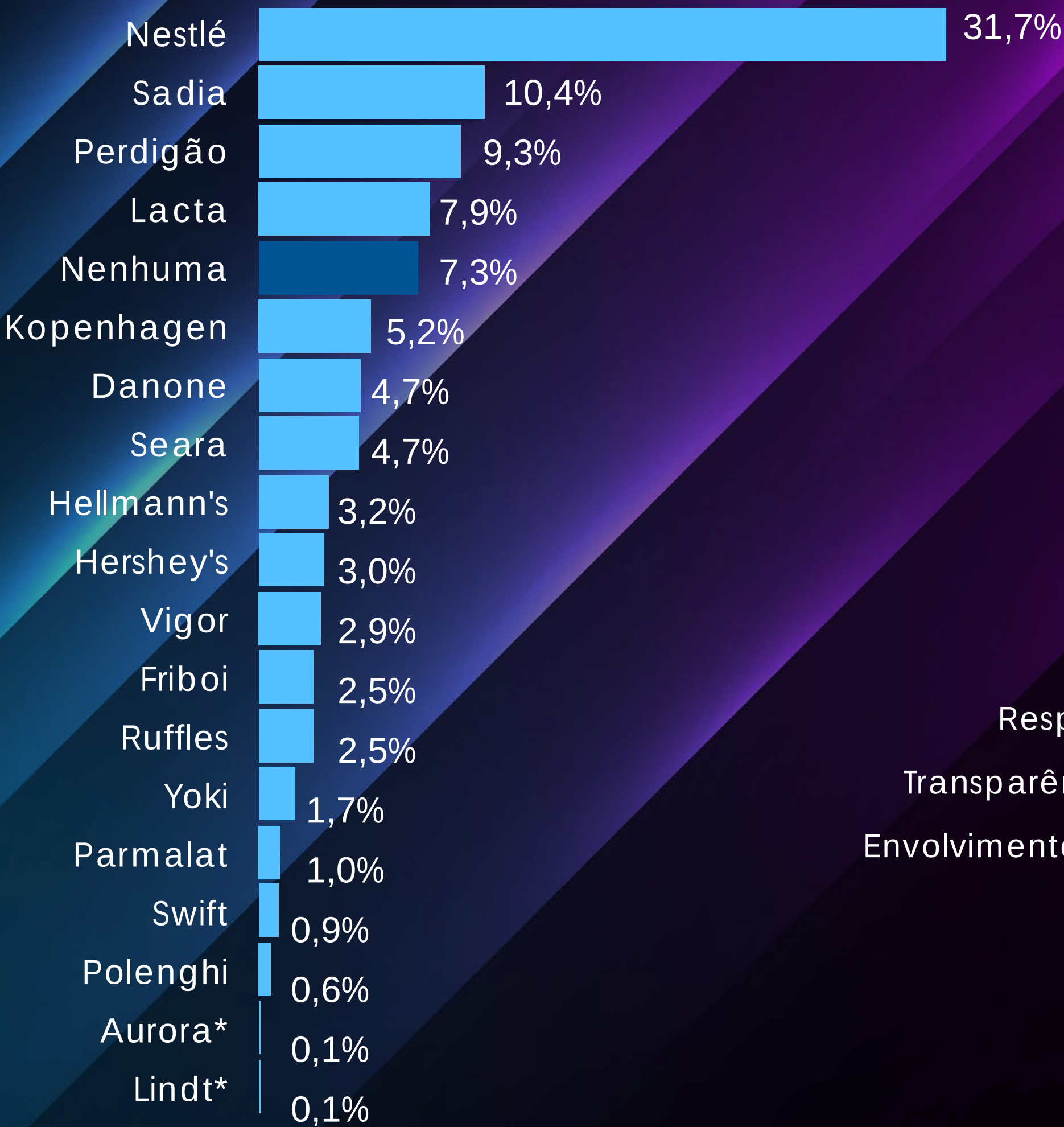
Está mais que na hora de pensar na experiência como um todo, antes que seu competidor o faça.

AS EMPRESAS MAIS ENCANTADORAS: RANKING POR CATEGORIAS

ALIMENTOS

QUAL DESTAS EMPRESAS É A MAIS ENCANTADORA PARA VOCÊ?

Citações únicas



*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

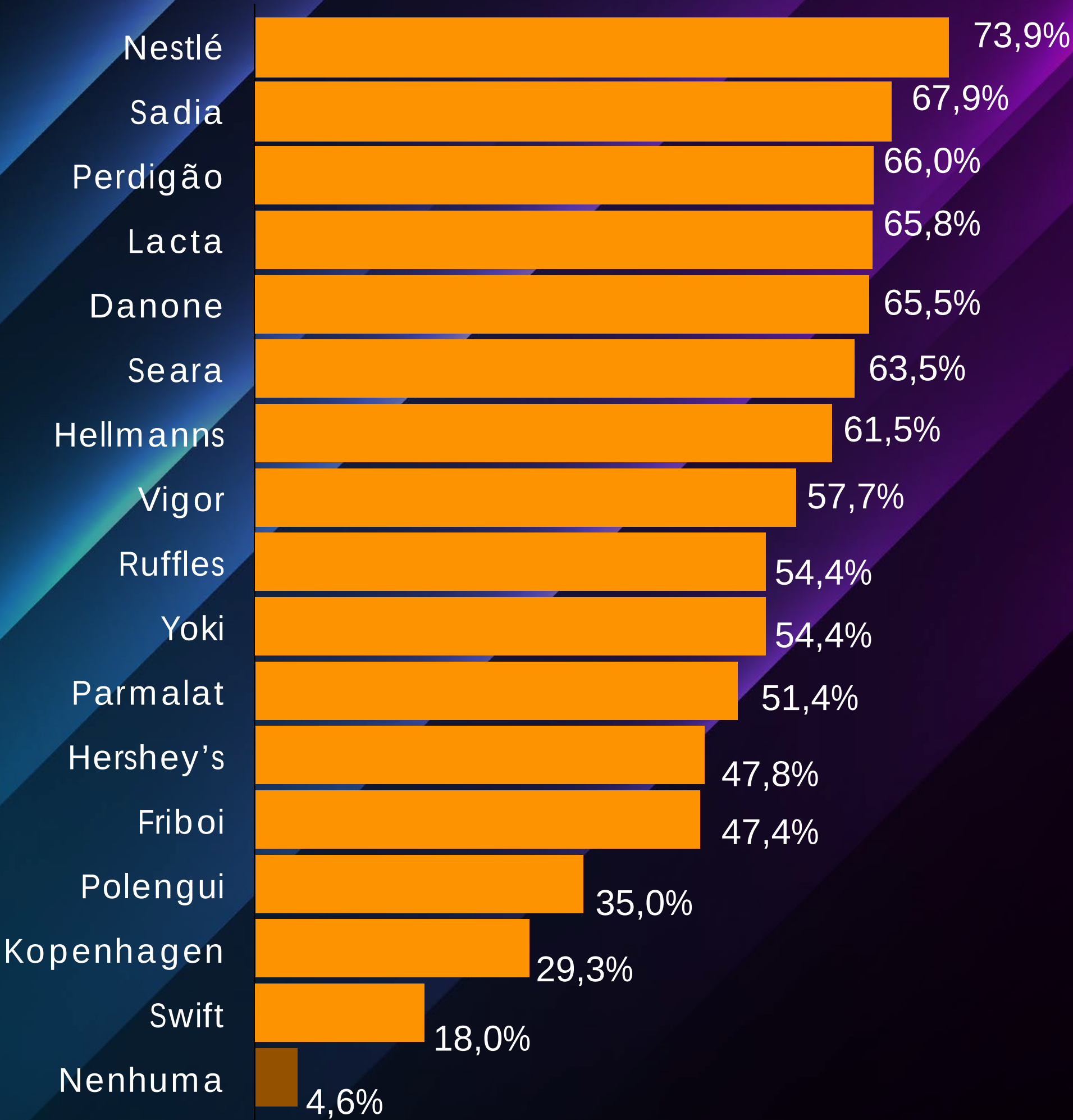
POR QUAIS MOTIVOS ESTAS EMPRESAS ENCANTAM?

Respostas múltiplas. Para quem considerou que alguma marca encanta.



QUAL DESTAS EMPRESAS VOCÊ JÁ TEVE EXPERIÊNCIA?

Respostas múltiplas



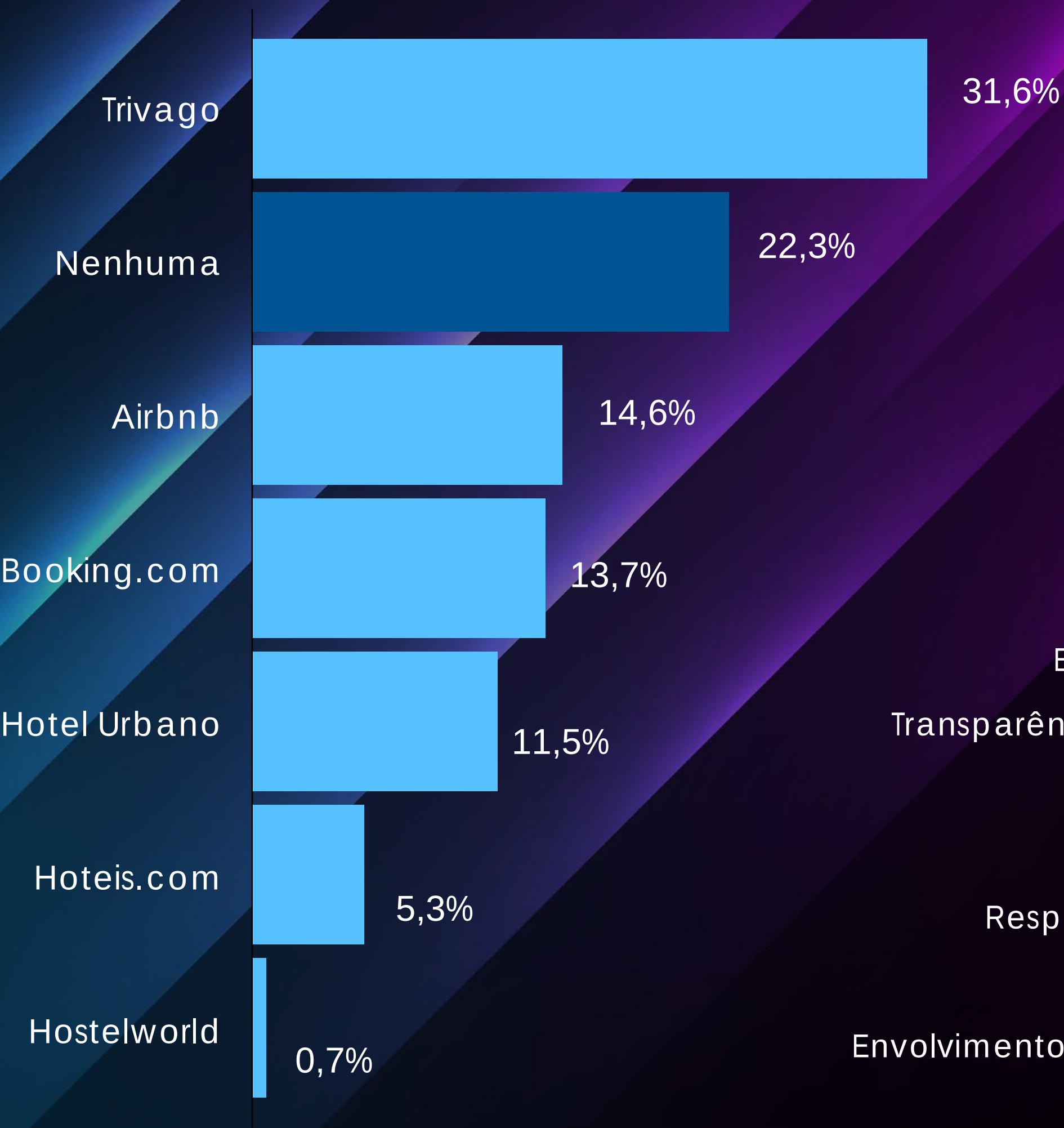
*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

APLICATIVOS DE HOSPITALIDADE

APLICATIVOS DE HOSPITALIDADE

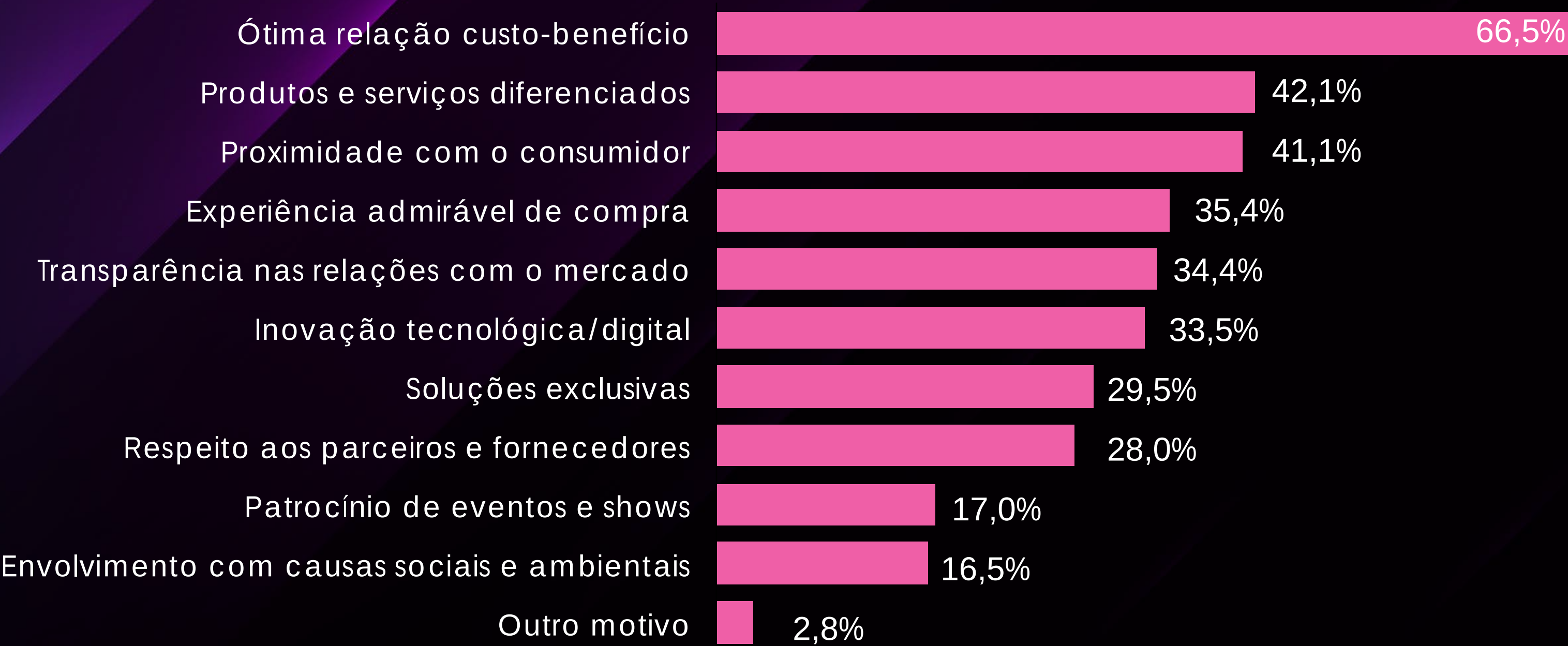
QUAL DESTAS EMPRESAS É A MAIS ENCANTADORA PARA VOCÊ?

Citações únicas



POR QUAIS MOTIVOS ESTAS EMPRESAS ENCANTAM?

Respostas múltiplas. Para quem considerou que alguma marca encanta.

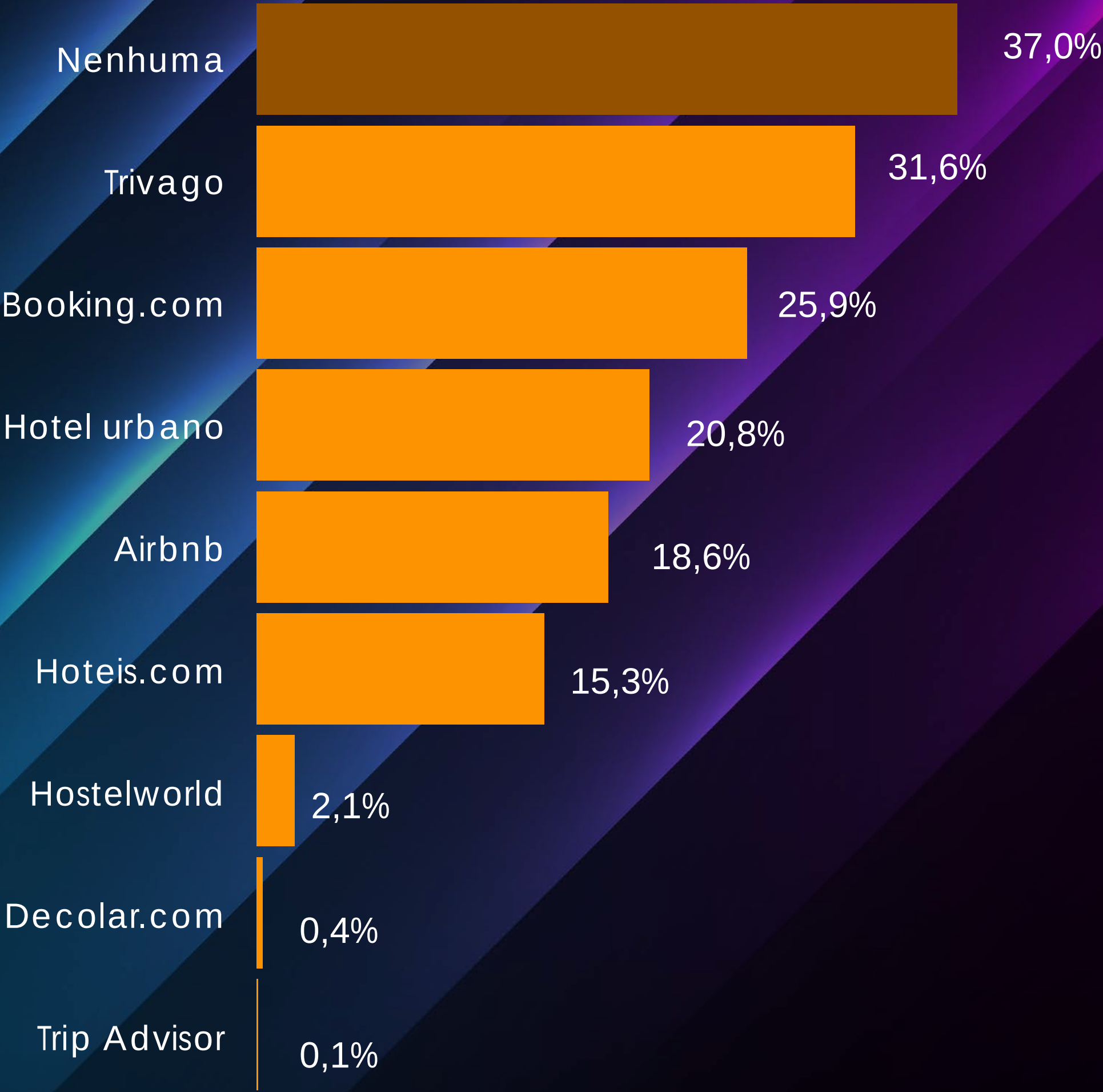


*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

APLICATIVOS DE HOSPITALIDADE

QUAL DESTAS EMPRESAS VOCÊ JÁ TEVE EXPERIÊNCIA?

Respostas múltiplas



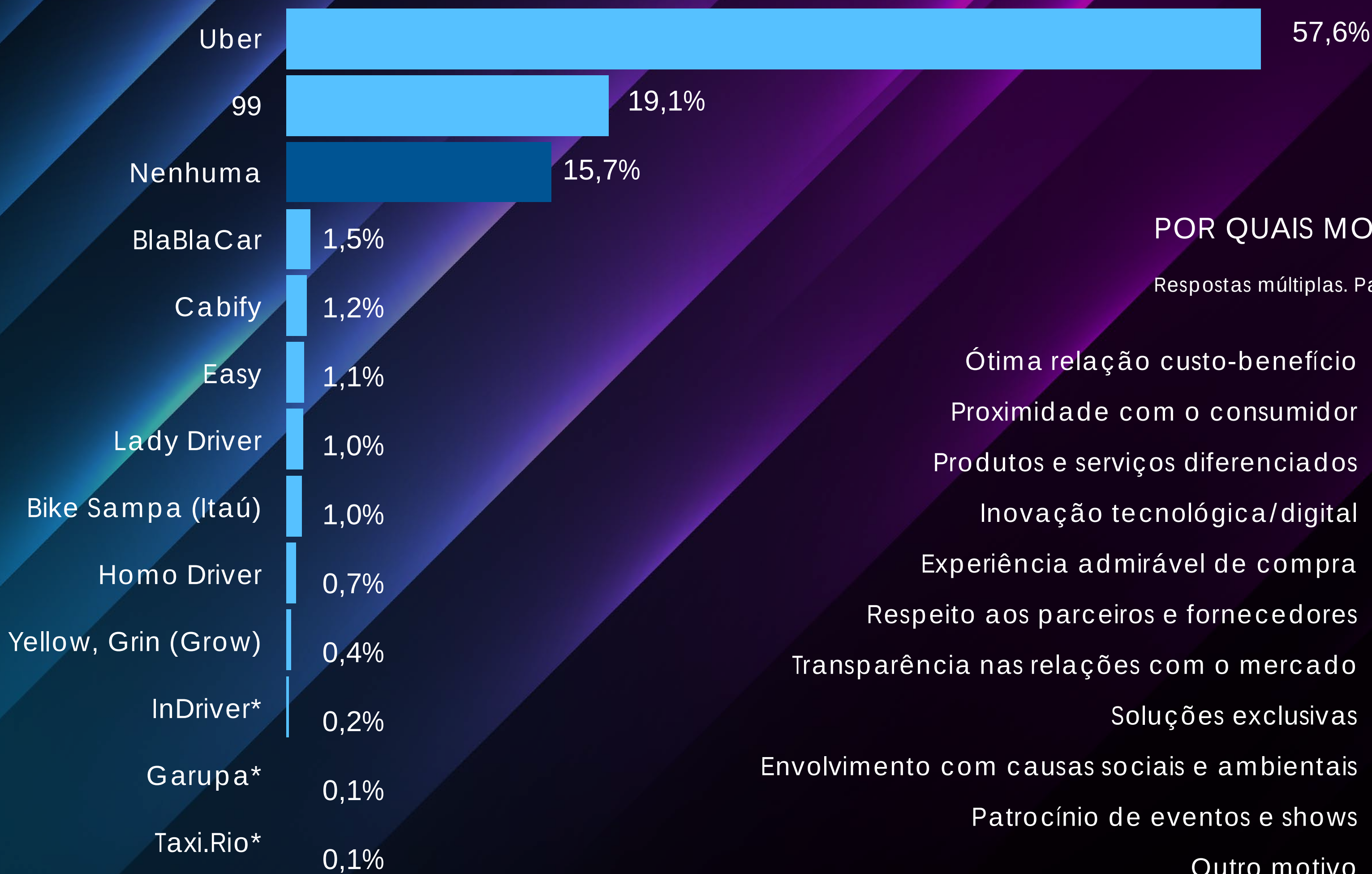
*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

APLICATIVOS DE MOBILIDADE URBANA

APLICATIVOS DE MOBILIDADE URBANA

QUAL DESTAS EMPRESAS É A MAIS ENCANTADORA PARA VOCÊ?

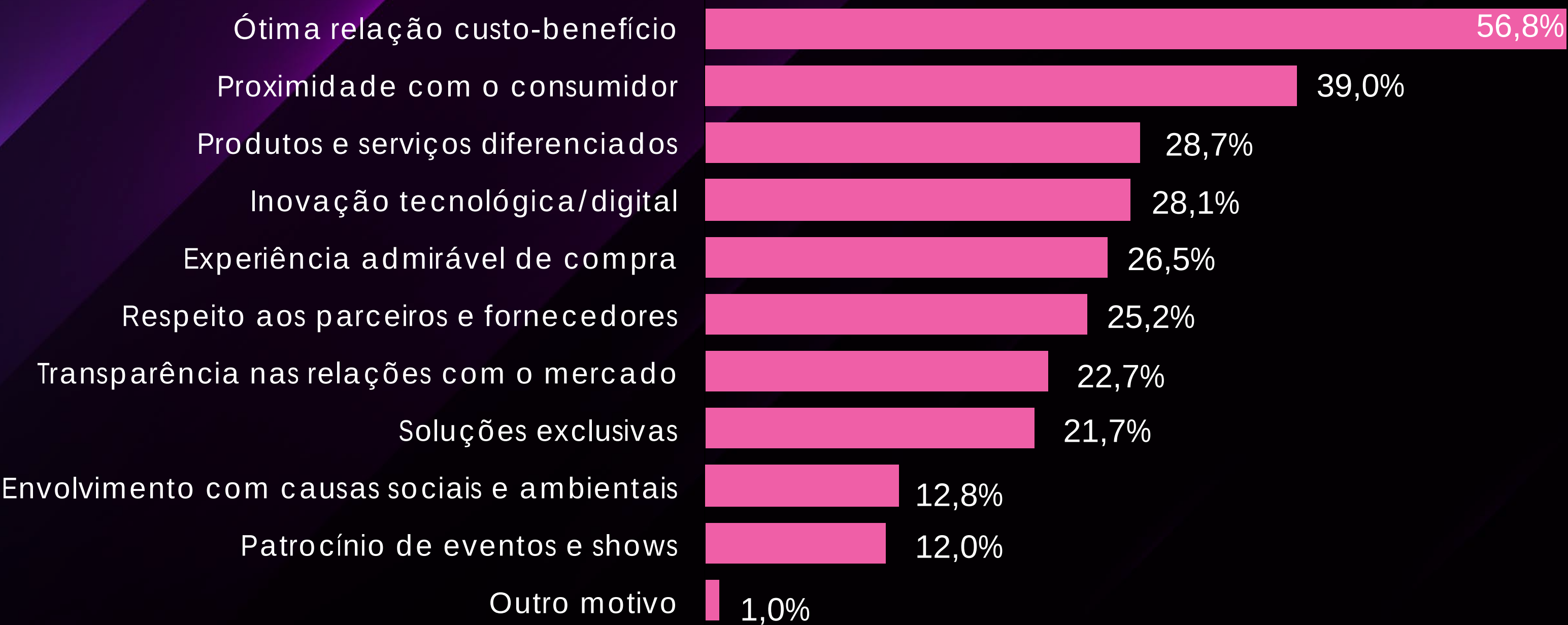
Citações únicas



*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

POR QUAIS MOTIVOS ESTAS EMPRESAS ENCANTAM?

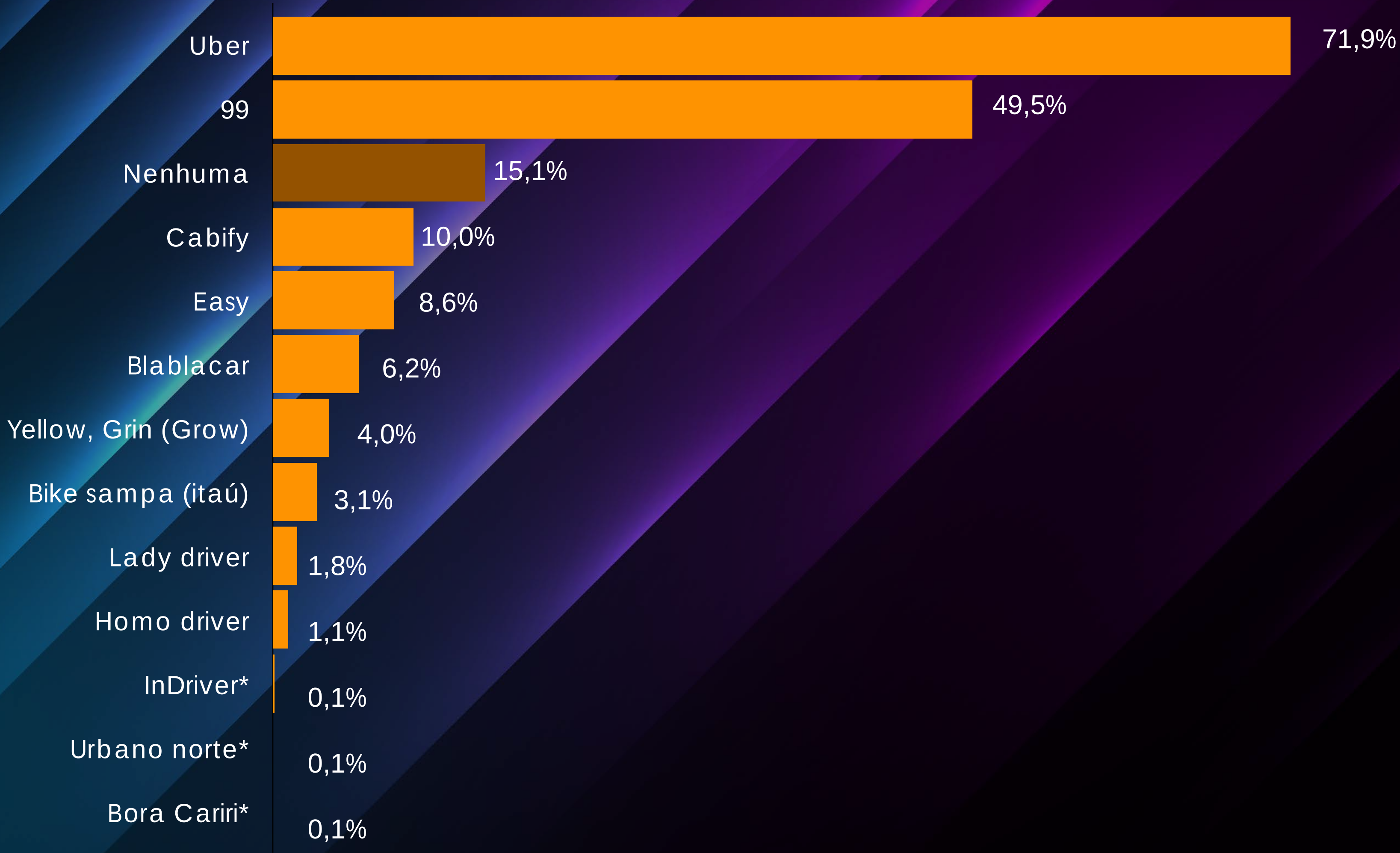
Respostas múltiplas. Para quem considerou que alguma marca encanta.



APLICATIVOS DE MOBILIDADE URBANA

QUAL DESTAS EMPRESAS VOCÊ JÁ TEVE EXPERIÊNCIA?

Respostas múltiplas

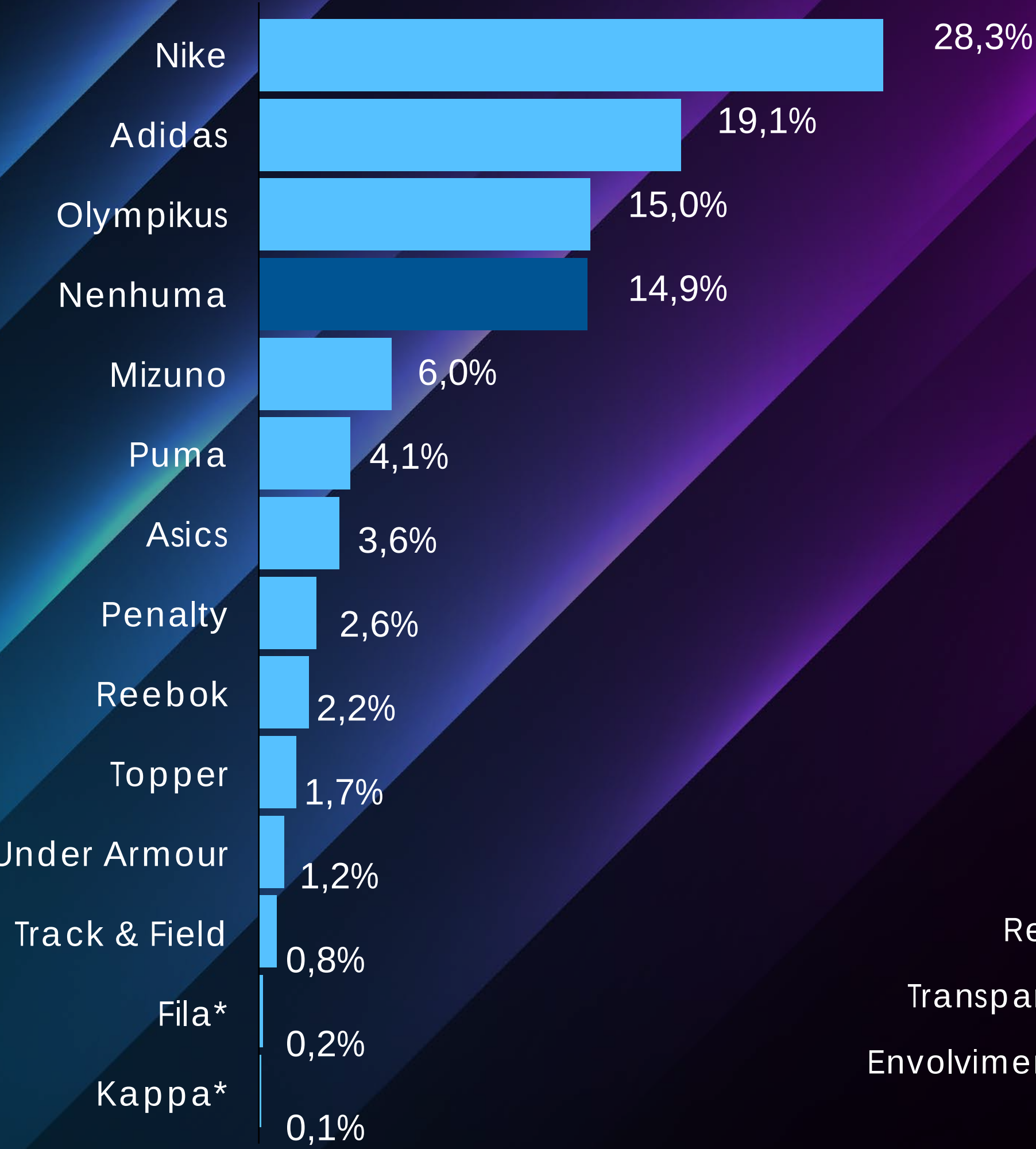


*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

ARTIGOS ESPORTIVOS

QUAL DESTAS EMPRESAS É A MAIS ENCANTADORA PARA VOCÊ?

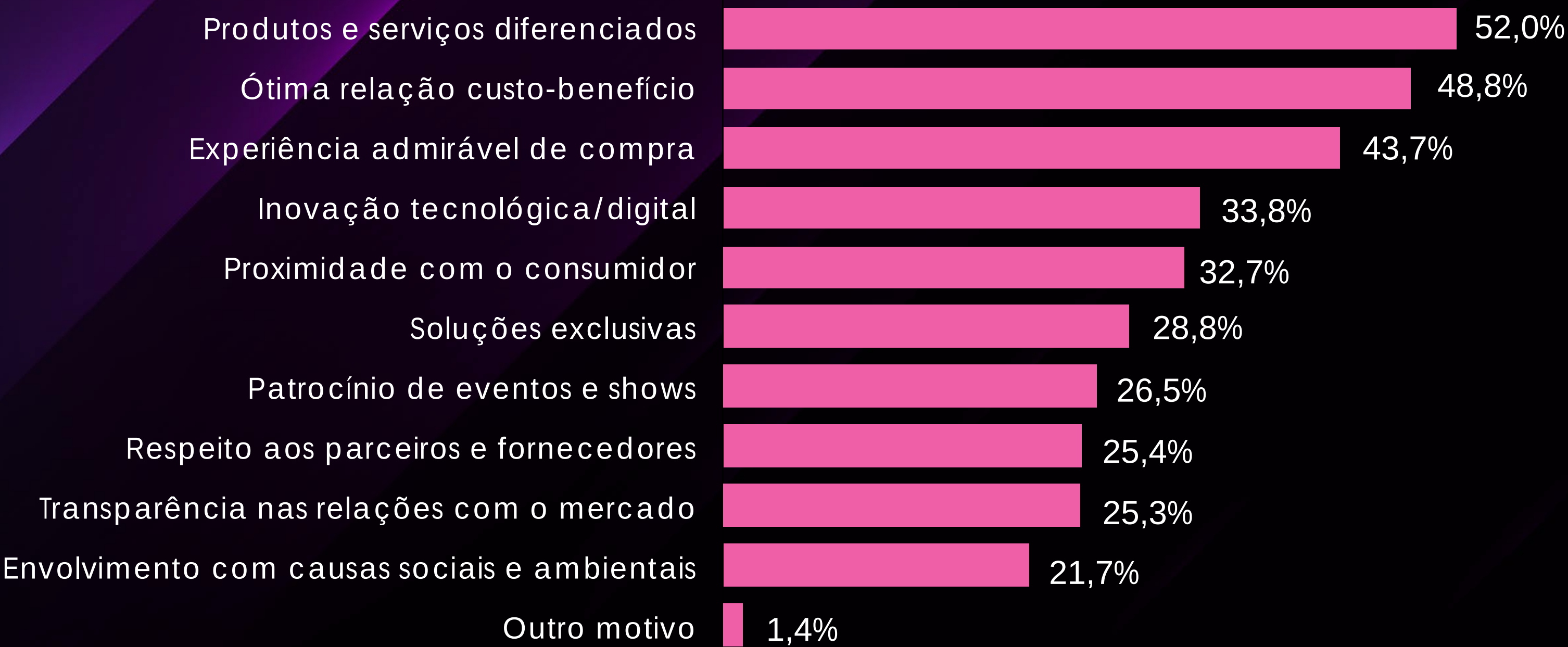
Citações únicas



*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

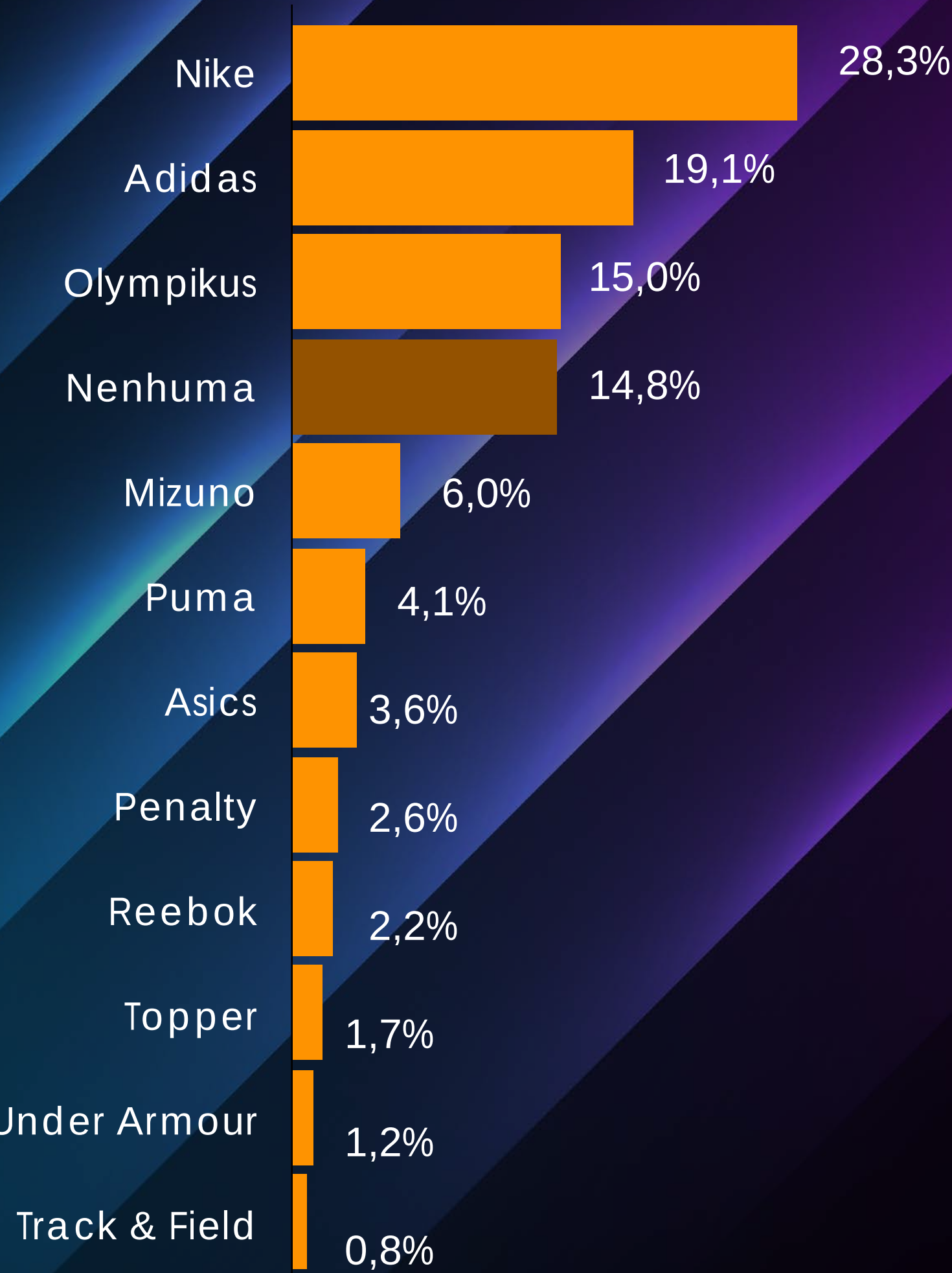
POR QUAIS MOTIVOS ESTAS EMPRESAS ENCANTAM?

Respostas múltiplas. Para quem considerou que alguma marca encanta.



QUAL DESTAS EMPRESAS VOCÊ JÁ TEVE EXPERIÊNCIA?

Respostas múltiplas

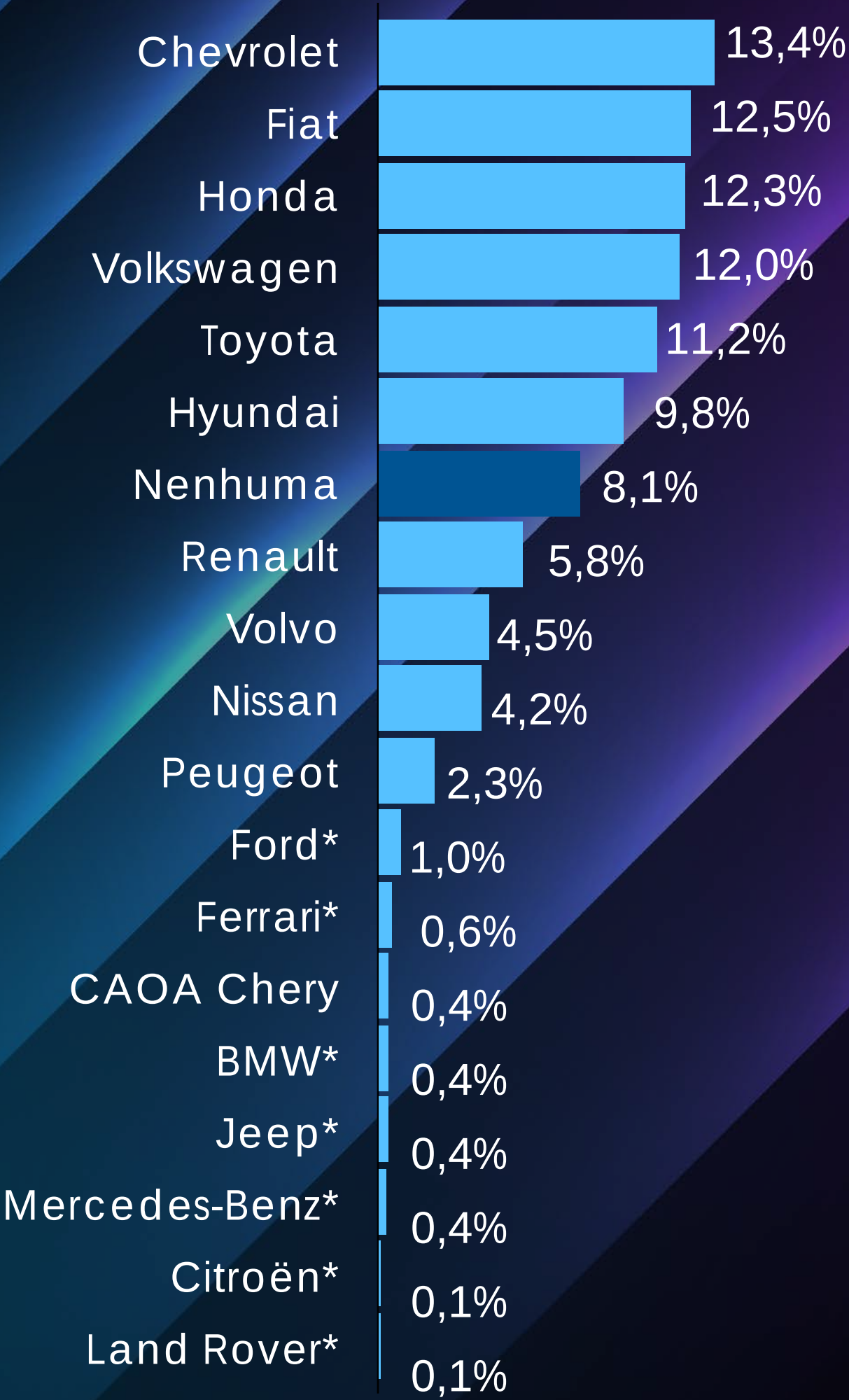


*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

AUTOMOBILÍSTICAS

QUAL DESTAS EMPRESAS É A MAIS ENCANTADORA PARA VOCÊ?

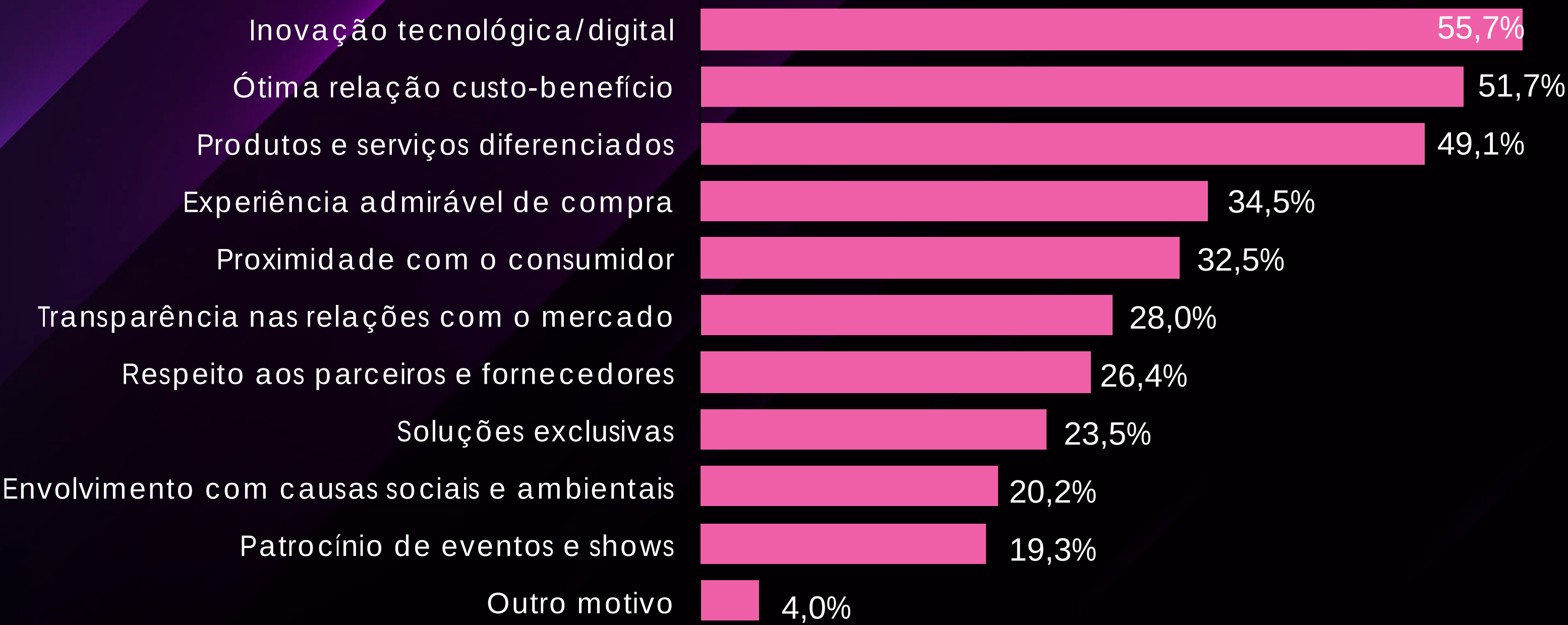
Citações únicas



*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

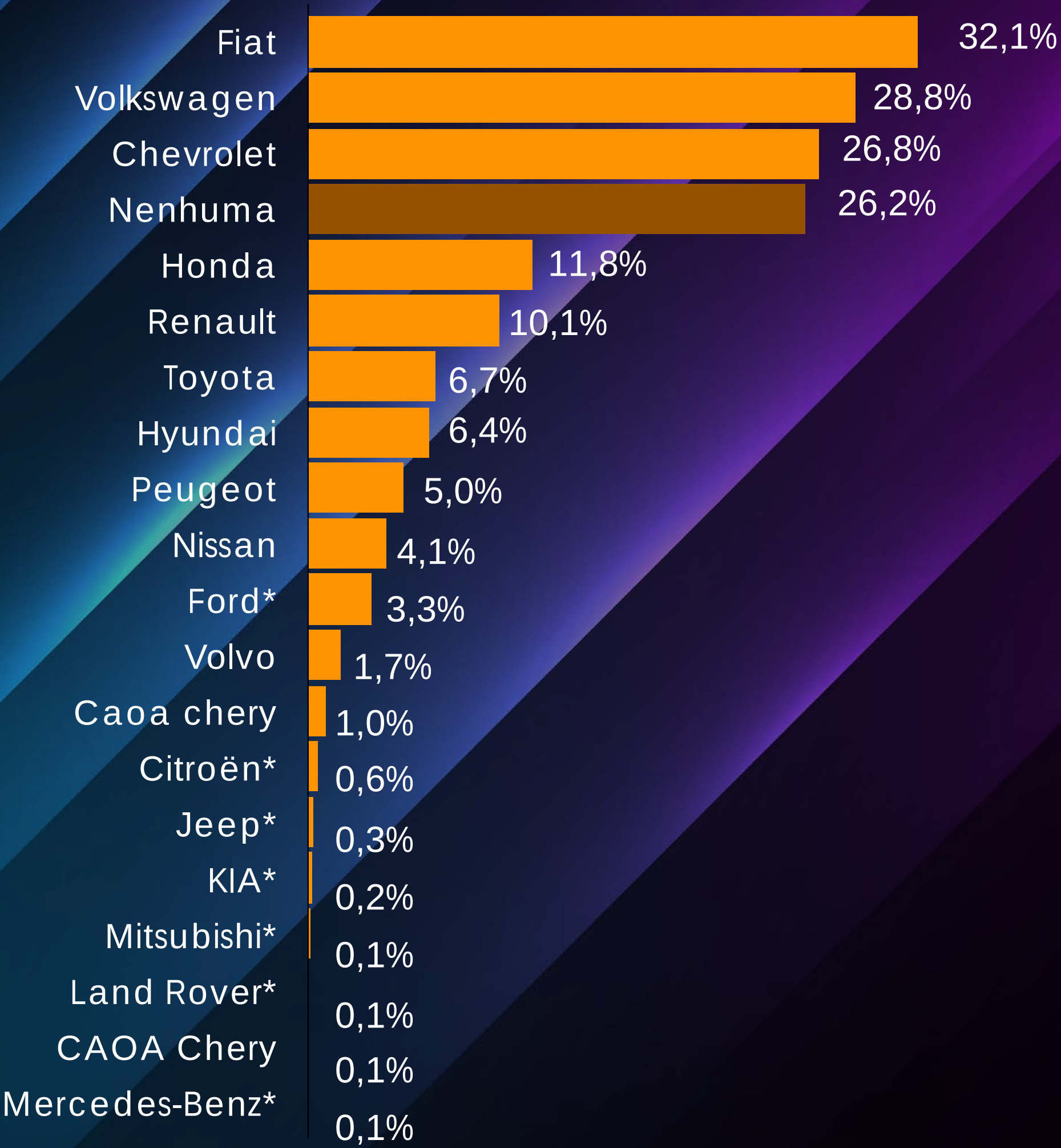
POR QUAIS MOTIVOS ESTAS EMPRESAS ENCANTAM?

Respostas múltiplas. Para quem considerou que alguma marca encanta.



QUAL DESTAS EMPRESAS VOCÊ JÁ TEVE EXPERIÊNCIA?

Respostas múltiplas



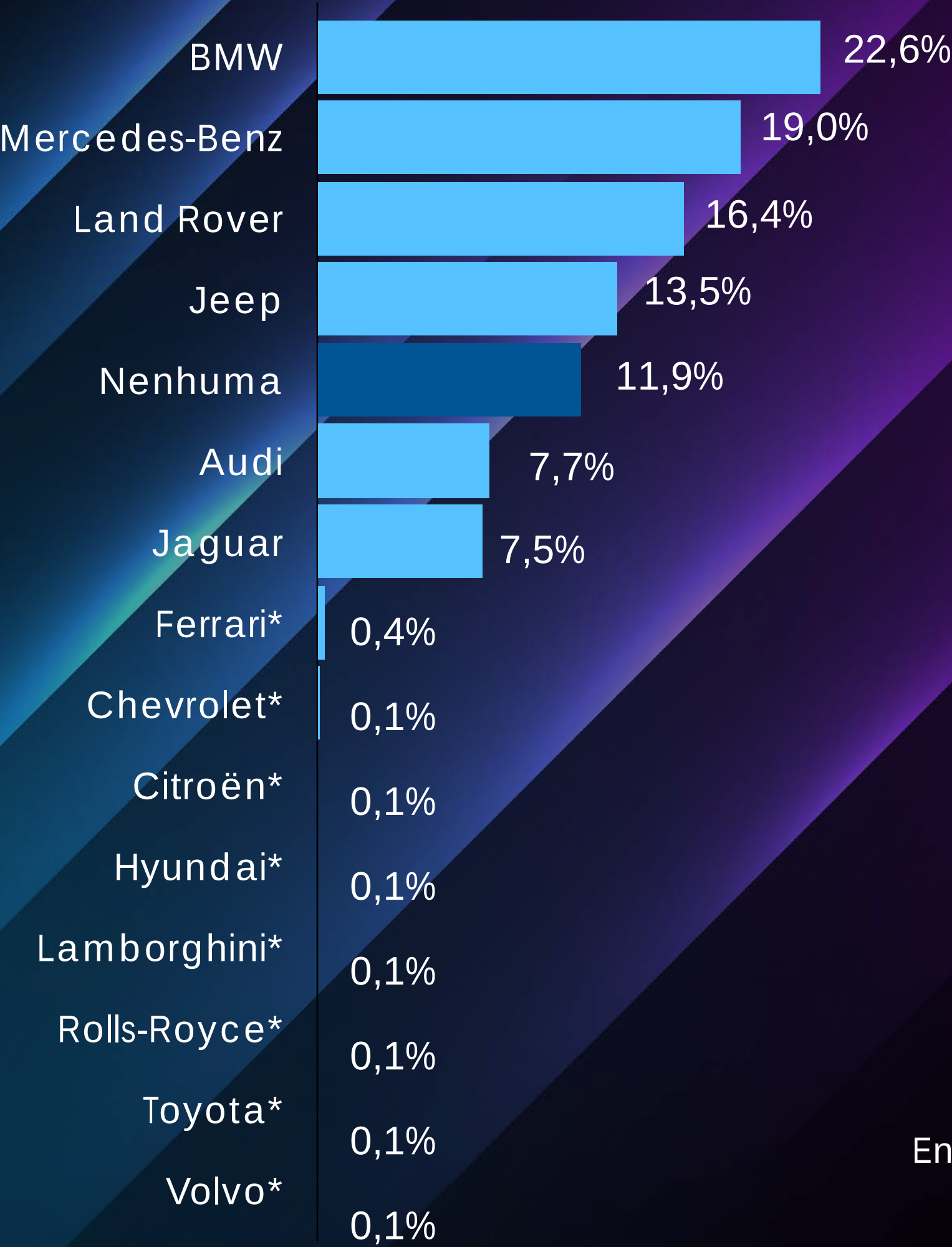
*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

AUTOMOBILÍSTICAS DE LUXO

AUTOMOBILÍSTICAS DE LUXO

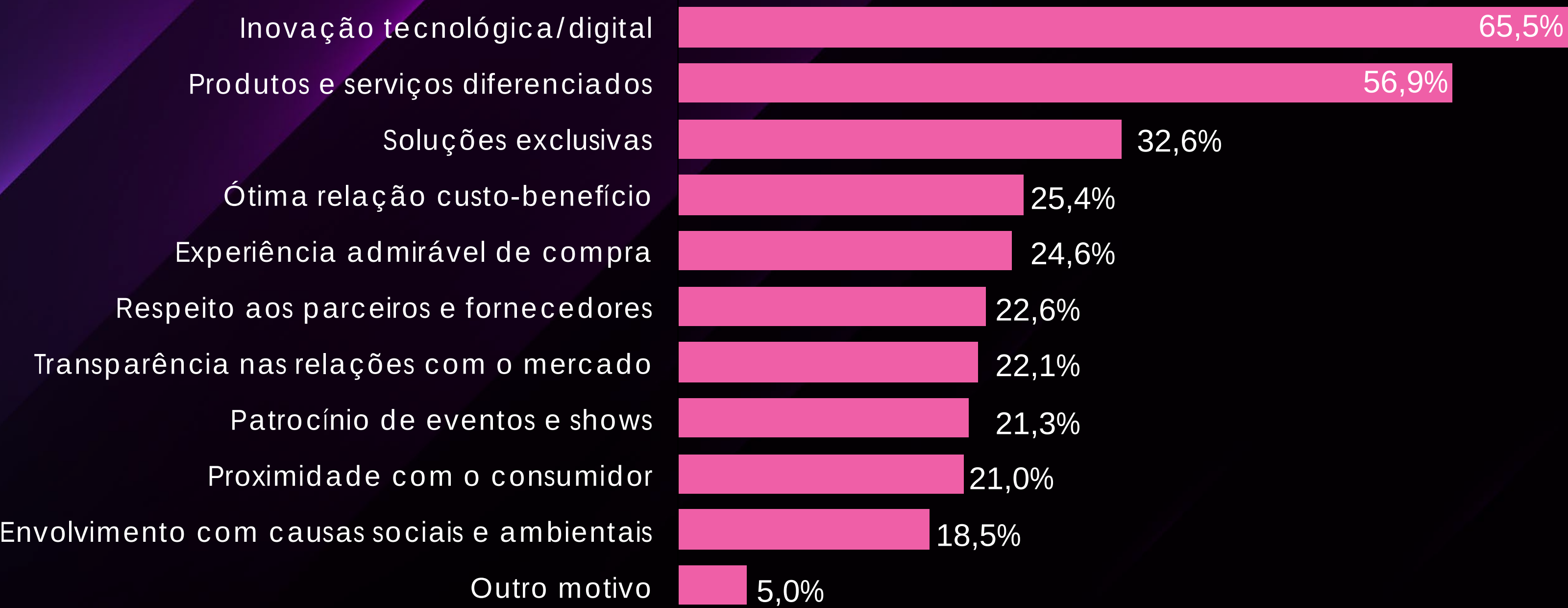
QUAL DESTAS EMPRESAS É A MAIS ENCANTADORA PARA VOCÊ?

Citações únicas



POR QUAIS MOTIVOS ESTAS EMPRESAS ENCANTAM?

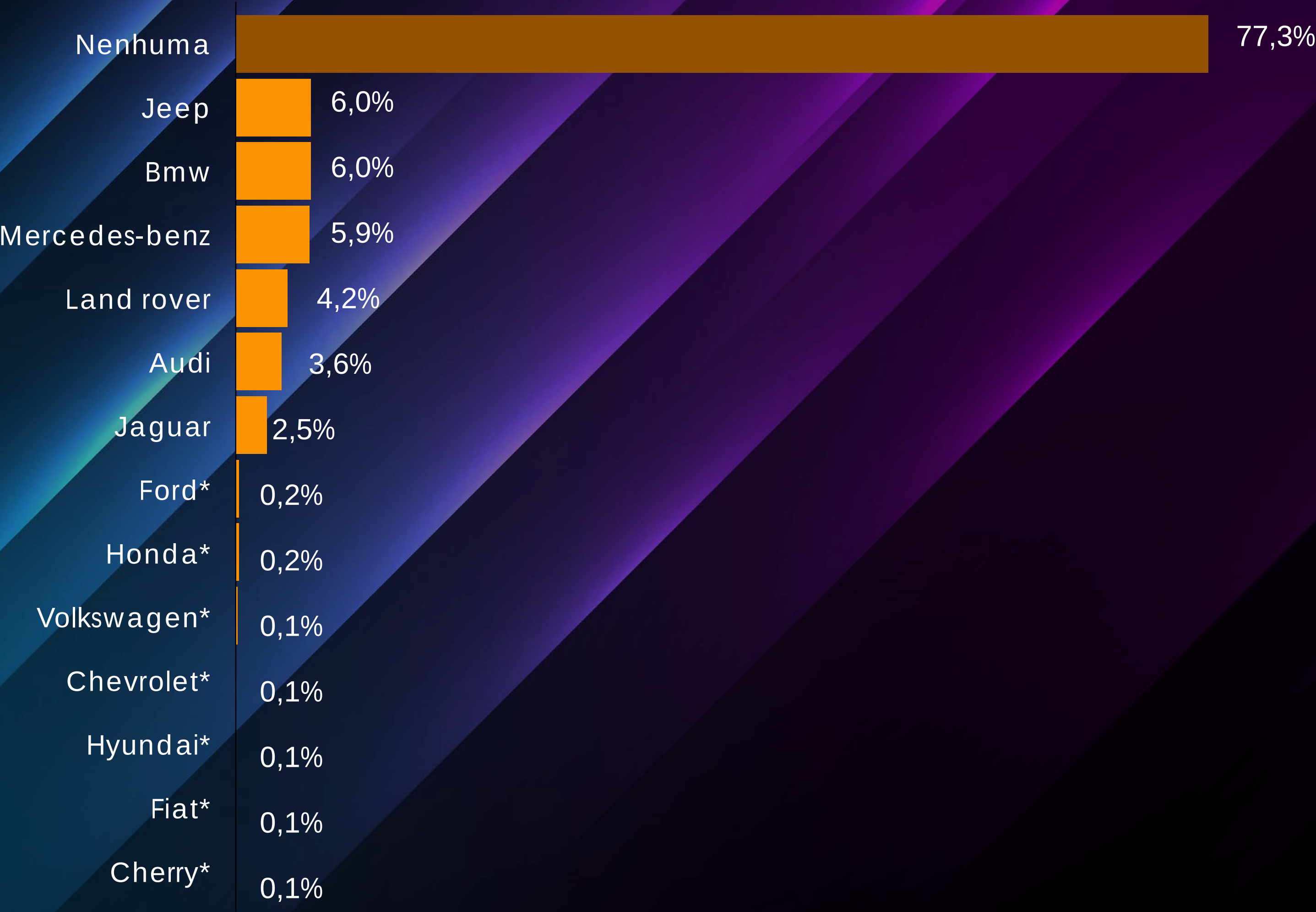
Respostas múltiplas. Para quem considerou que alguma marca encanta.



*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

QUAL DESTAS EMPRESAS VOCÊ JÁ TEVE EXPERIÊNCIA?

Respostas múltiplas

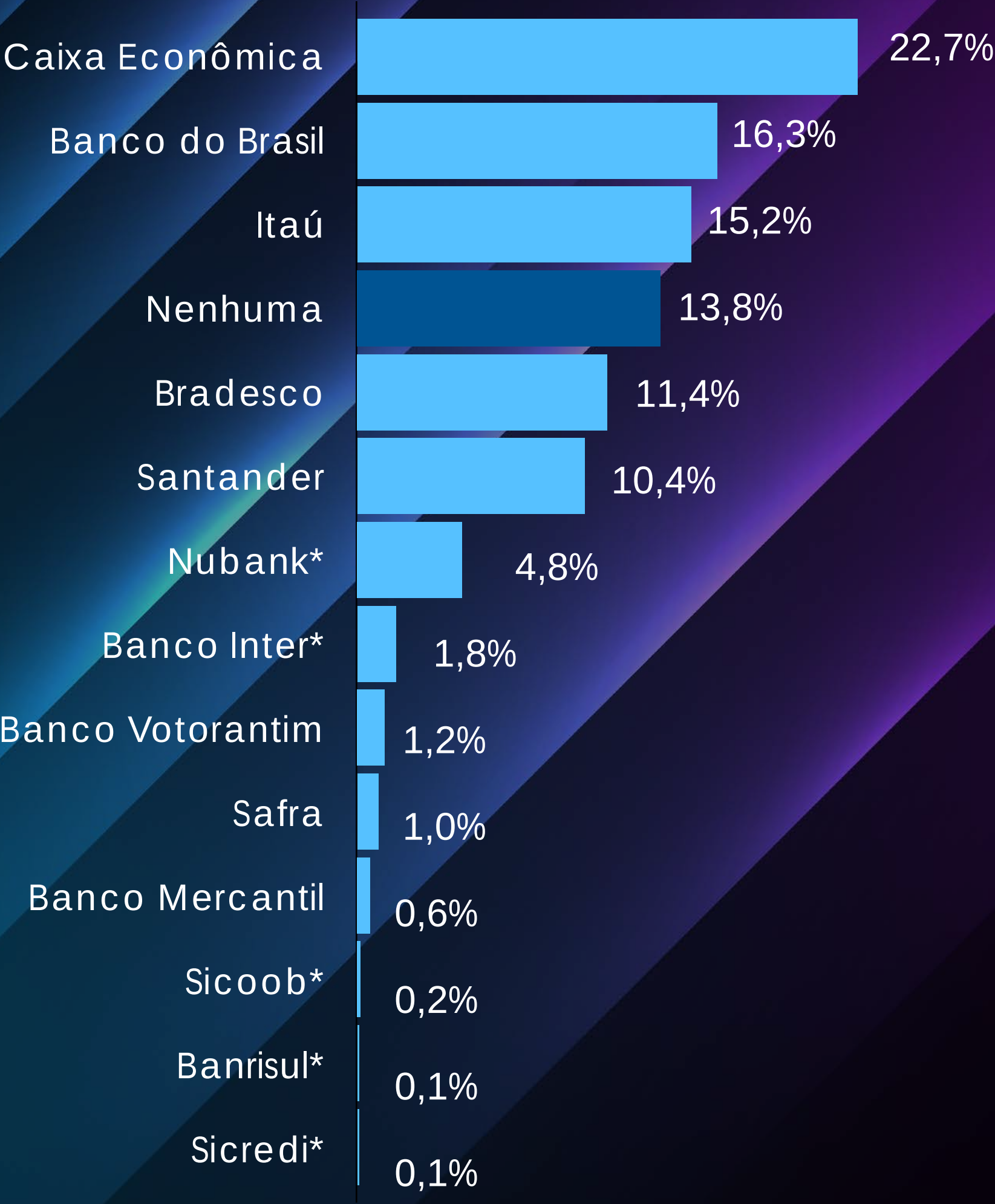


*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

BANCOS

QUAL DESTAS EMPRESAS É A MAIS ENCANTADORA PARA VOCÊ?

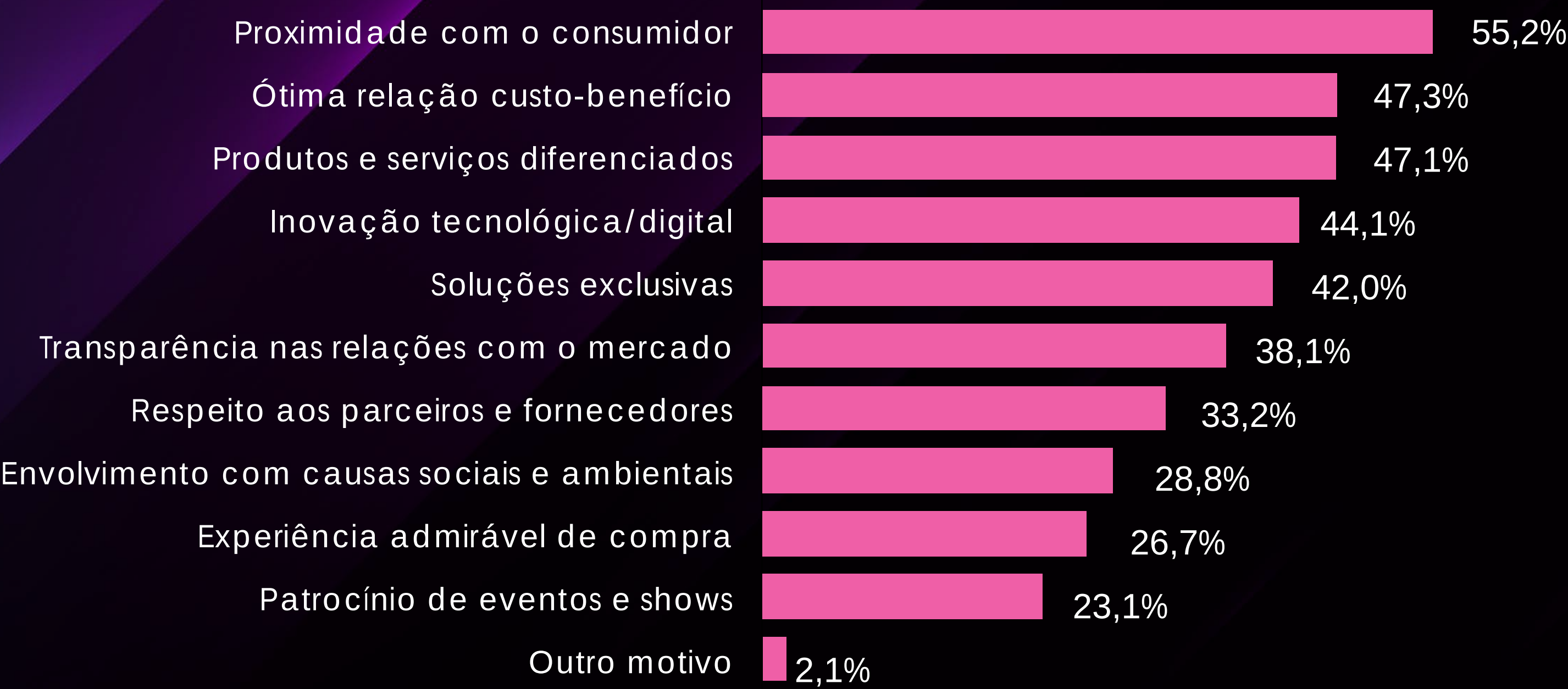
Citações únicas



*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

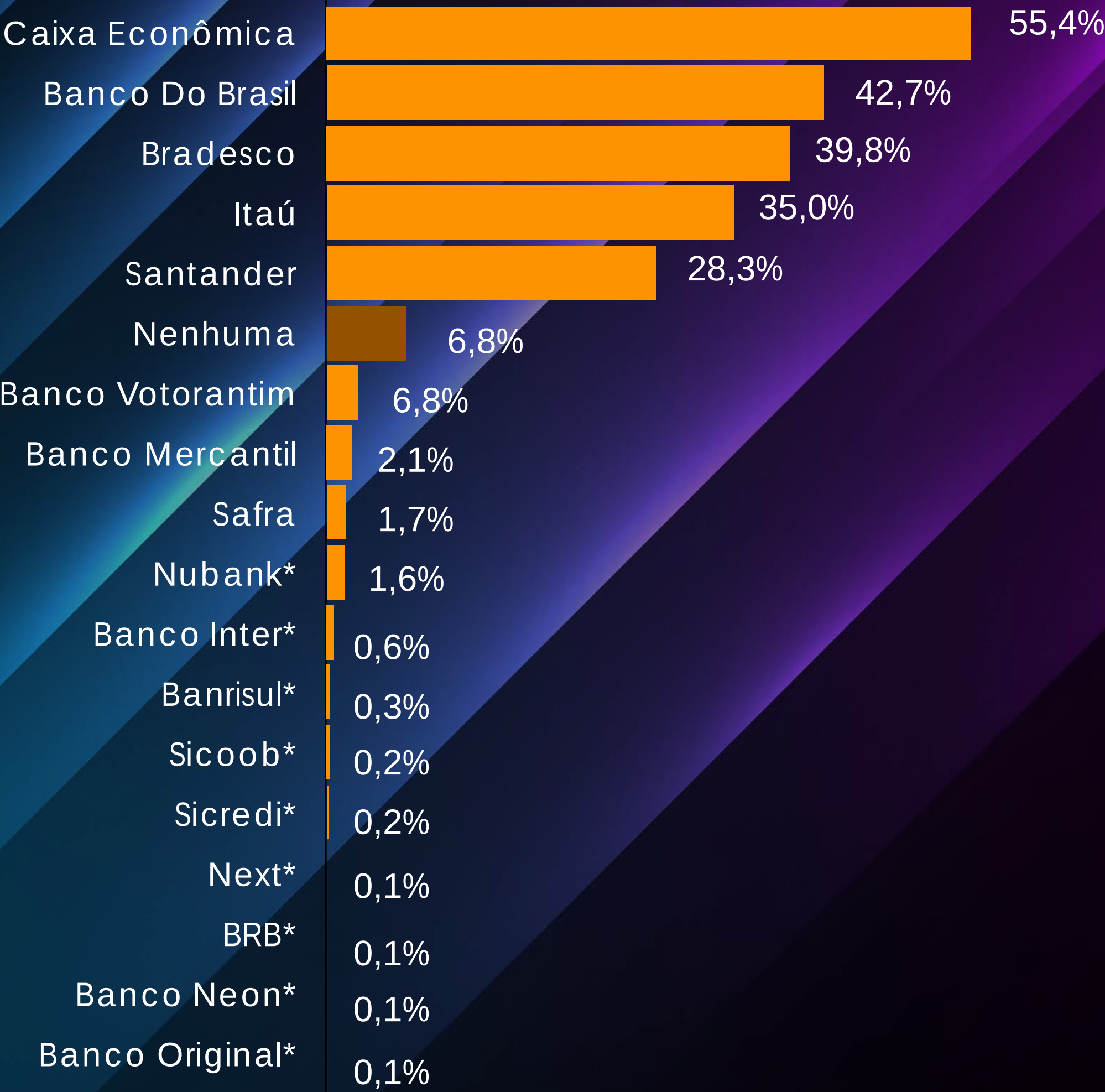
POR QUAIS MOTIVOS ESTAS EMPRESAS ENCANTAM?

Respostas múltiplas. Para quem considerou que alguma marca encanta.



QUAL DESTAS EMPRESAS VOCÊ JÁ TEVE EXPERIÊNCIA?

Respostas múltiplas

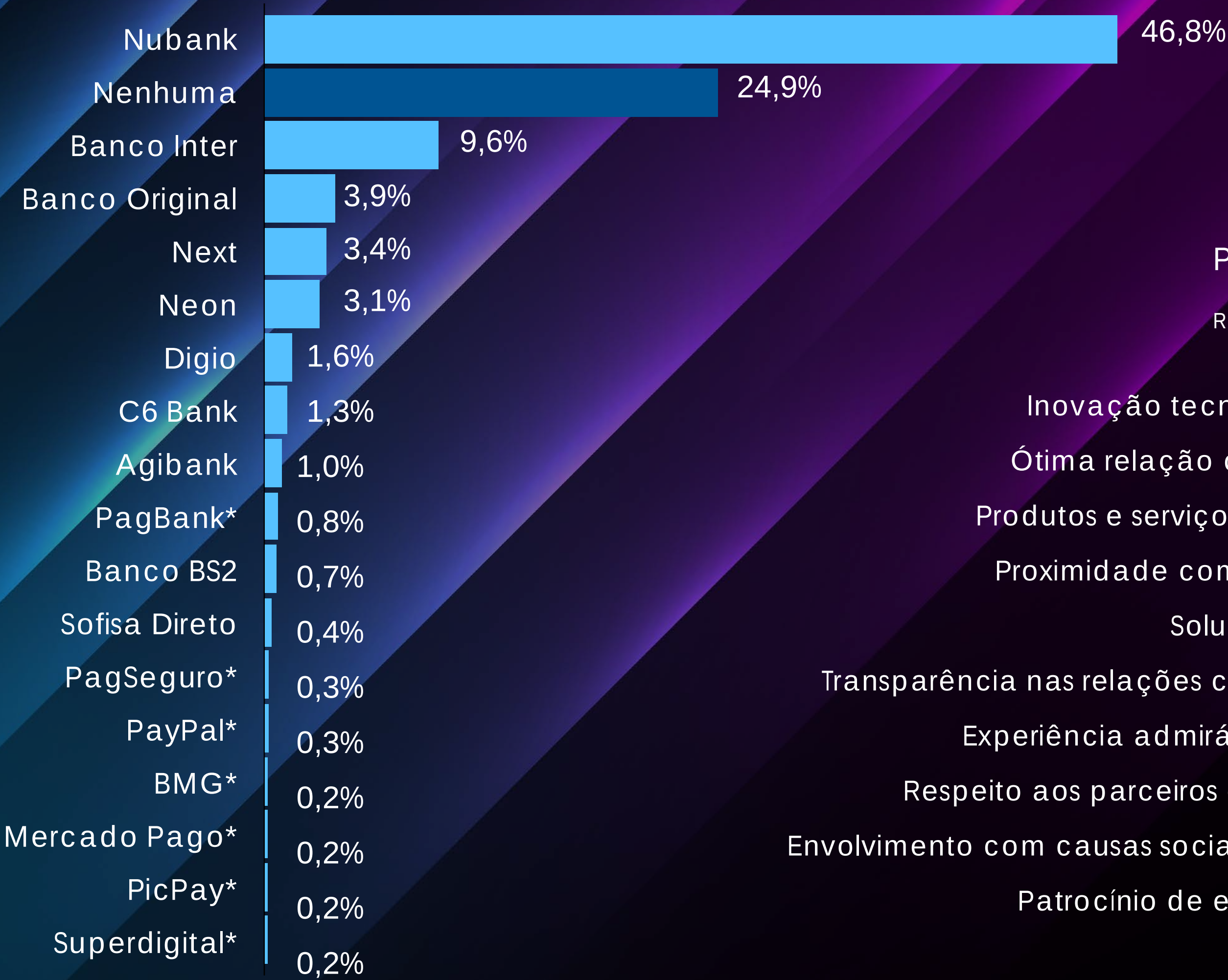


*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

BANCOS DIGITAIS

QUAL DESTAS EMPRESAS É A MAIS ENCANTADORA PARA VOCÊ?

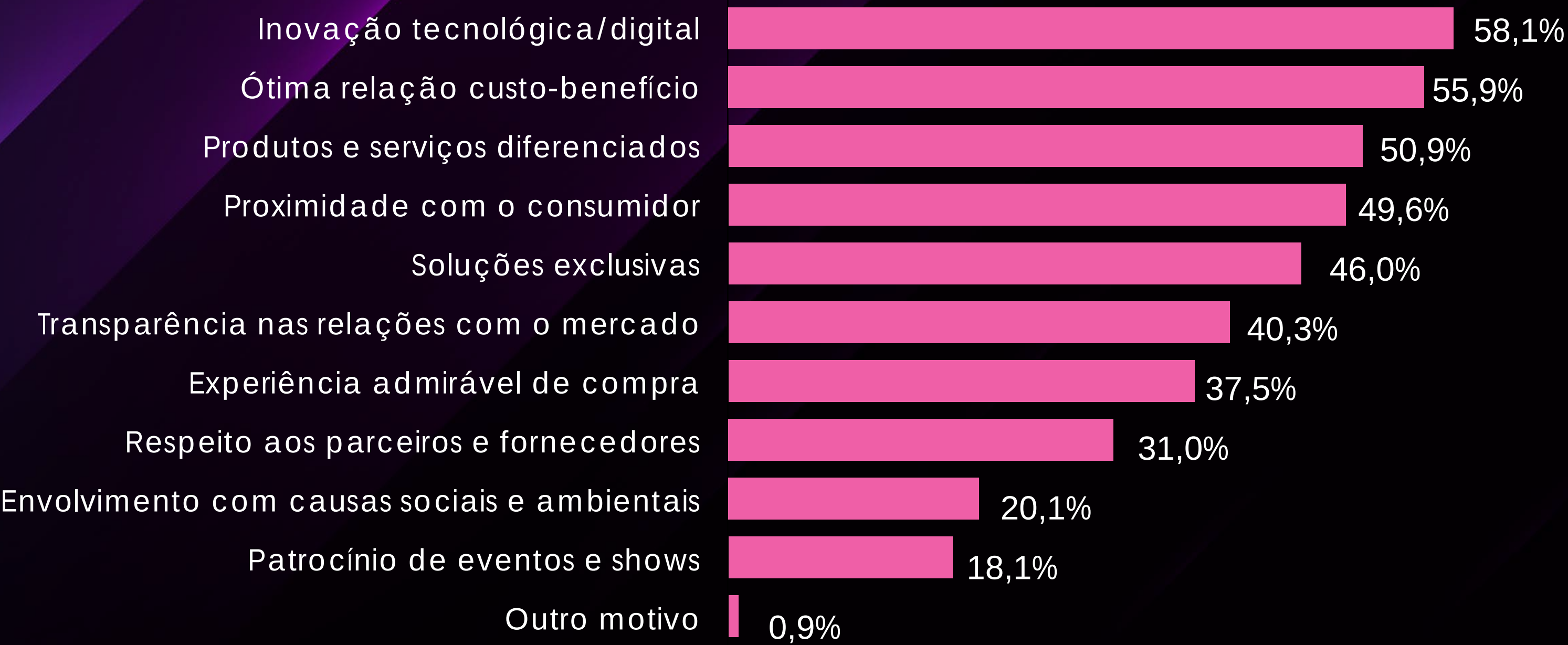
Citações únicas



*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

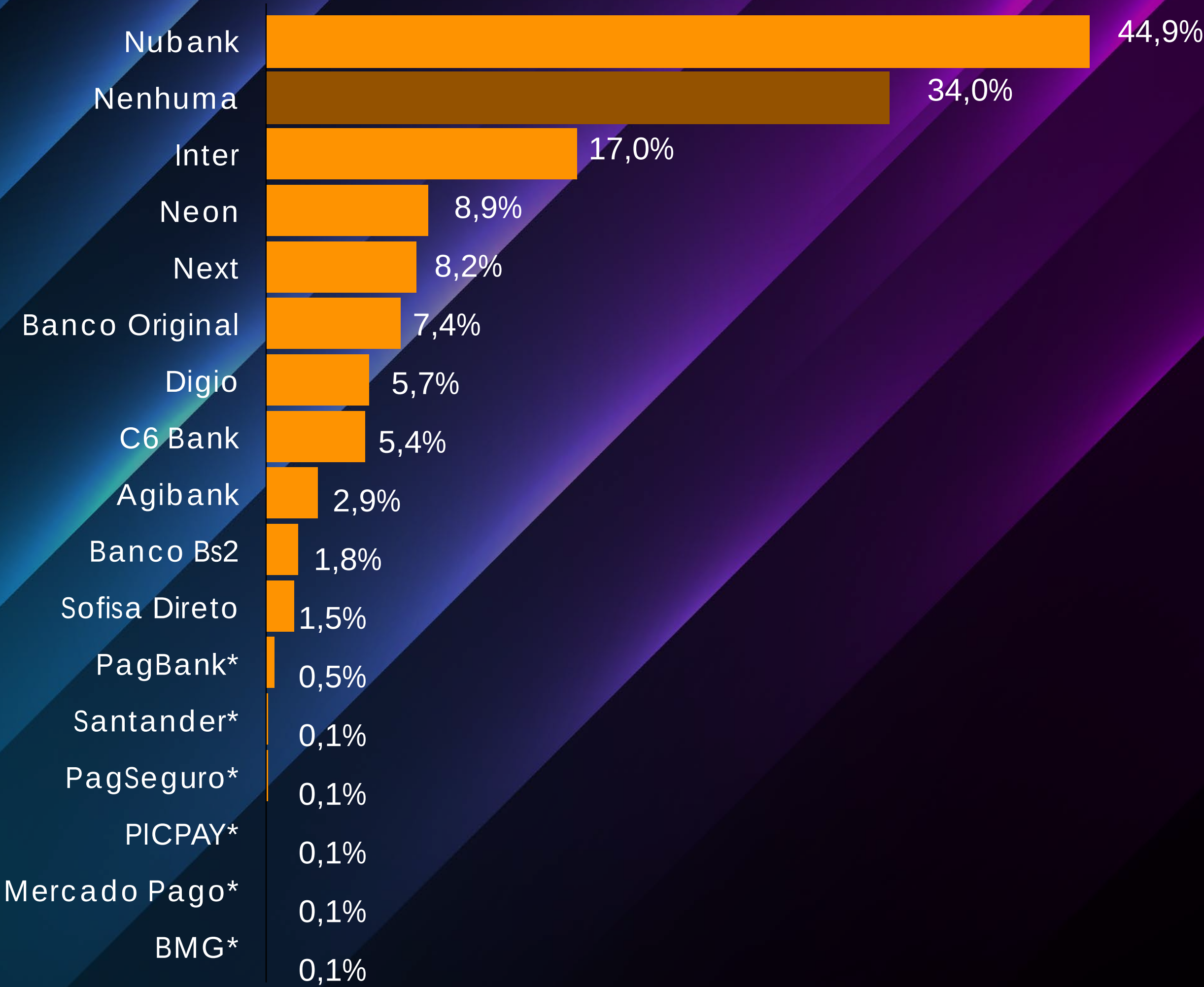
POR QUAIS MOTIVOS ESTAS EMPRESAS ENCANTAM?

Respostas múltiplas. Para quem considerou que alguma marca encanta.



QUAL DESTAS EMPRESAS VOCÊ JÁ TEVE EXPERIÊNCIA?

Respostas múltiplas

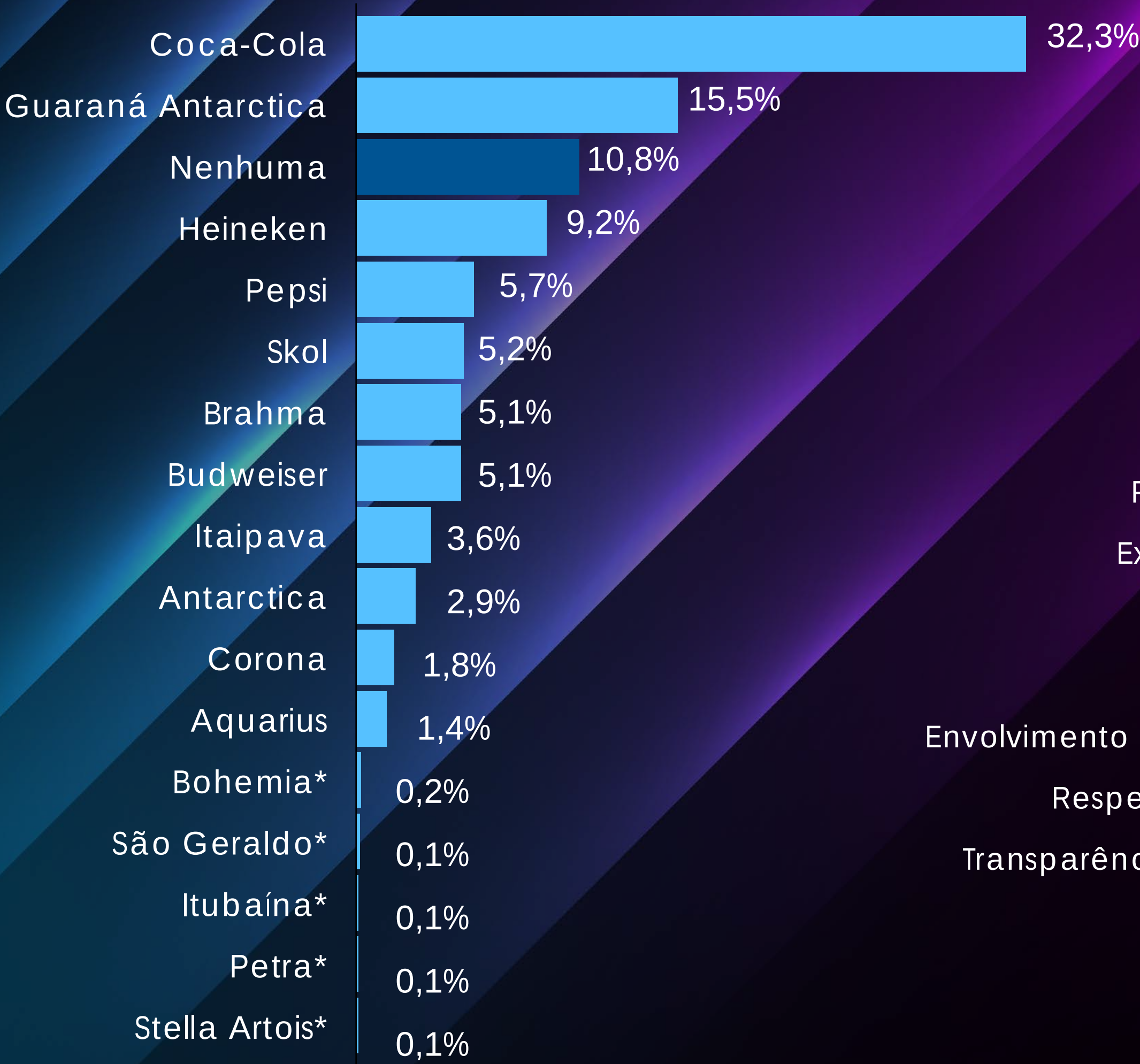


*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

BEBIDAS

QUAL DESTAS EMPRESAS É A MAIS ENCANTADORA PARA VOCÊ?

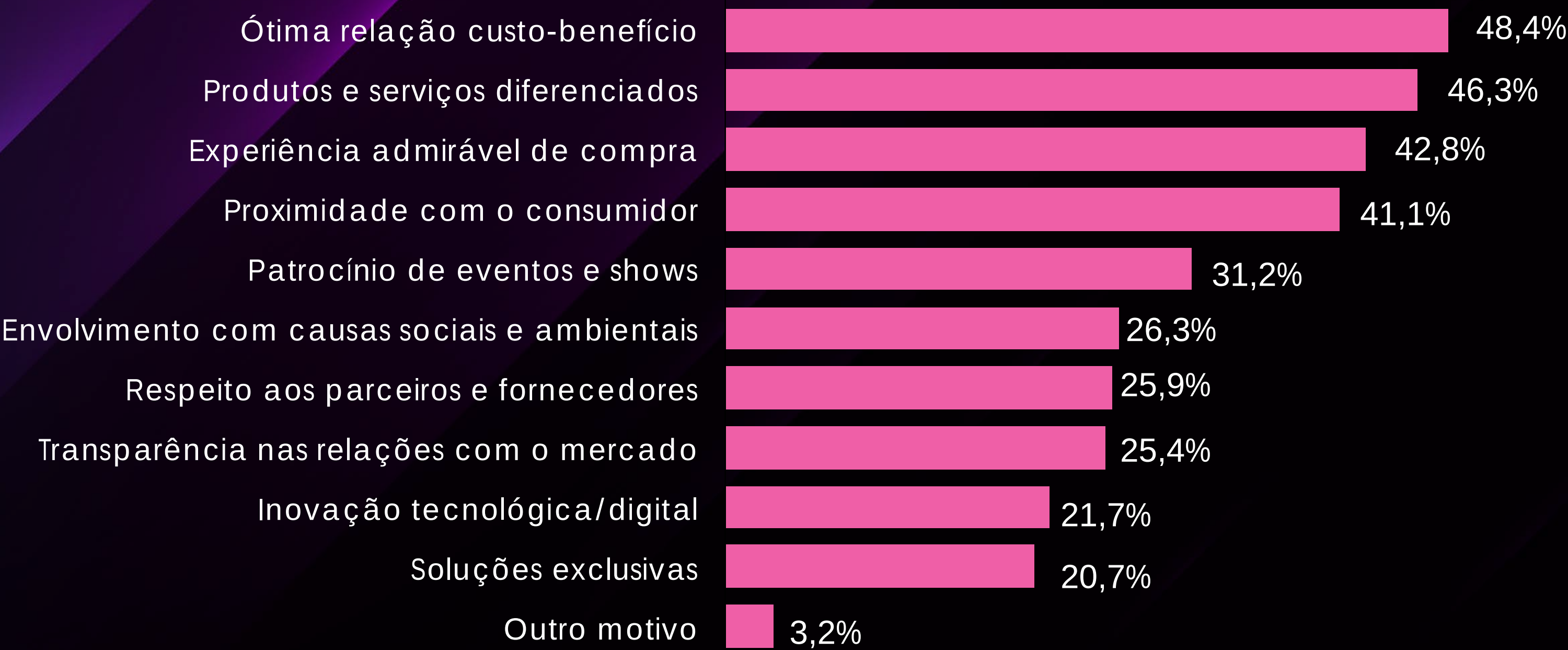
Citações únicas



*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

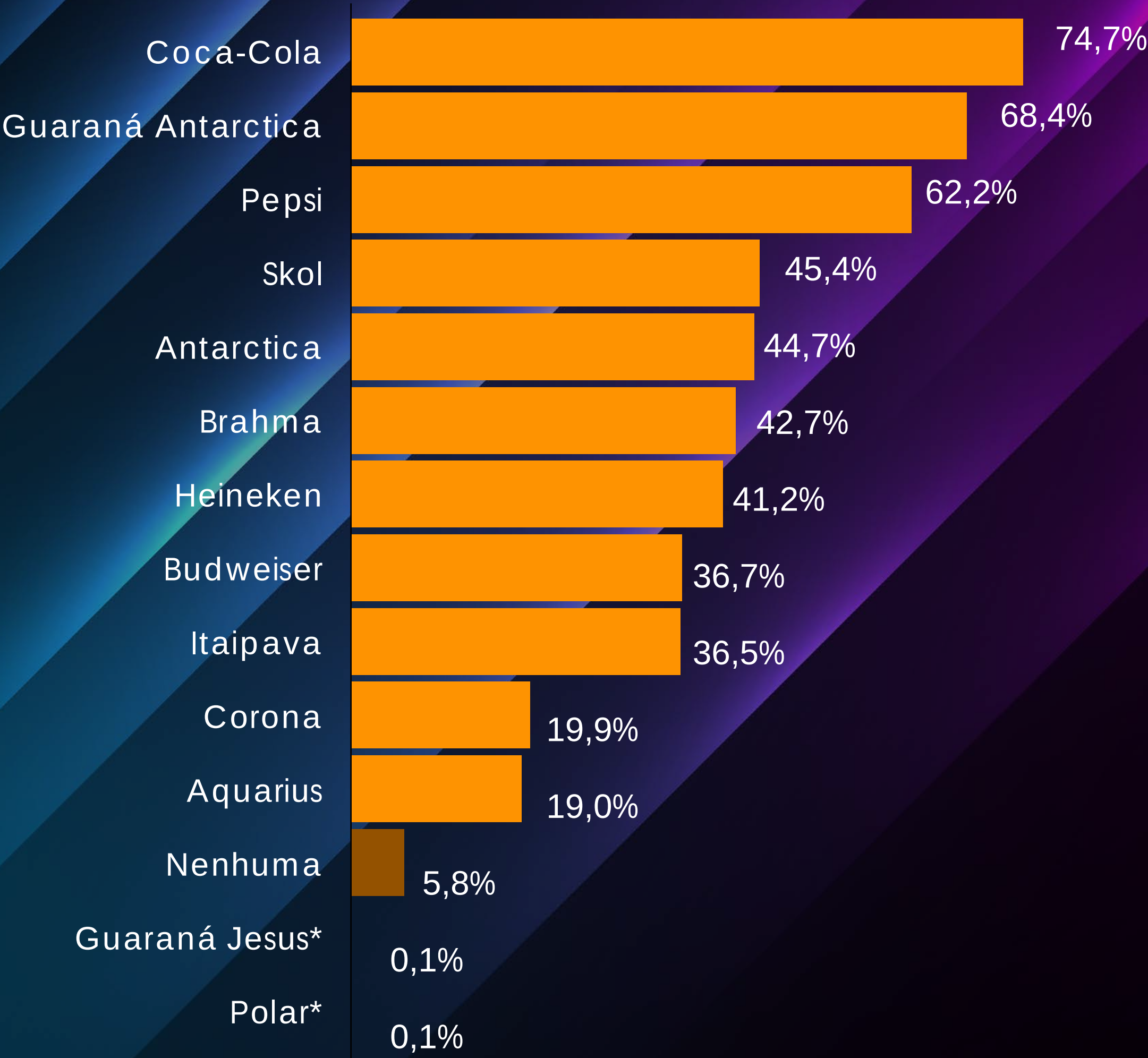
POR QUAIS MOTIVOS ESTAS EMPRESAS ENCANTAM?

Respostas múltiplas. Para quem considerou que alguma marca encanta.



QUAL DESTAS EMPRESAS VOCÊ JÁ TEVE EXPERIÊNCIA?

Respostas múltiplas

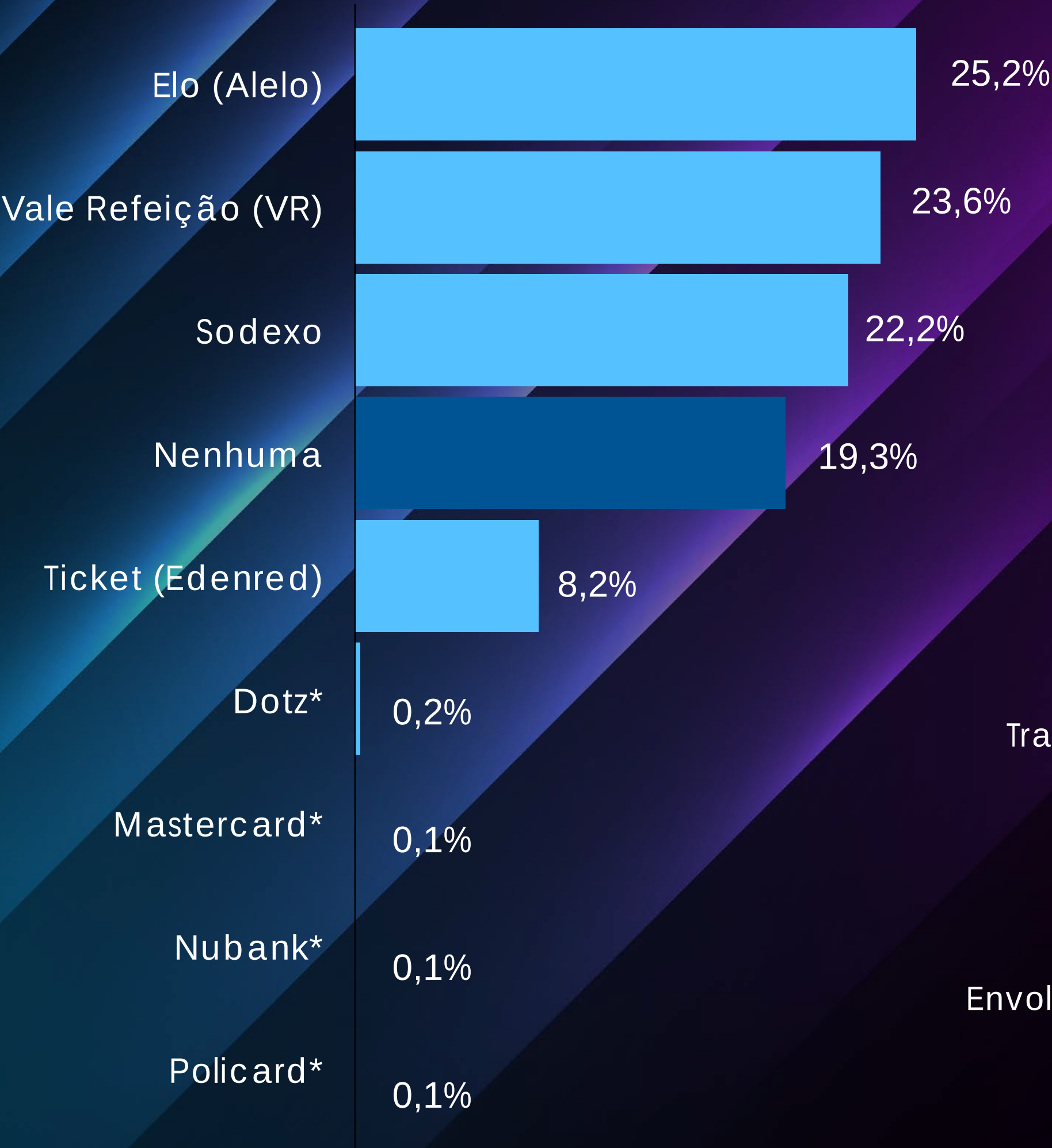


*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

BENEFÍCIOS

QUAL DESTAS EMPRESAS É A MAIS ENCANTADORA PARA VOCÊ?

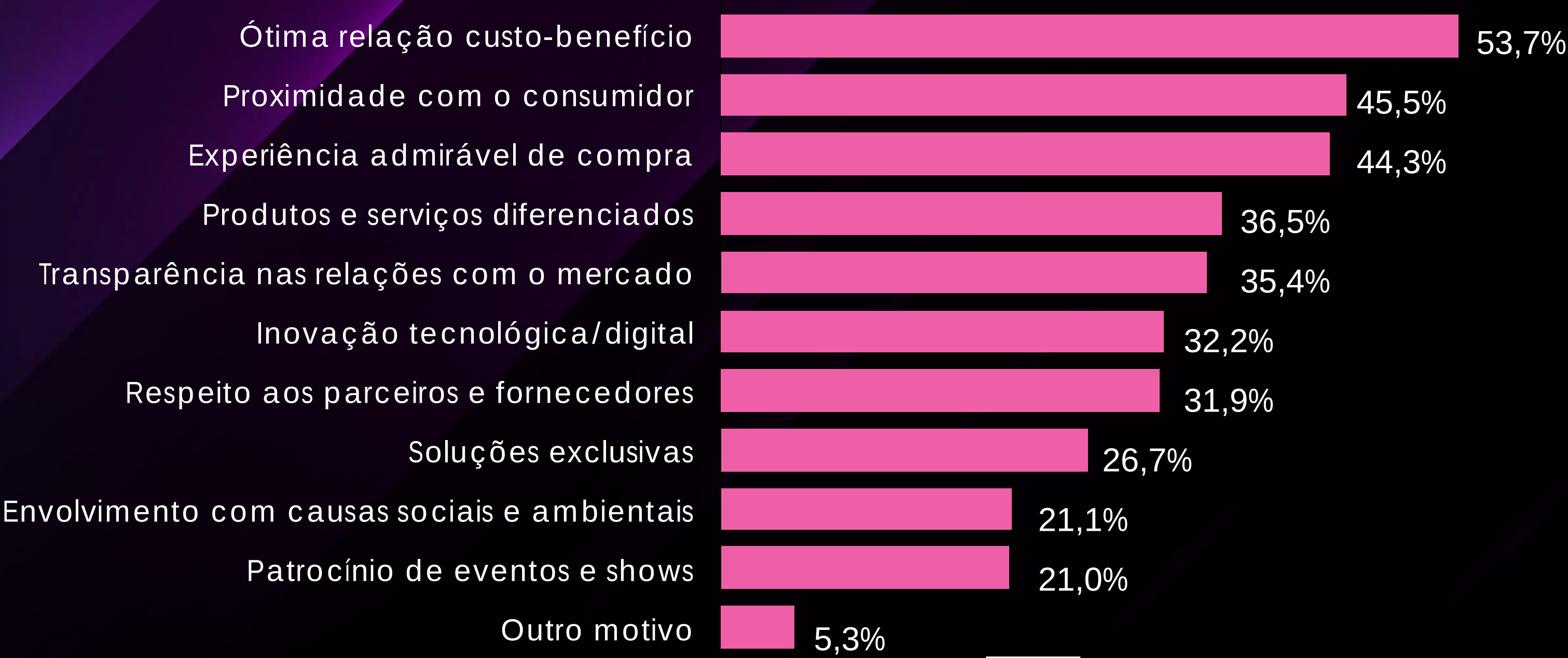
Citações únicas



*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

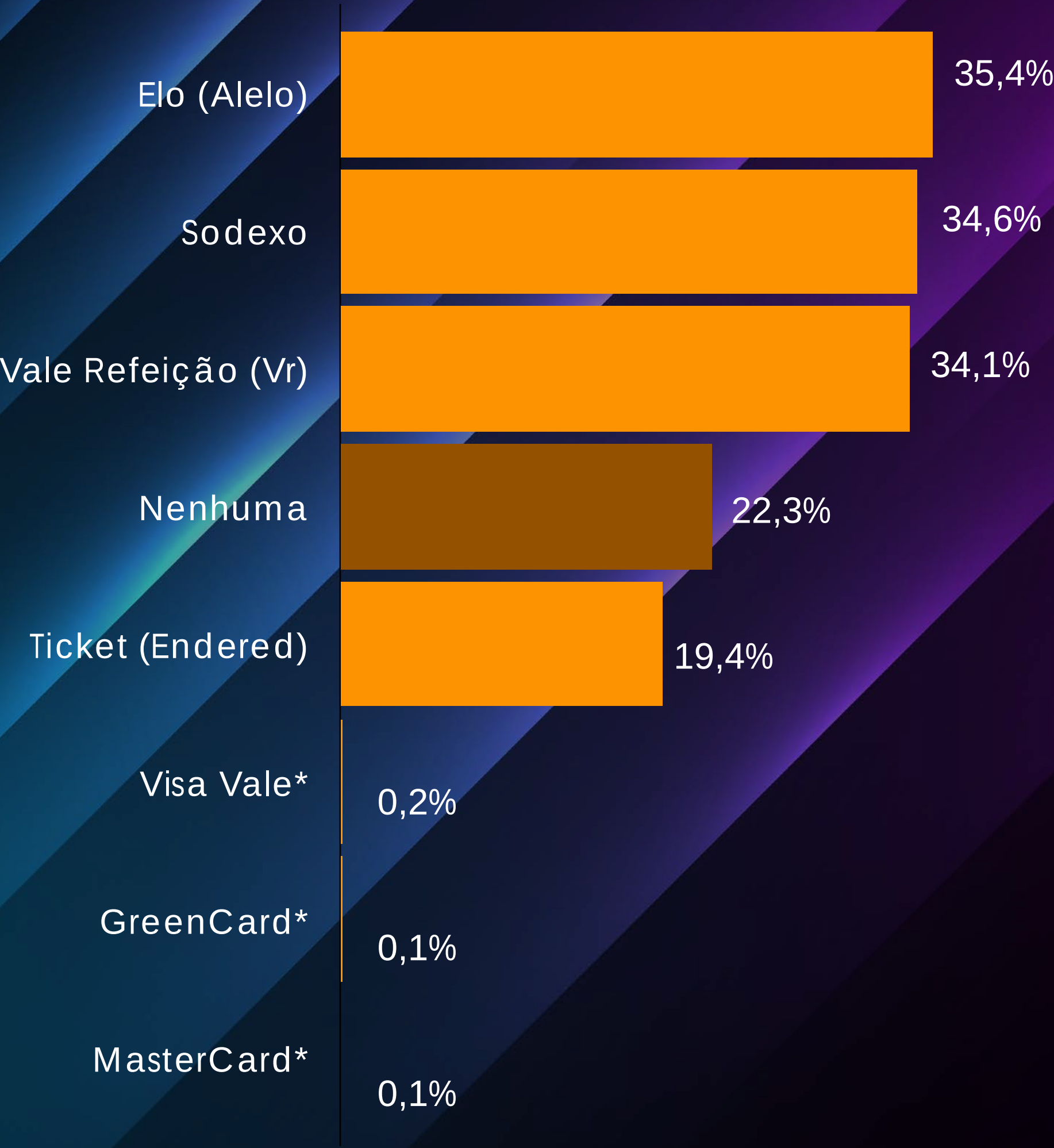
POR QUAIS MOTIVOS ESTAS EMPRESAS ENCANTAM?

Respostas múltiplas. Para quem considerou que alguma marca encanta.



QUAL DESTAS EMPRESAS VOCÊ JÁ TEVE EXPERIÊNCIA?

Respostas múltiplas



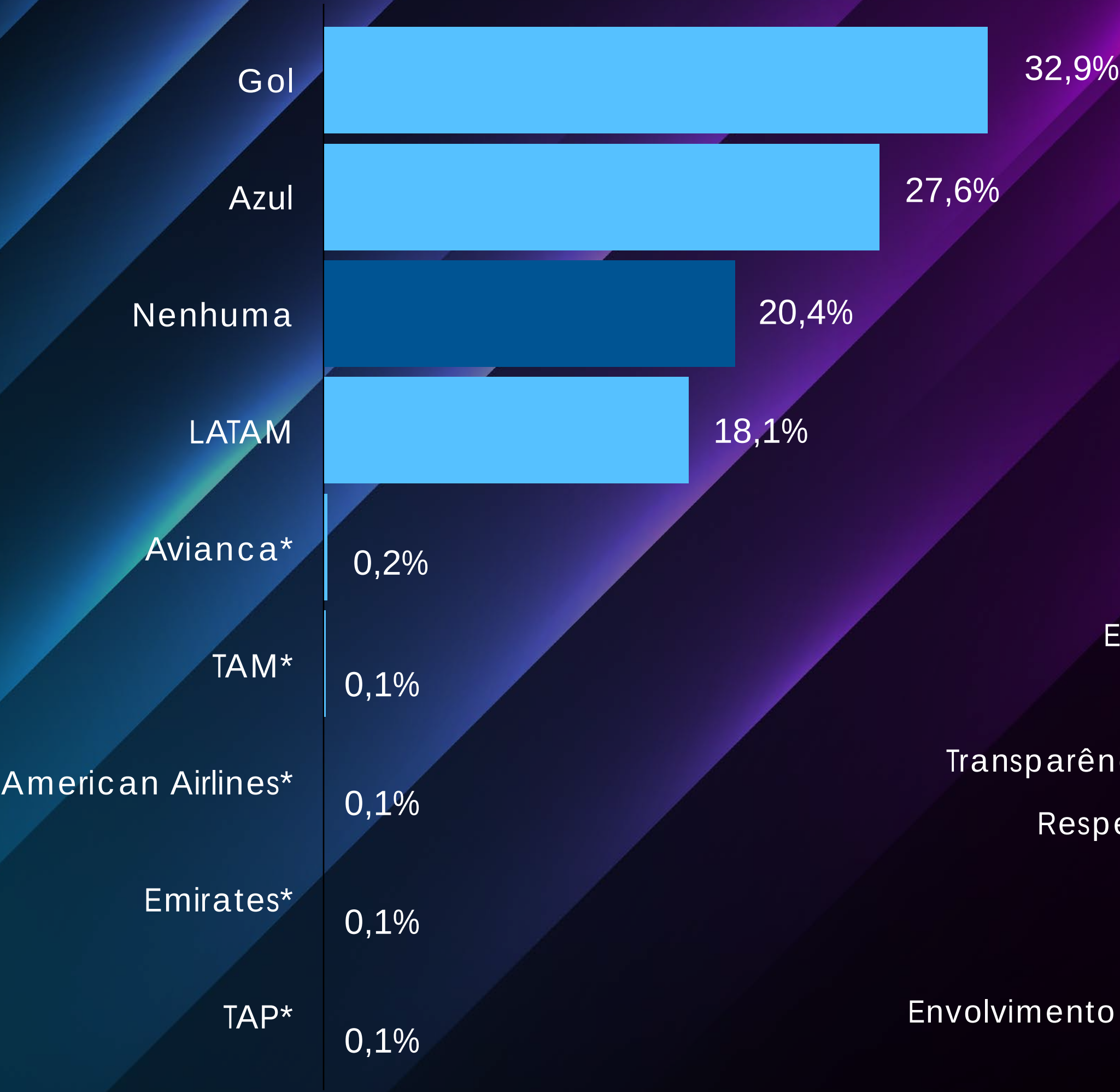
*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

COMPANHIAS AÉREAS

COMPANHIAS AÉREAS

QUAL DESTAS EMPRESAS É A MAIS ENCANTADORA PARA VOCÊ?

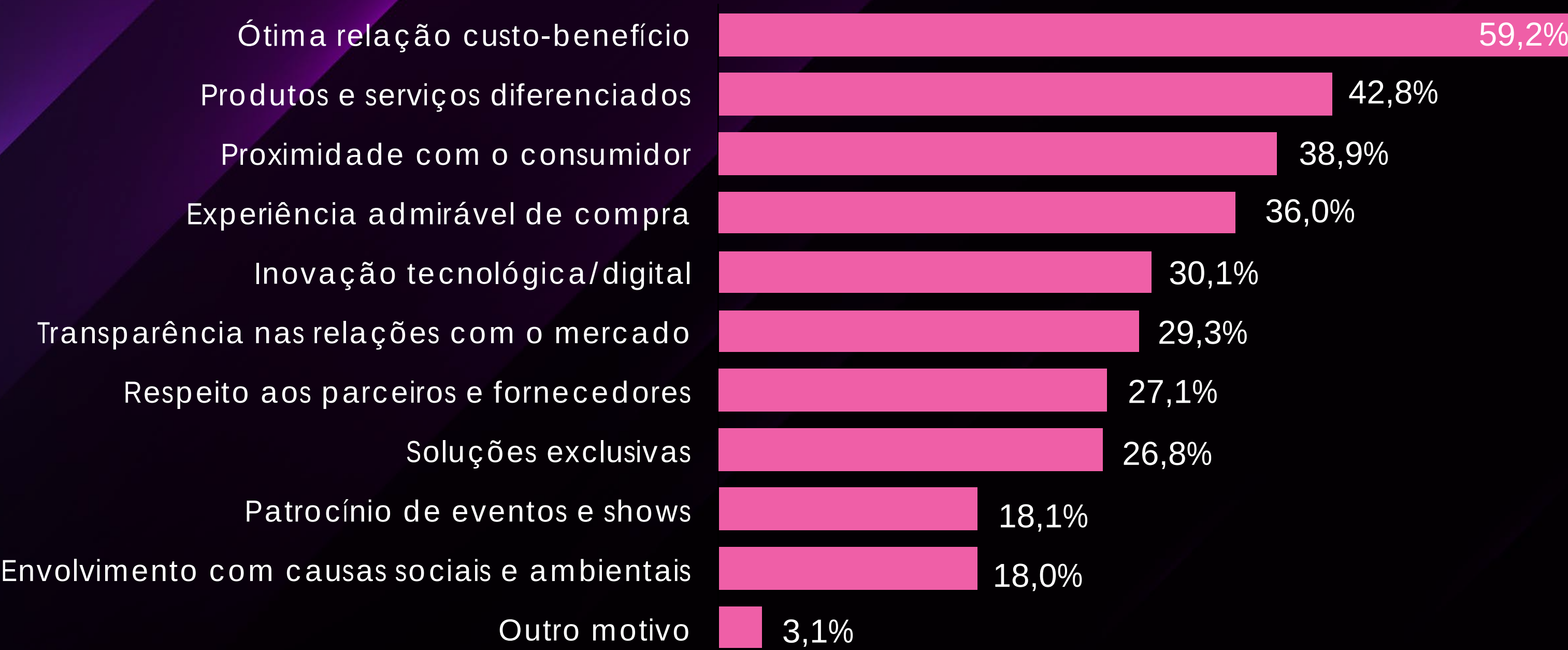
Citações únicas



*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

POR QUAIS MOTIVOS ESTAS EMPRESAS ENCANTAM?

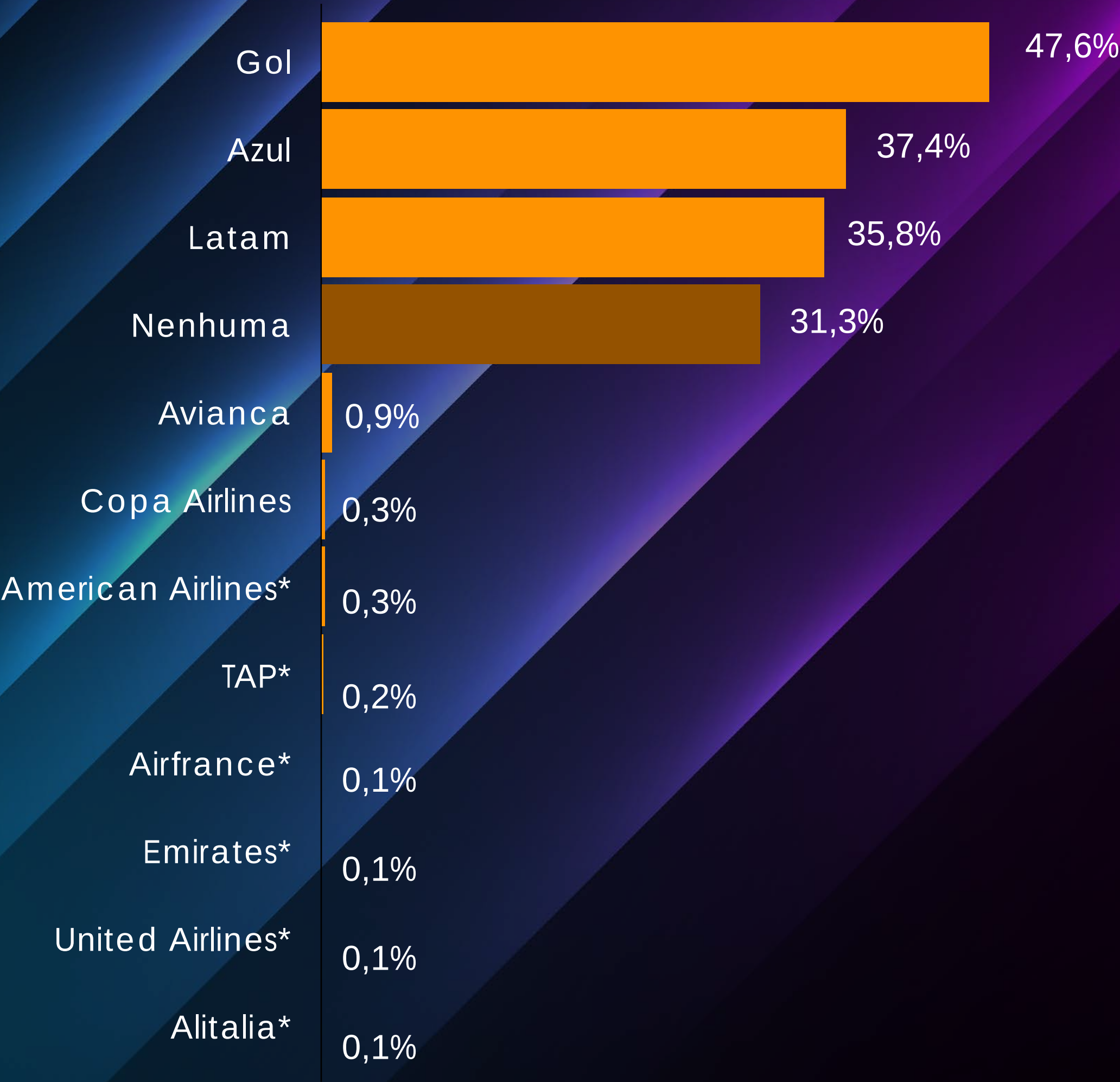
Respostas múltiplas. Para quem considerou que alguma marca encanta.



COMPANHIAS AÉREAS

QUAL DESTAS EMPRESAS VOCÊ JÁ TEVE EXPERIÊNCIA?

Respostas múltiplas



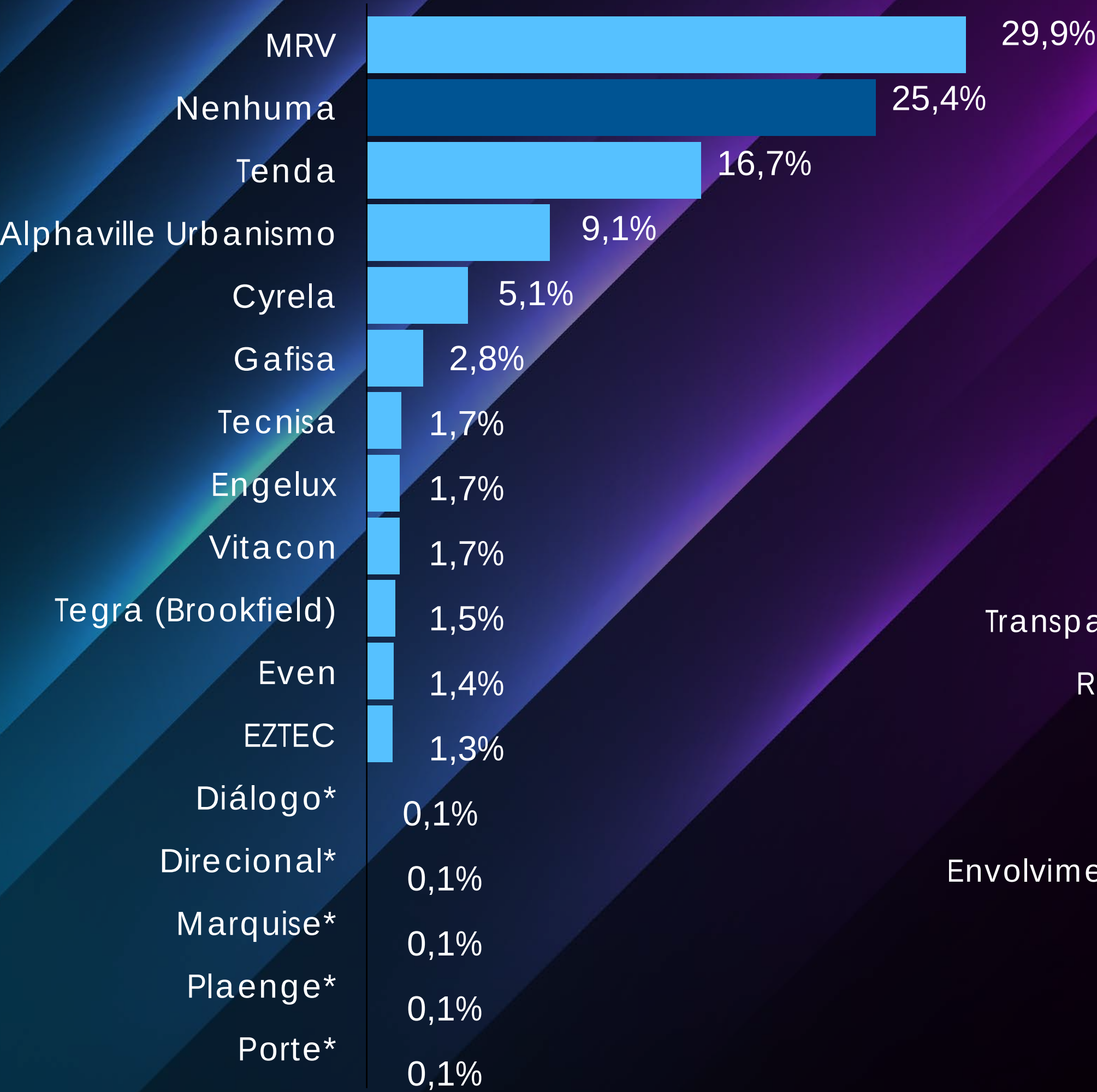
*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

CONSTRUTORAS E INCORPORADORAS

CONSTRUTORAS E INCORPORADORAS

QUAL DESTAS EMPRESAS É A MAIS ENCANTADORA PARA VOCÊ?

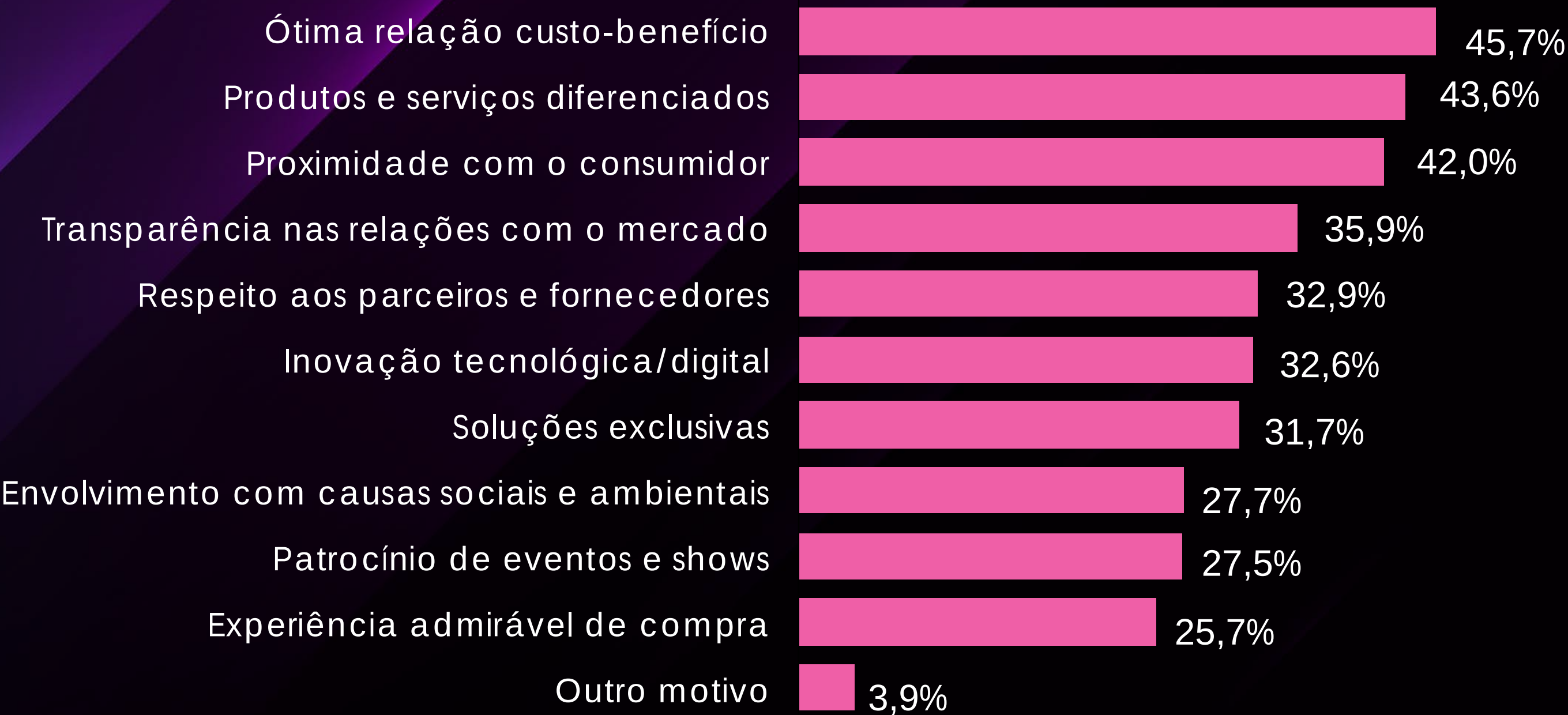
Citações únicas



*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

POR QUAIS MOTIVOS ESTAS EMPRESAS ENCANTAM?

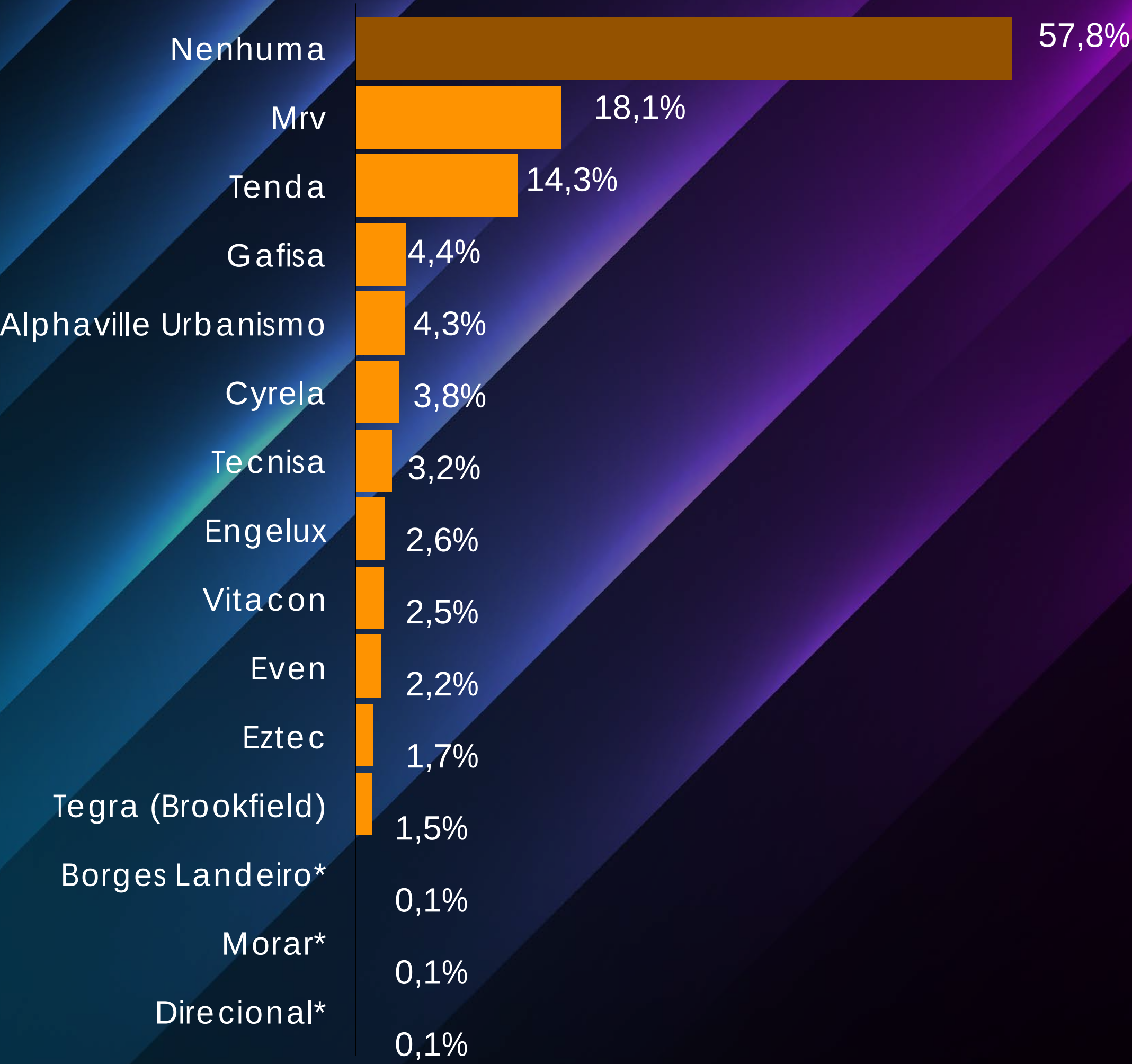
Respostas múltiplas. Para quem considerou que alguma marca encanta.



CONSTRUTORAS E INCORPORADORAS

QUAL DESTAS EMPRESAS VOCÊ JÁ TEVE EXPERIÊNCIA?

Respostas múltiplas

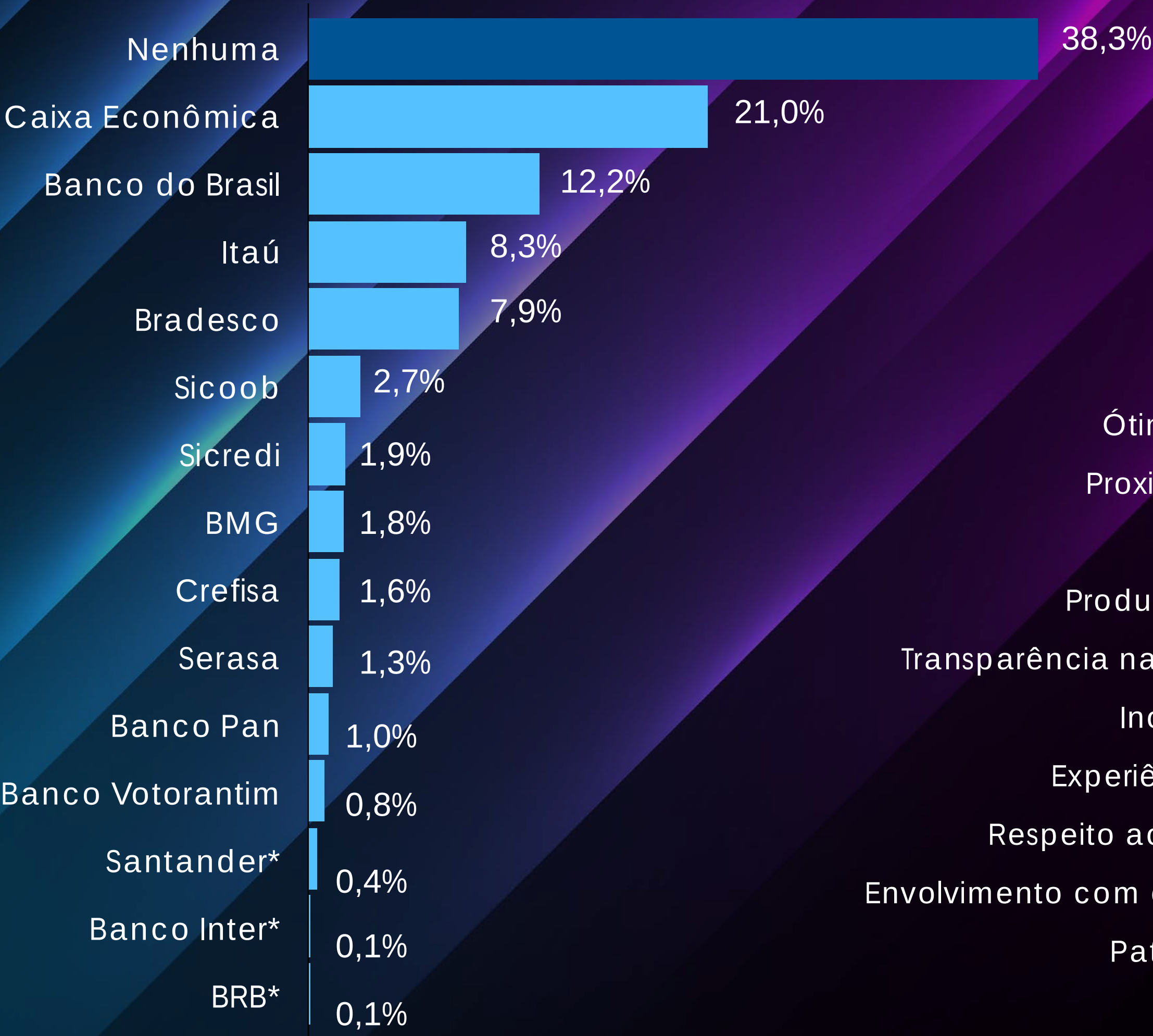


*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

CRÉDITO PESSOAL

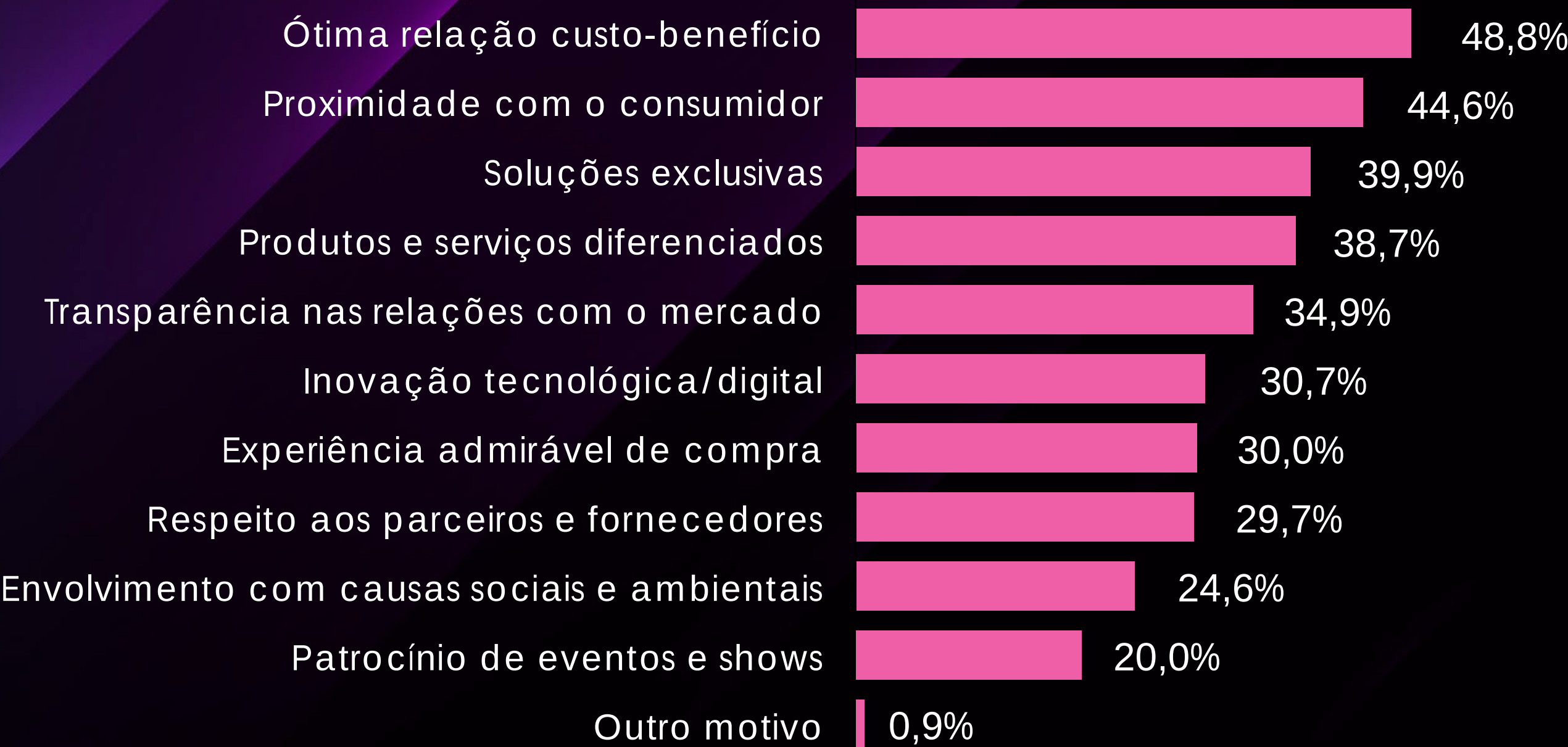
QUAL DESTAS EMPRESAS É A MAIS ENCANTADORA PARA VOCÊ?

Citações únicas



POR QUAIS MOTIVOS ESTAS EMPRESAS ENCANTAM?

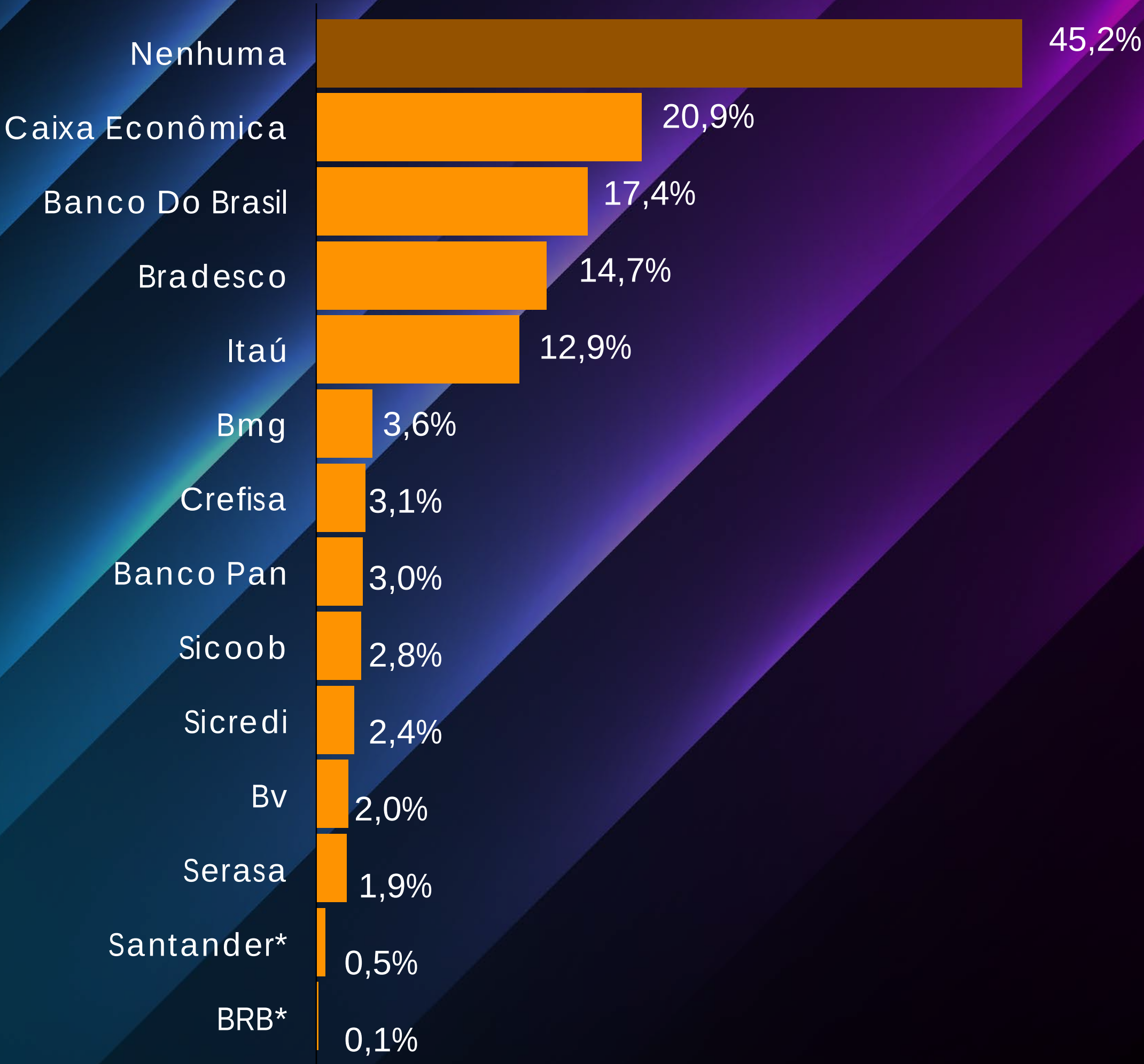
Respostas múltiplas. Para quem considerou que alguma marca encanta.



*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

QUAL DESTAS EMPRESAS VOCÊ JÁ TEVE EXPERIÊNCIA?

Respostas múltiplas

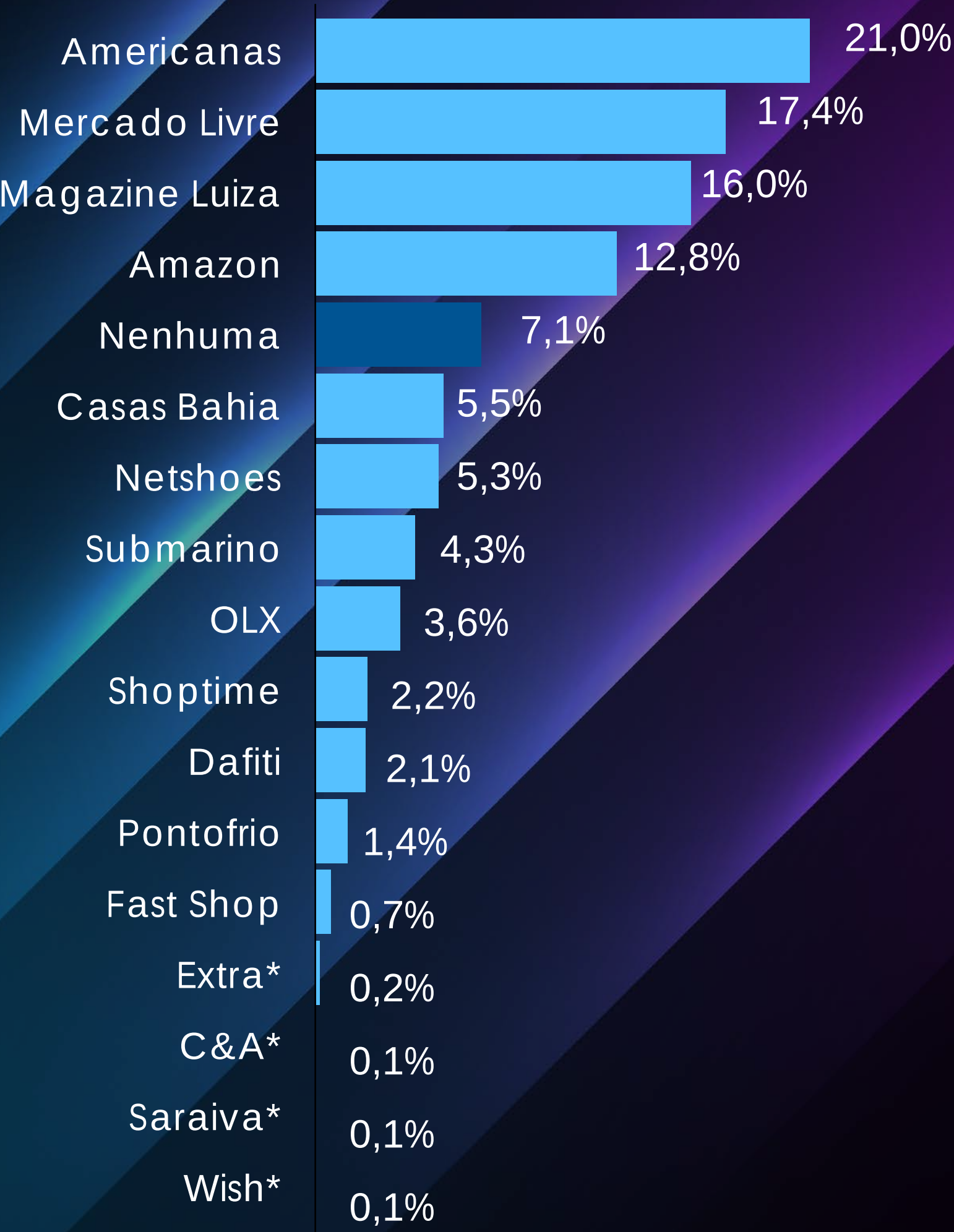


*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

E-COMMERCE

QUAL DESTAS EMPRESAS É A MAIS ENCANTADORA PARA VOCÊ?

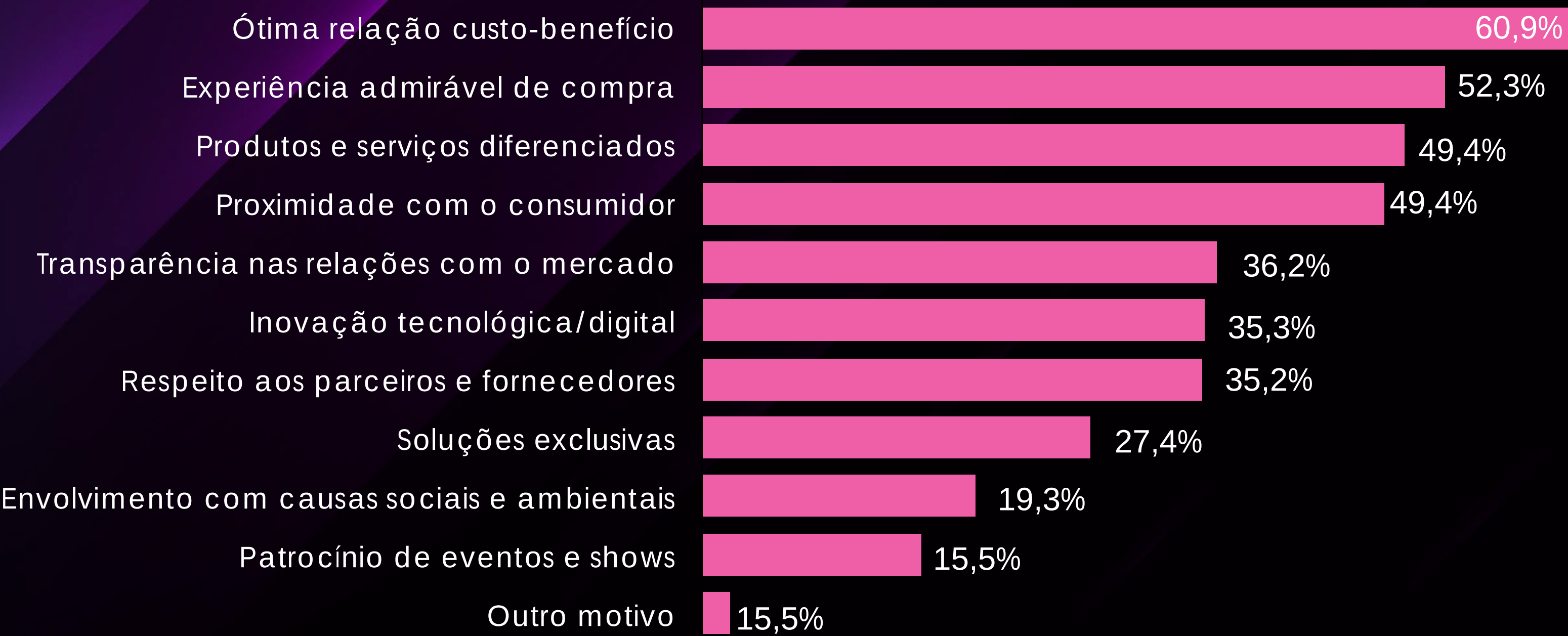
Citações únicas



*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

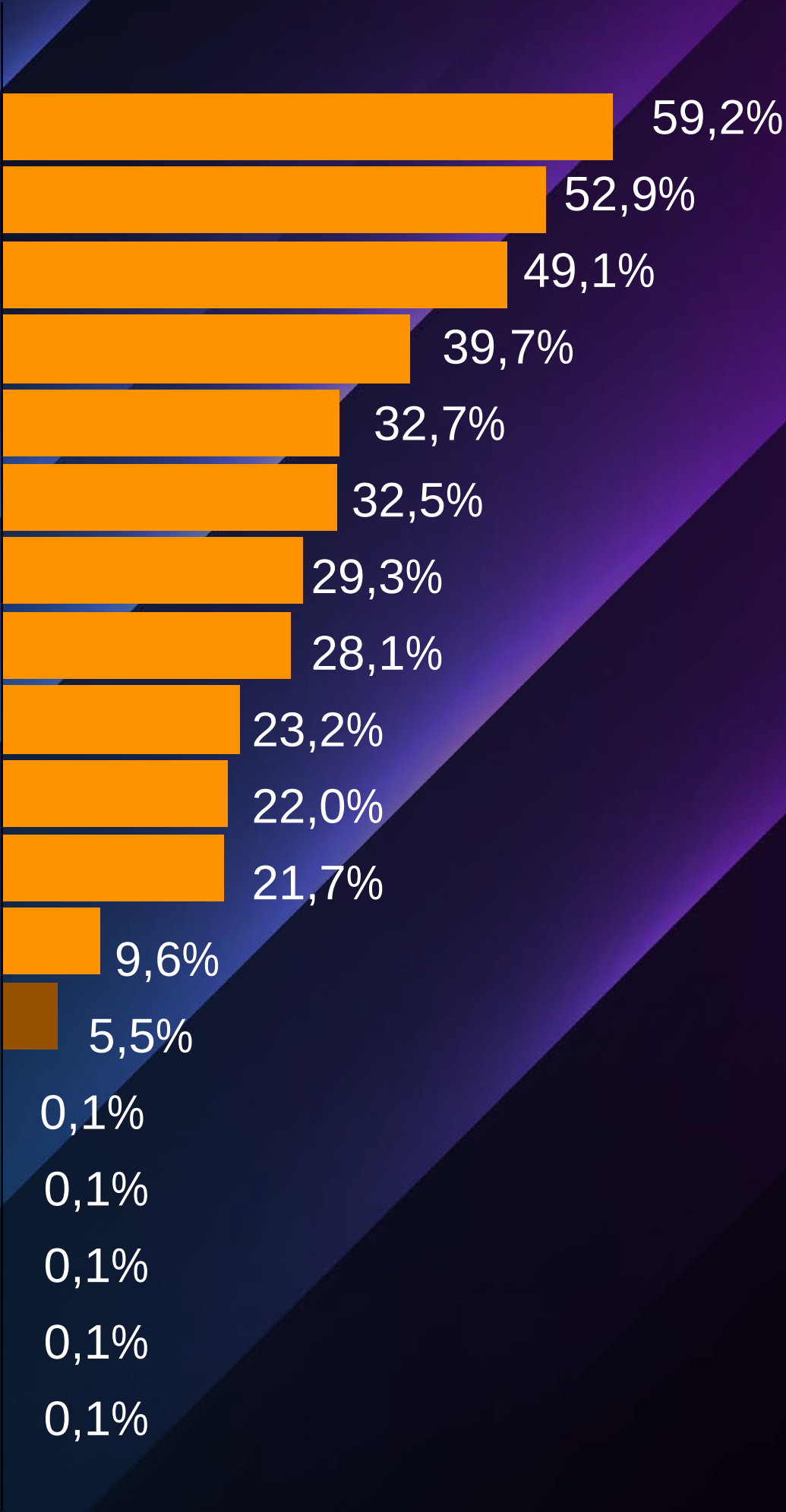
POR QUAIS MOTIVOS ESTAS EMPRESAS ENCANTAM?

Respostas múltiplas. Para quem considerou que alguma marca encanta.



QUAL DESTAS EMPRESAS VOCÊ JÁ TEVE EXPERIÊNCIA?

Respostas múltiplas

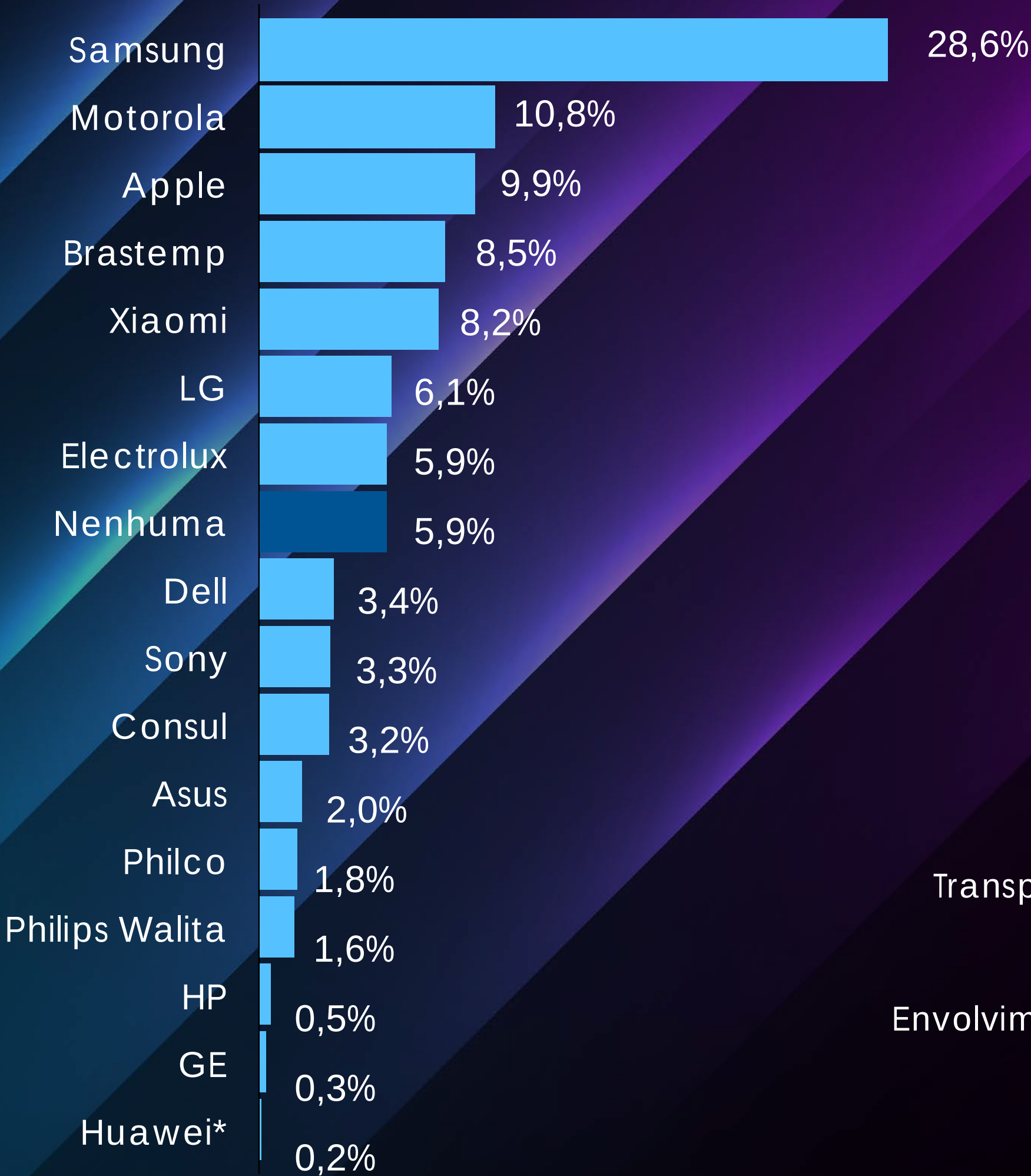


*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

ELETROELETRÔNICOS

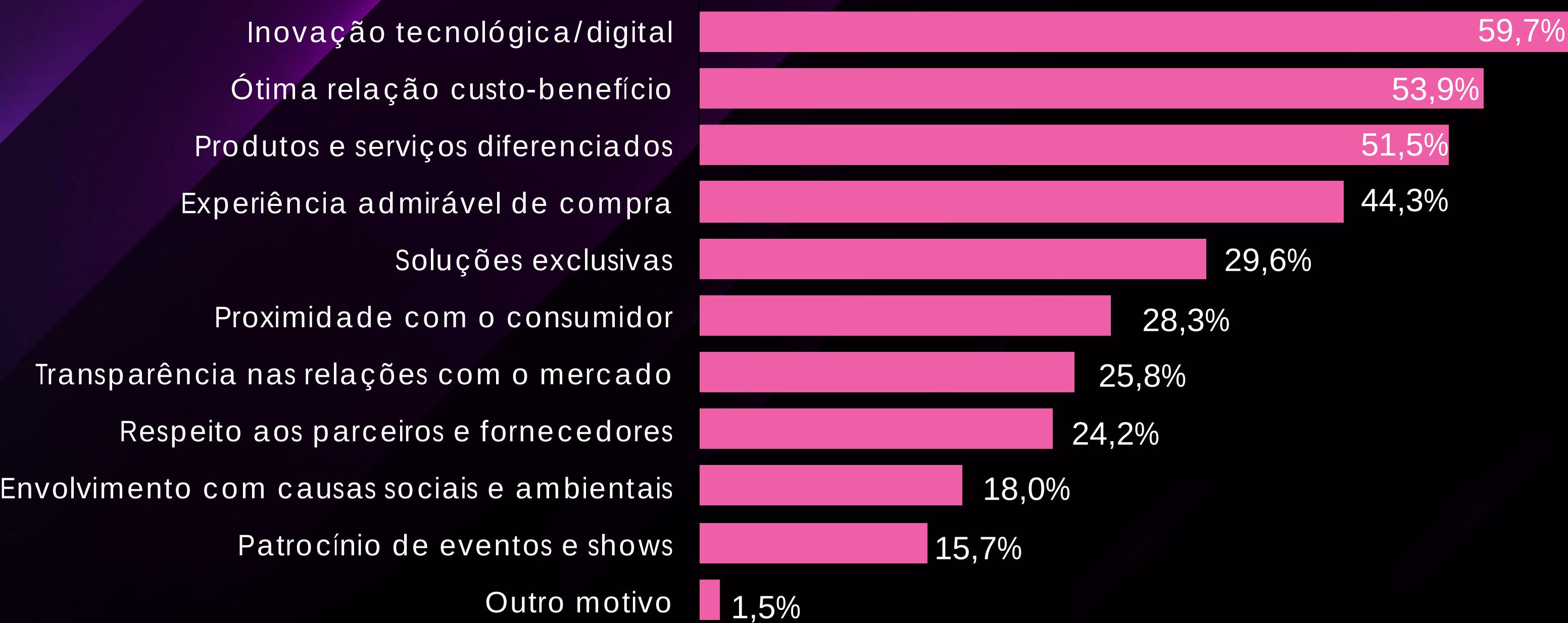
QUAL DESTAS EMPRESAS É A MAIS ENCANTADORA PARA VOCÊ?

Citações únicas



POR QUAIS MOTIVOS ESTAS EMPRESAS ENCANTAM?

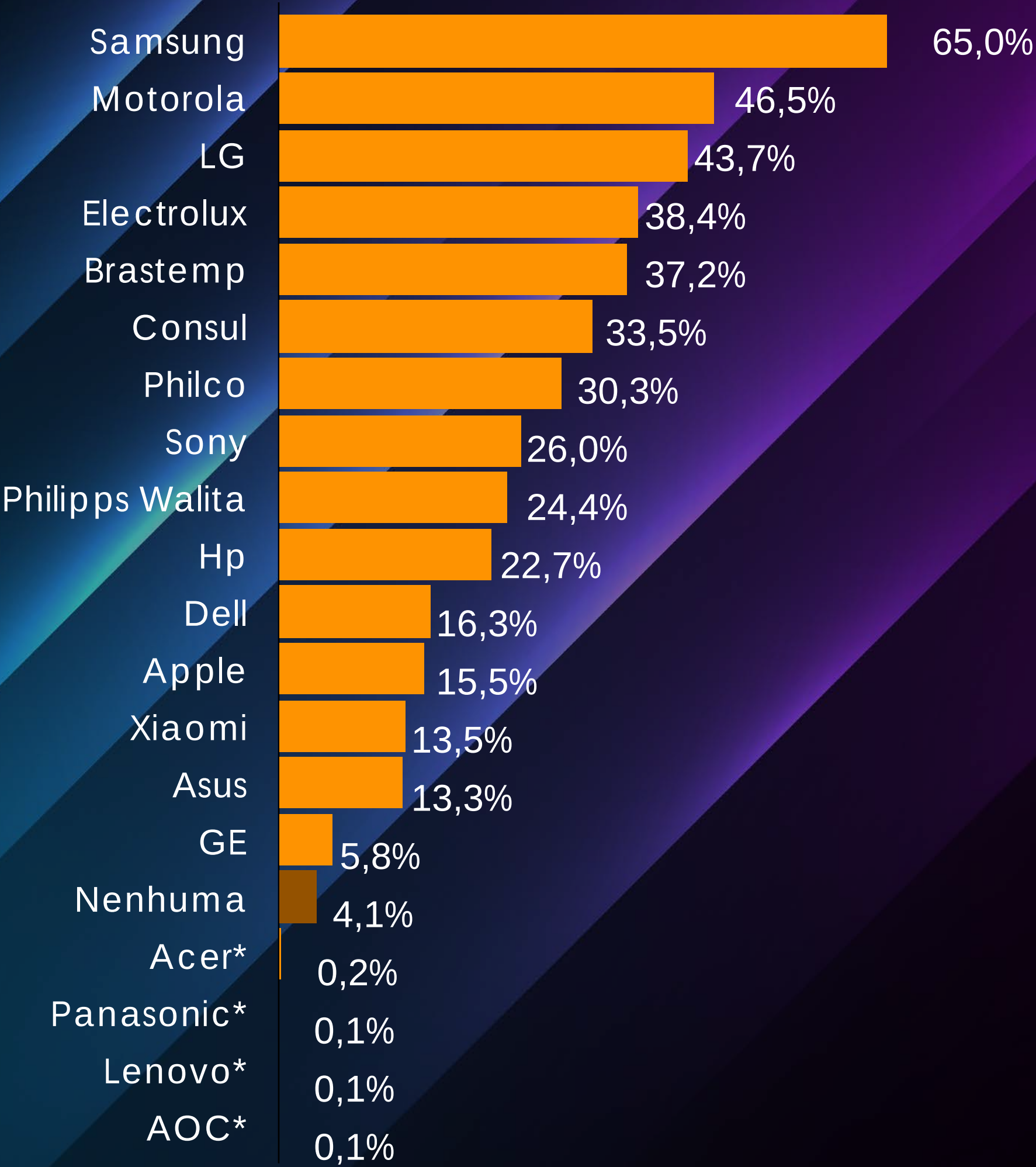
Respostas múltiplas. Para quem considerou que alguma marca encanta.



*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

QUAL DESTAS EMPRESAS VOCÊ JÁ TEVE EXPERIÊNCIA?

Respostas múltiplas

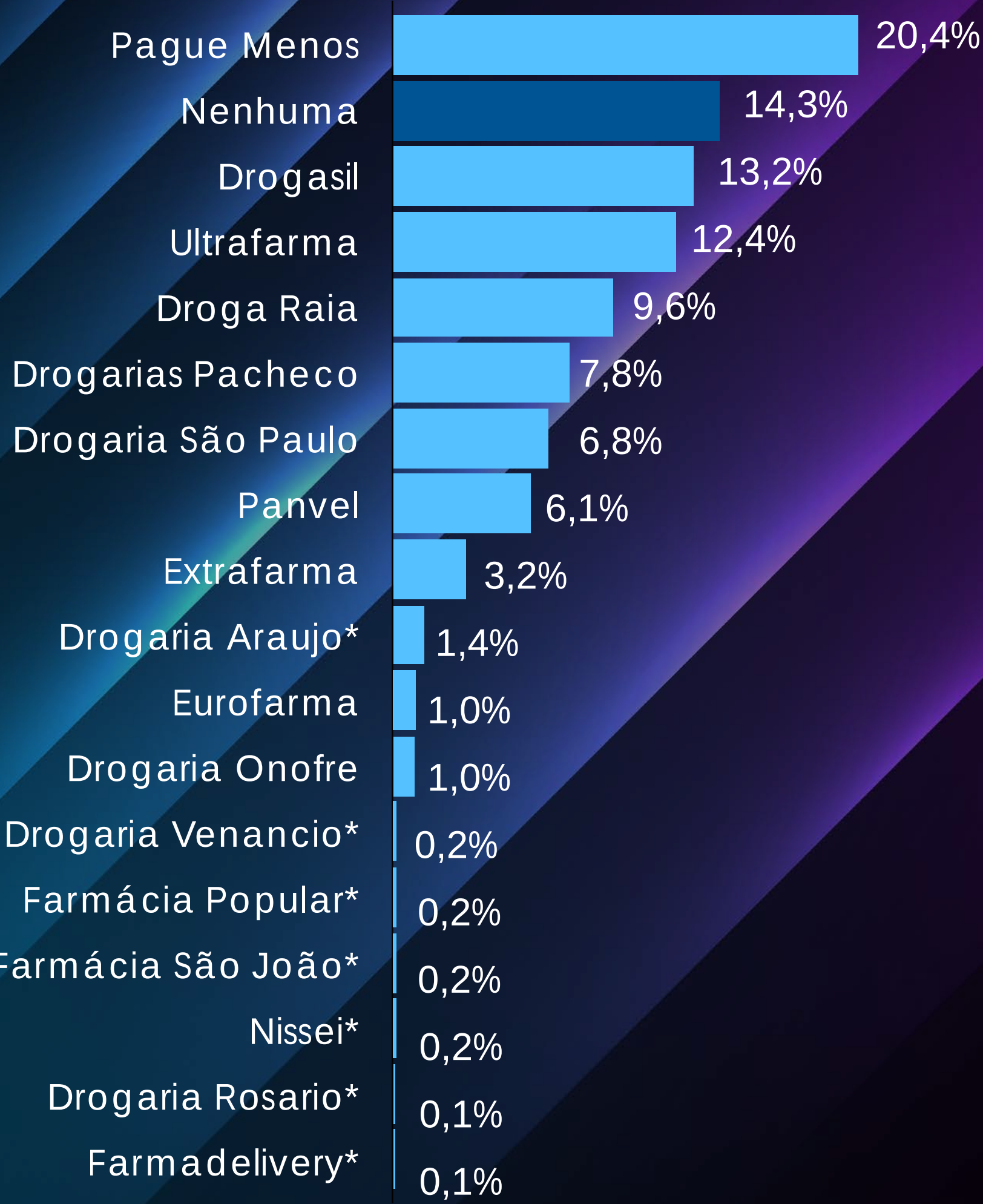


*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

FARMÁCIAS

QUAL DESTAS EMPRESAS É A MAIS ENCANTADORA PARA VOCÊ?

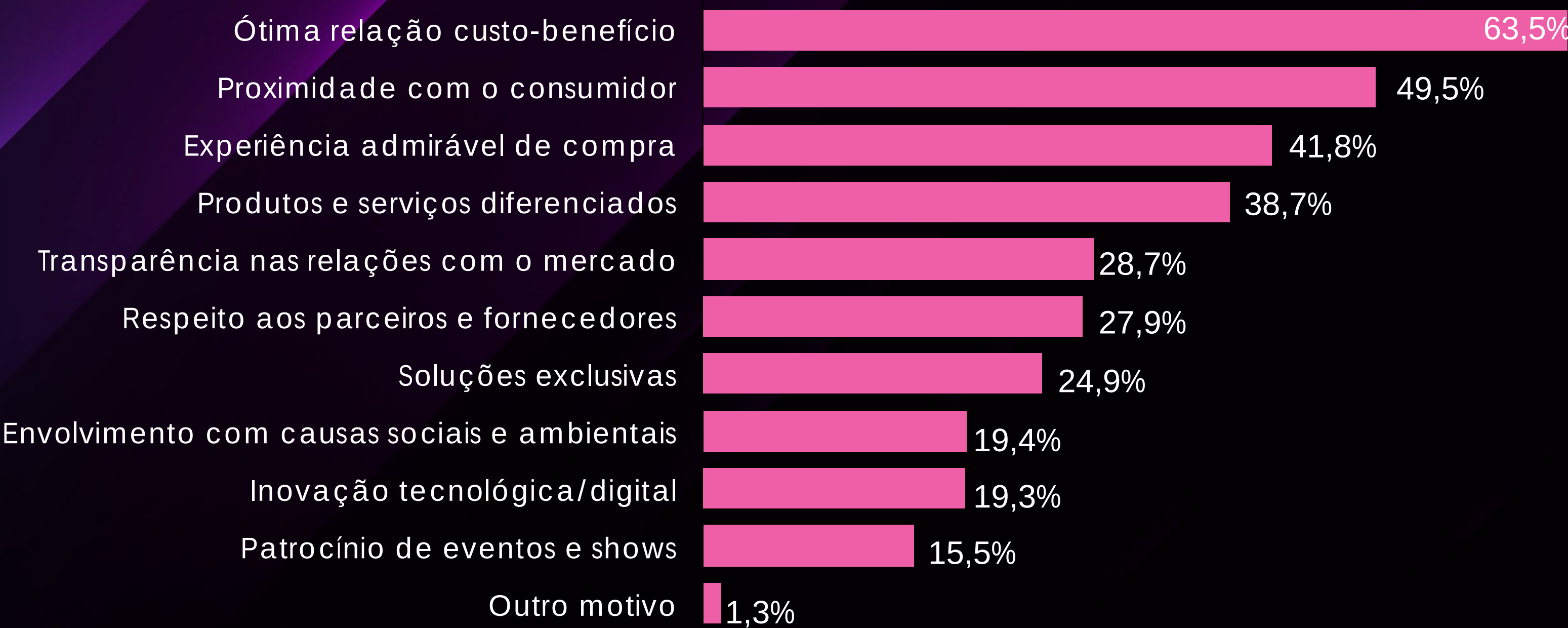
Citações únicas



*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

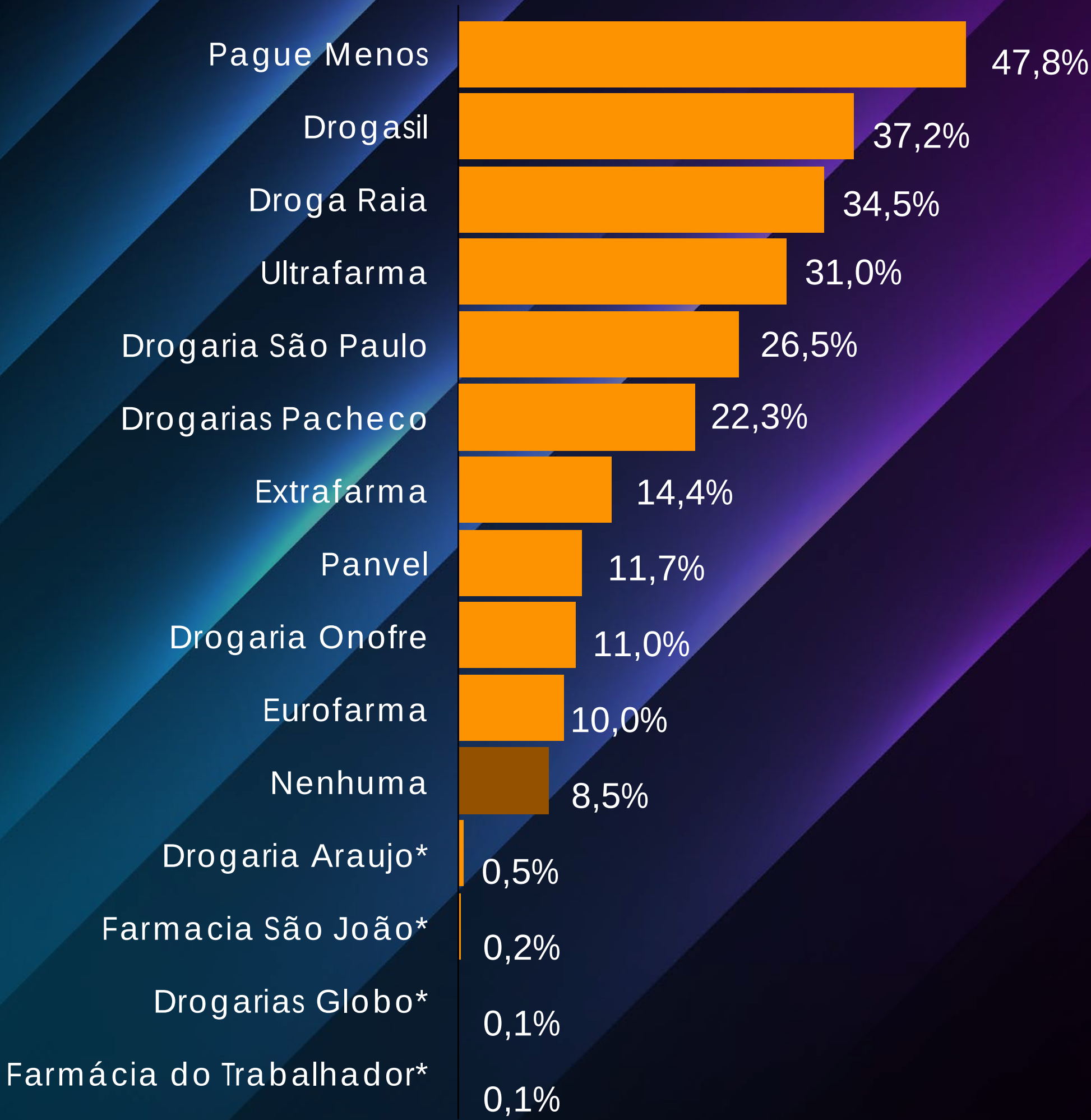
POR QUAIS MOTIVOS ESTAS EMPRESAS ENCANTAM?

Respostas múltiplas. Para quem considerou que alguma marca encanta.



QUAL DESTAS EMPRESAS VOCÊ JÁ TEVE EXPERIÊNCIA?

Respostas múltiplas

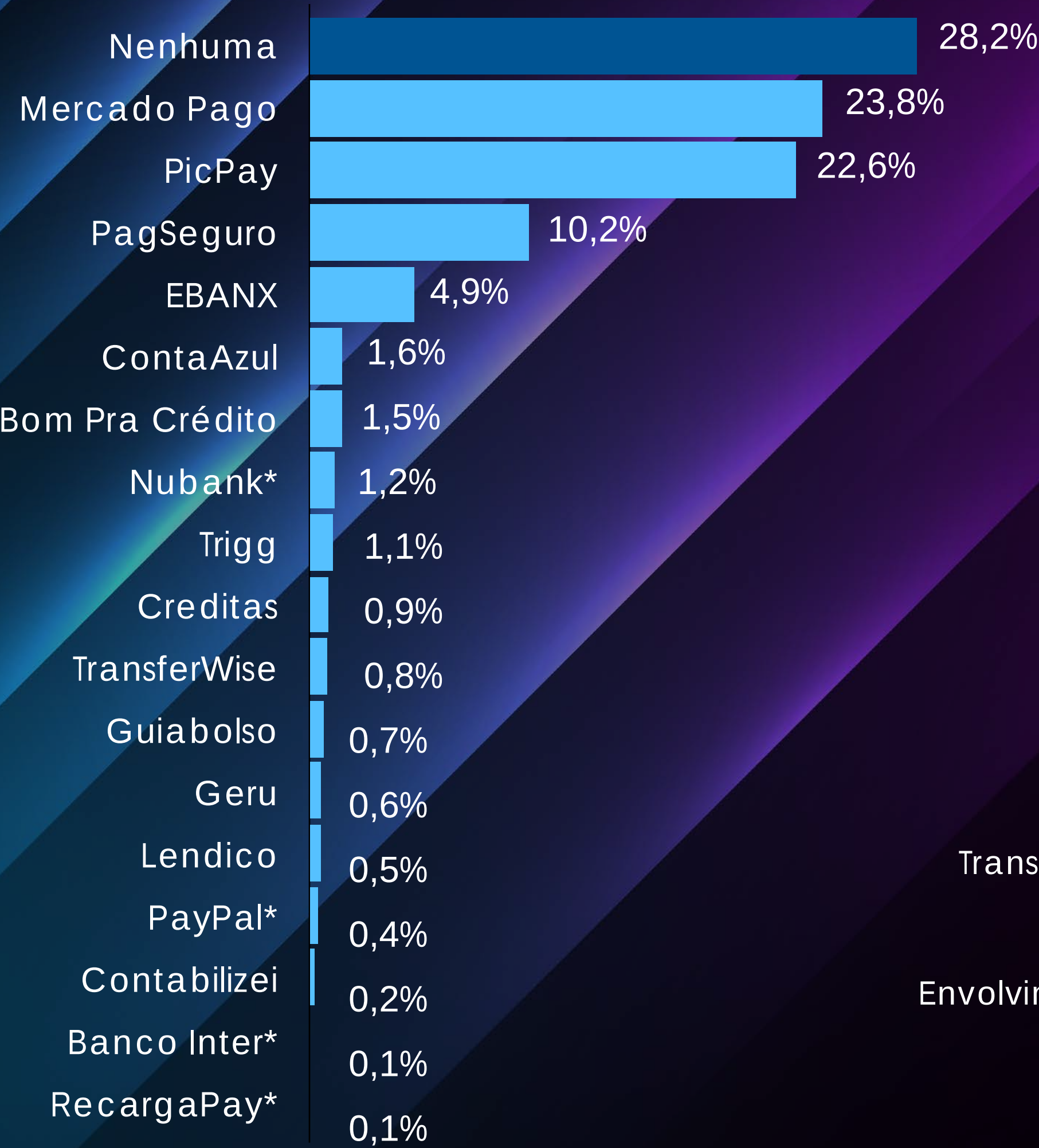


*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

FINTECHS

QUAL DESTAS EMPRESAS É A MAIS ENCANTADORA PARA VOCÊ?

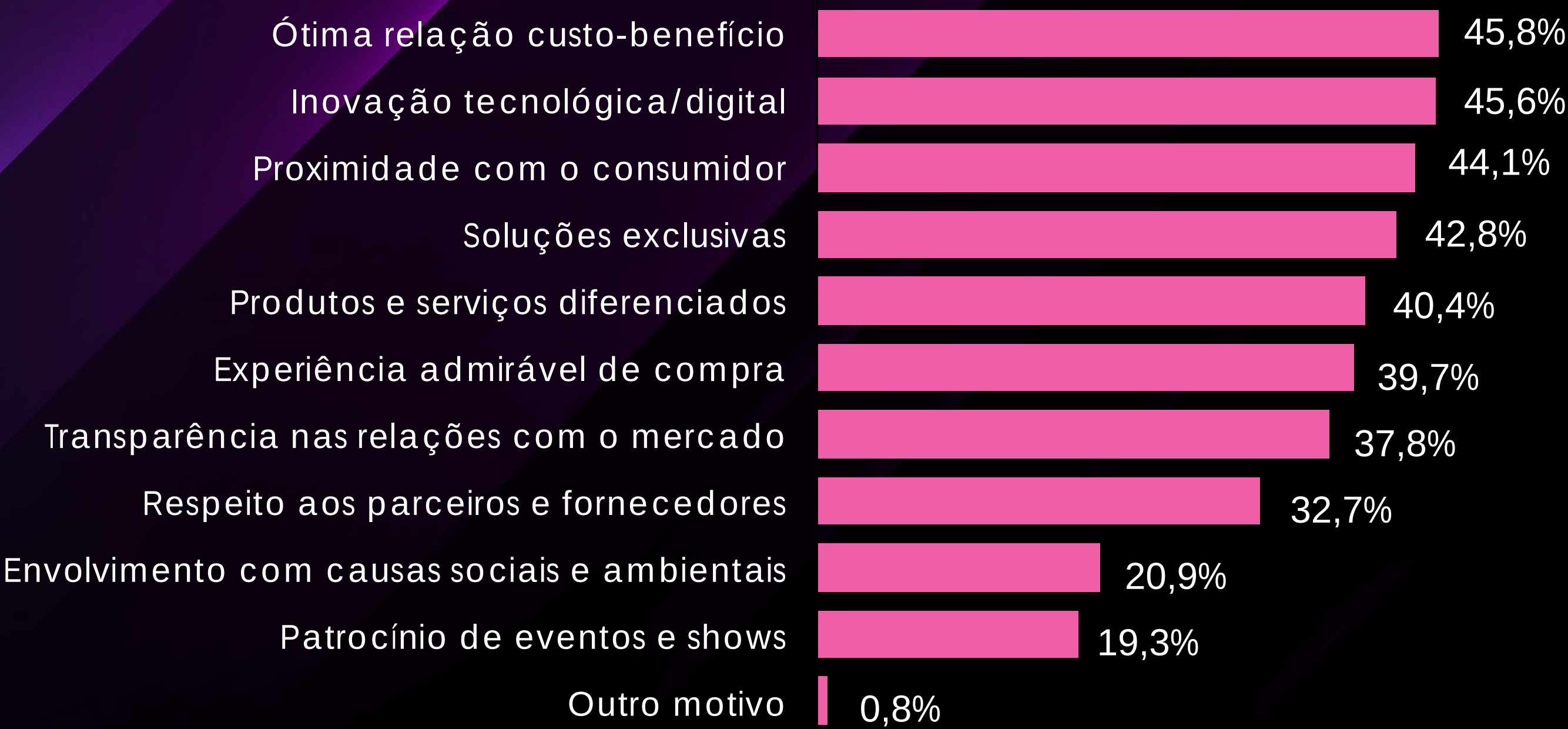
Citações únicas



*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

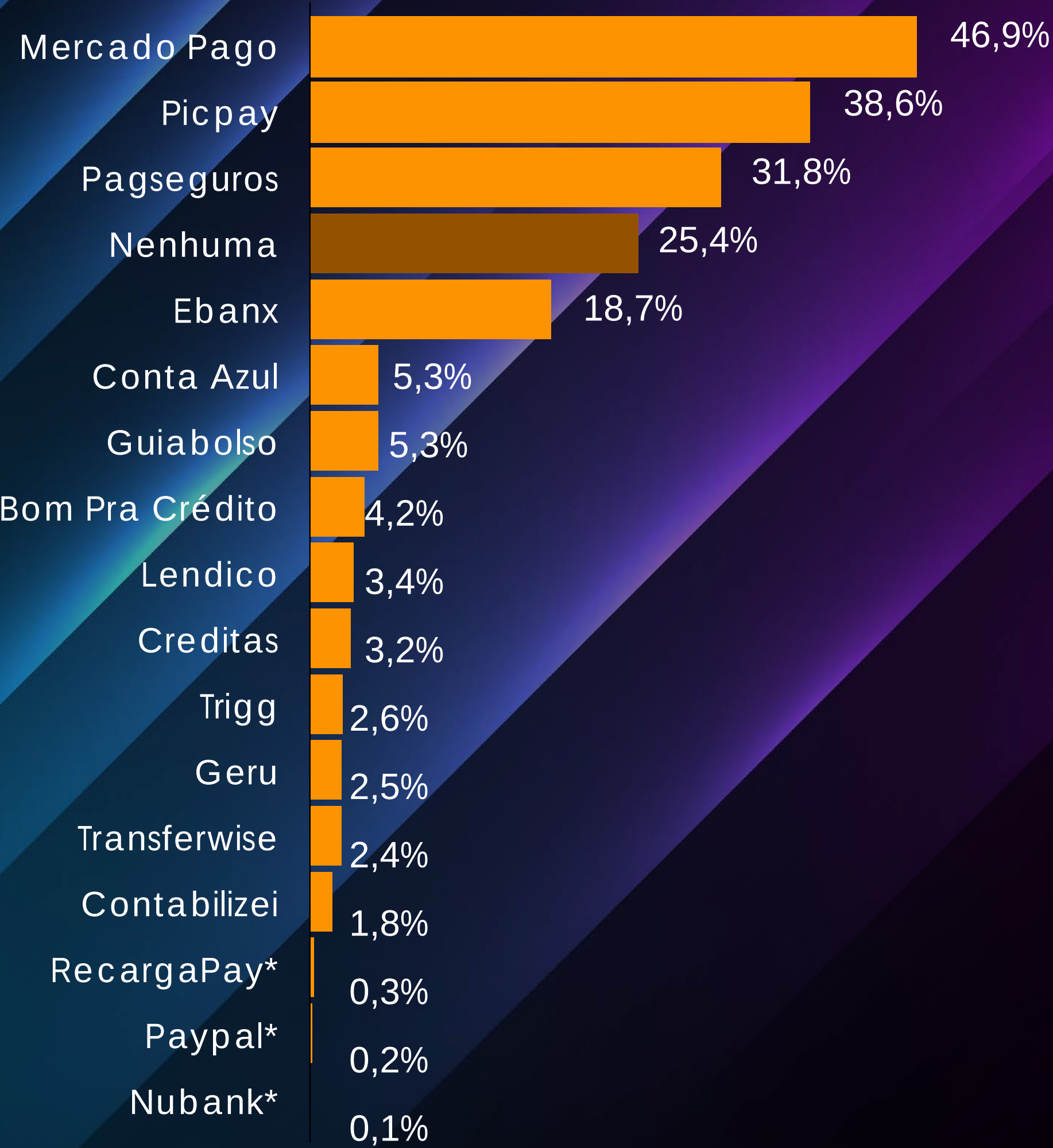
POR QUAIS MOTIVOS ESTAS EMPRESAS ENCANTAM?

Respostas múltiplas. Para quem considerou que alguma marca encanta.



QUAL DESTAS EMPRESAS VOCÊ JÁ TEVE EXPERIÊNCIA?

Respostas múltiplas



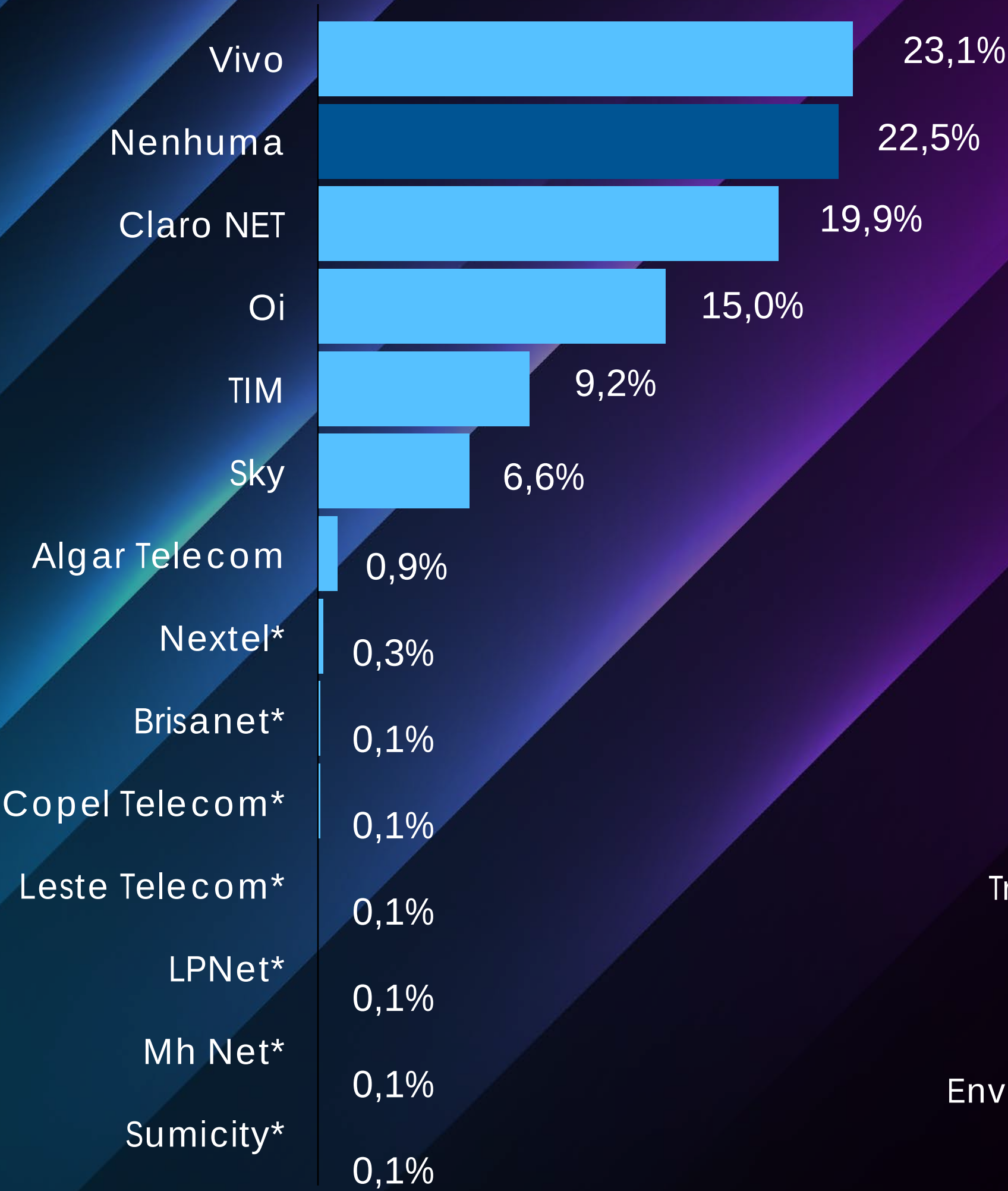
*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

INTERNET BANDA LARGA

INTERNET BANDA LARGA

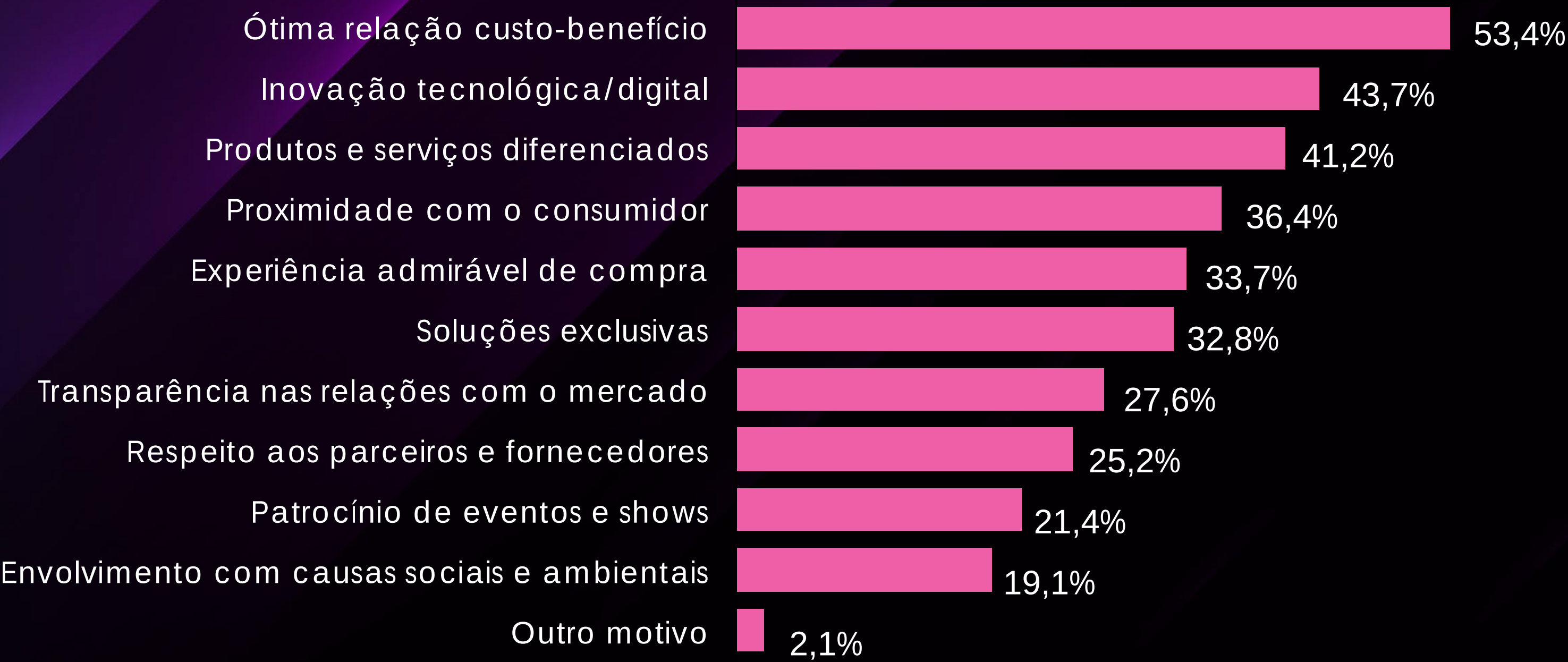
QUAL DESTAS EMPRESAS É A MAIS ENCANTADORA PARA VOCÊ?

Citações únicas



POR QUAIS MOTIVOS ESTAS EMPRESAS ENCANTAM?

Respostas múltiplas. Para quem considerou que alguma marca encanta.

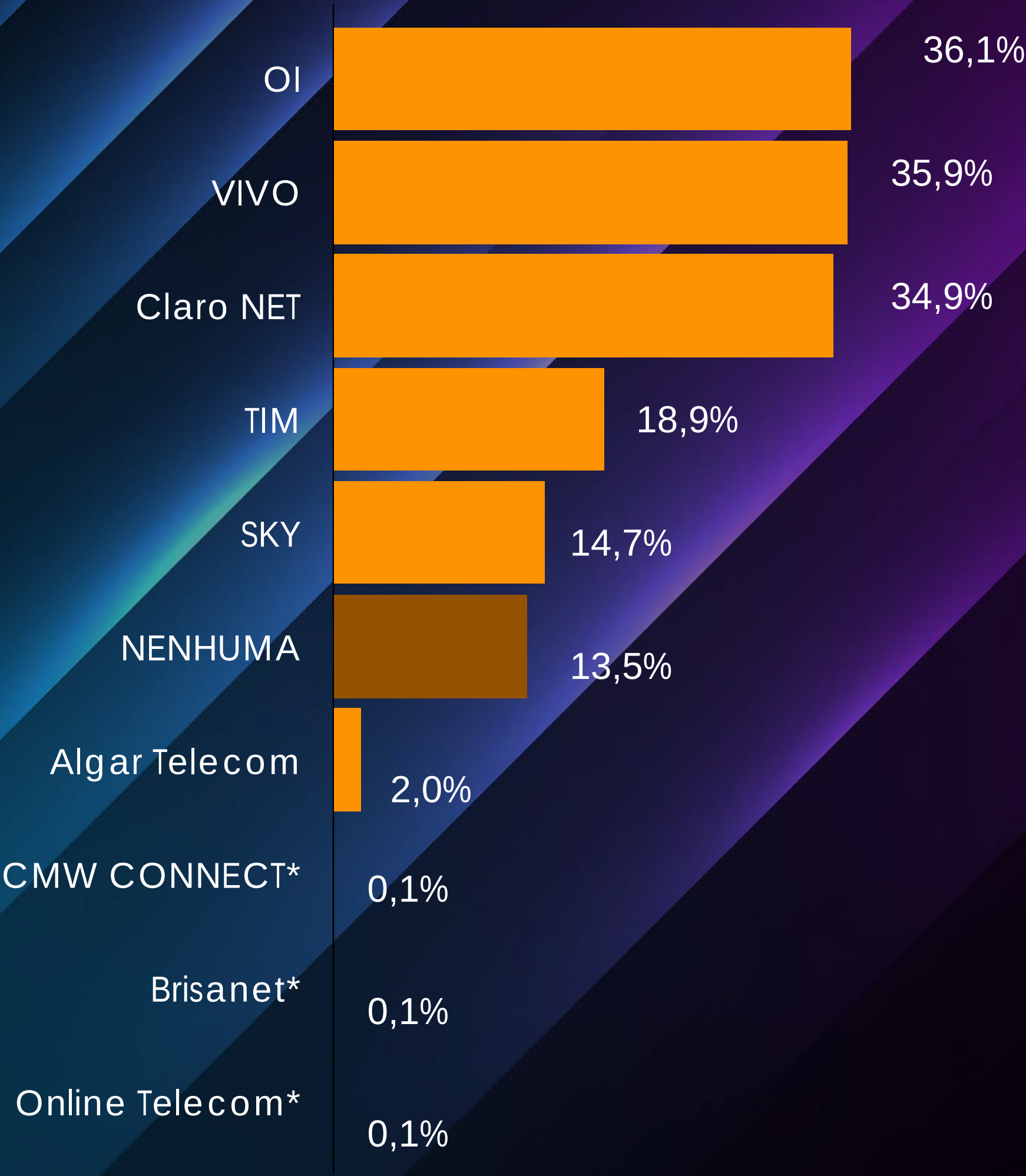


*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

INTERNET BANDA LARGA

QUAL DESTAS EMPRESAS VOCÊ JÁ TEVE EXPERIÊNCIA?

Respostas múltiplas



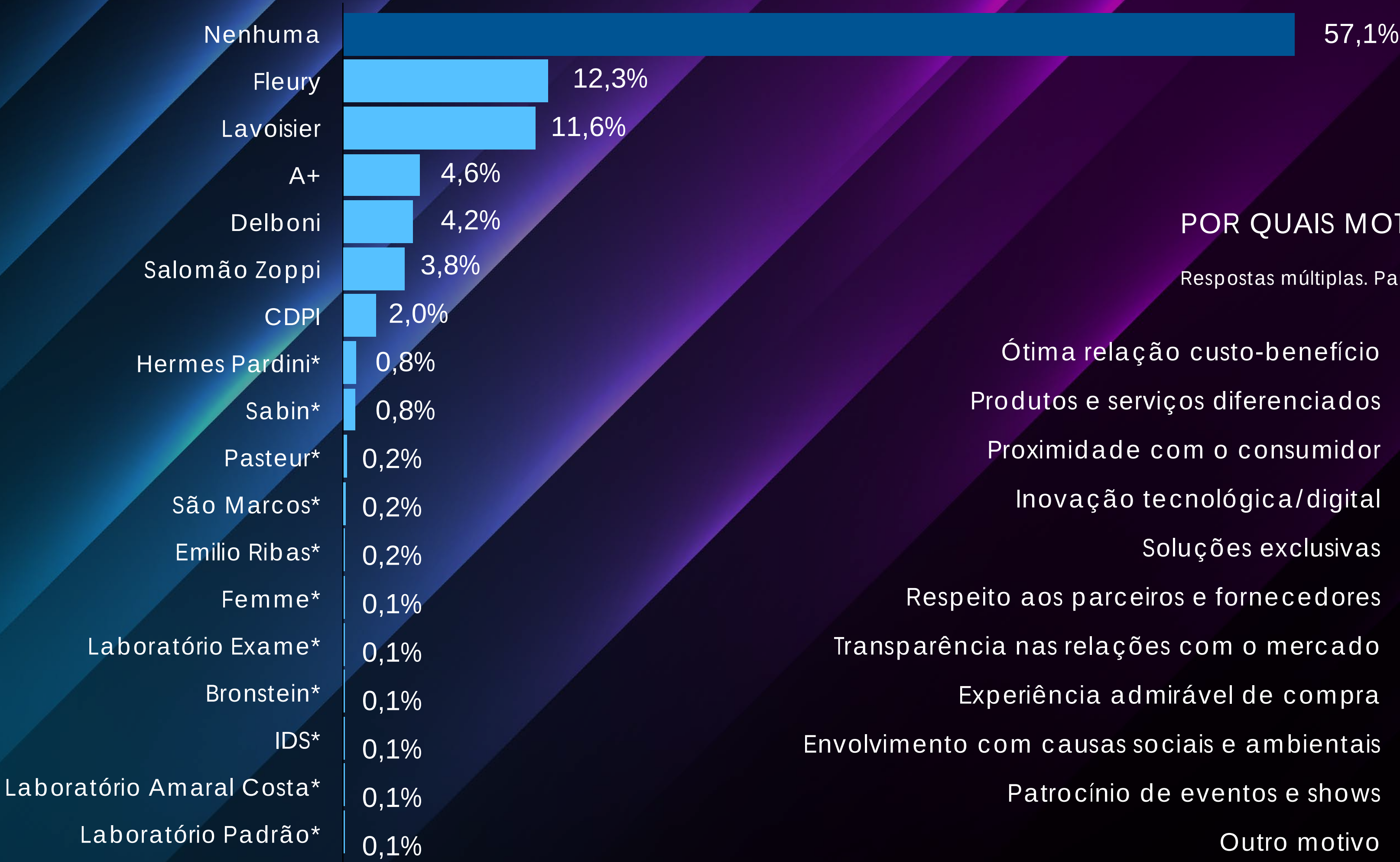
*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

MEDICINA DIAGNÓSTICA E LABORATÓRIOS

MEDICINA DIAGNÓSTICA E LABORATÓRIOS

QUAL DESTAS EMPRESAS É A MAIS ENCANTADORA PARA VOCÊ?

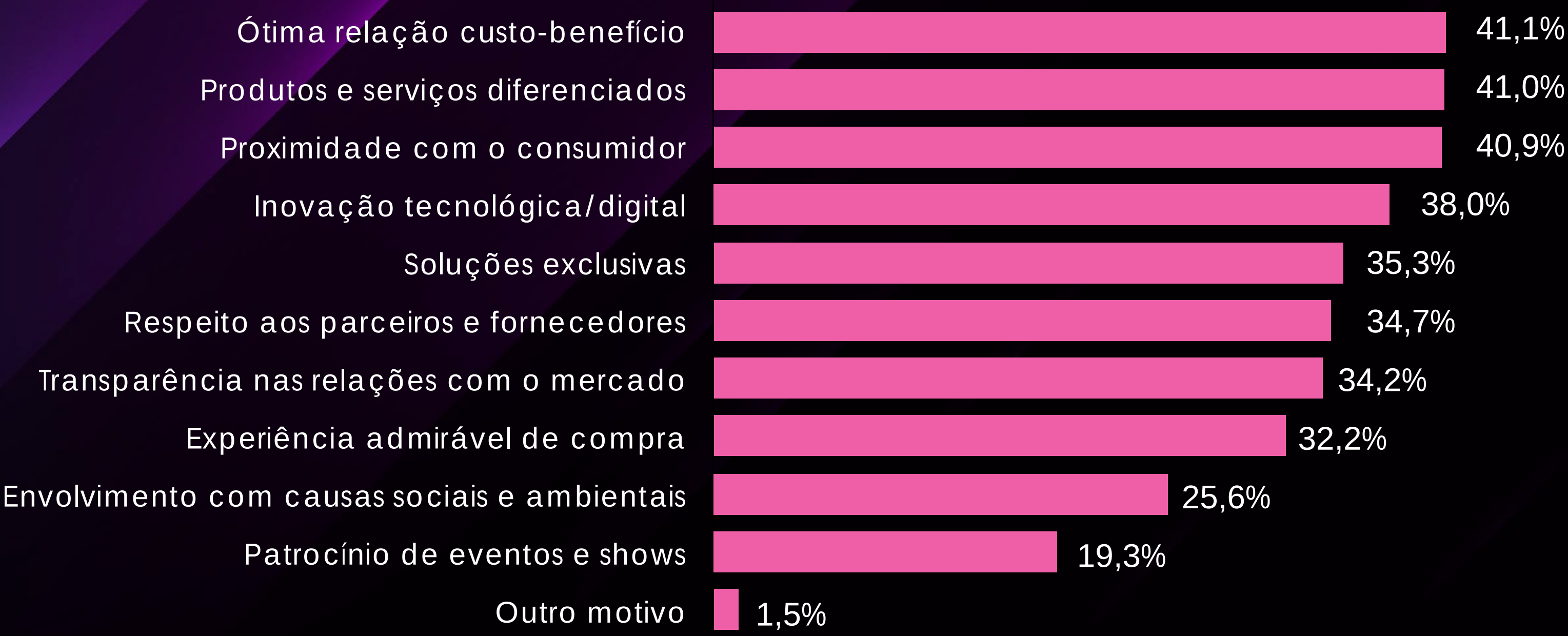
Citações únicas



*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

POR QUAIS MOTIVOS ESTAS EMPRESAS ENCANTAM?

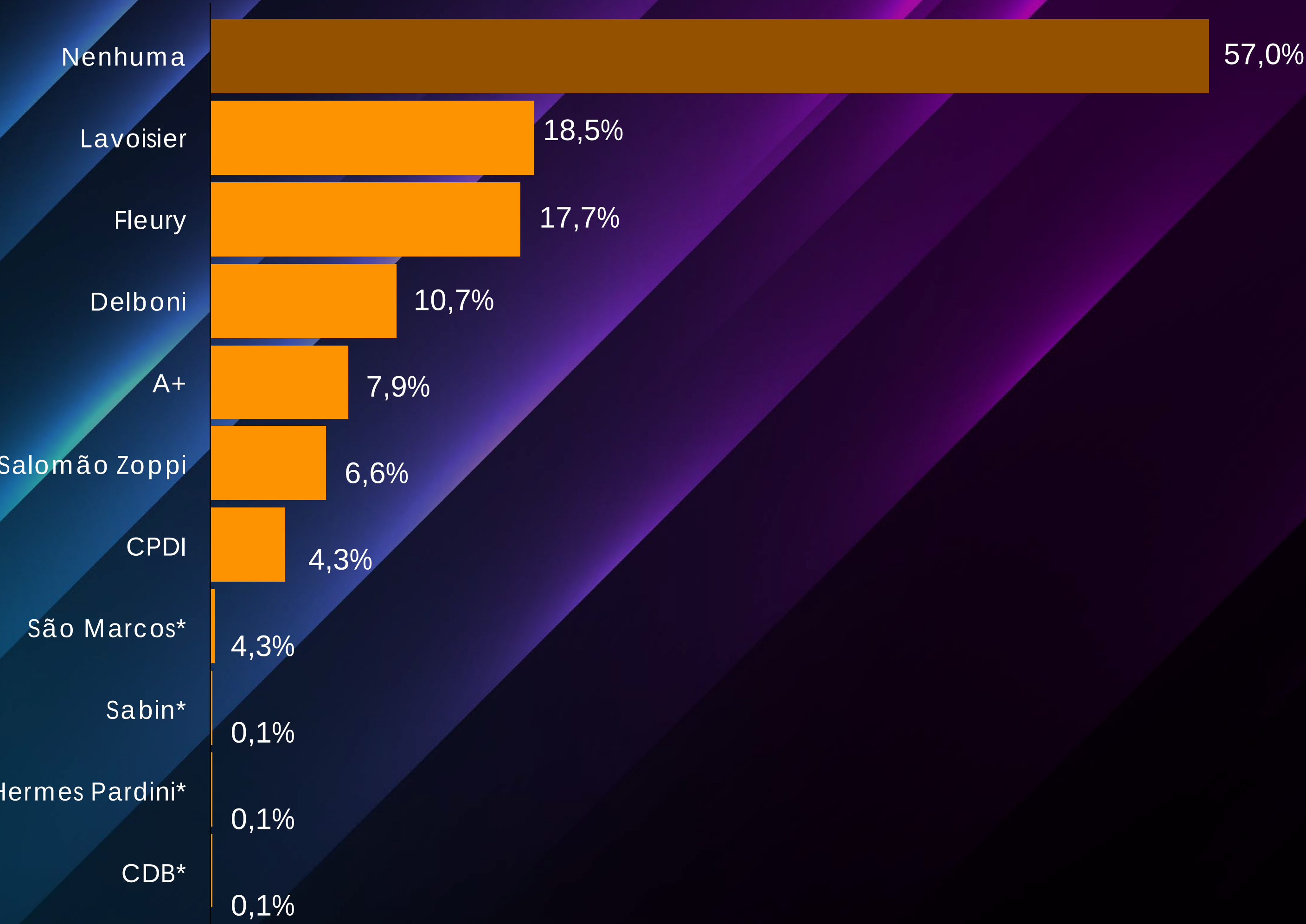
Respostas múltiplas. Para quem considerou que alguma marca encanta.



MEDICINA DIAGNÓSTICA E LABORATÓRIOS

QUAL DESTAS EMPRESAS VOCÊ JÁ TEVE EXPERIÊNCIA?

Respostas múltiplas

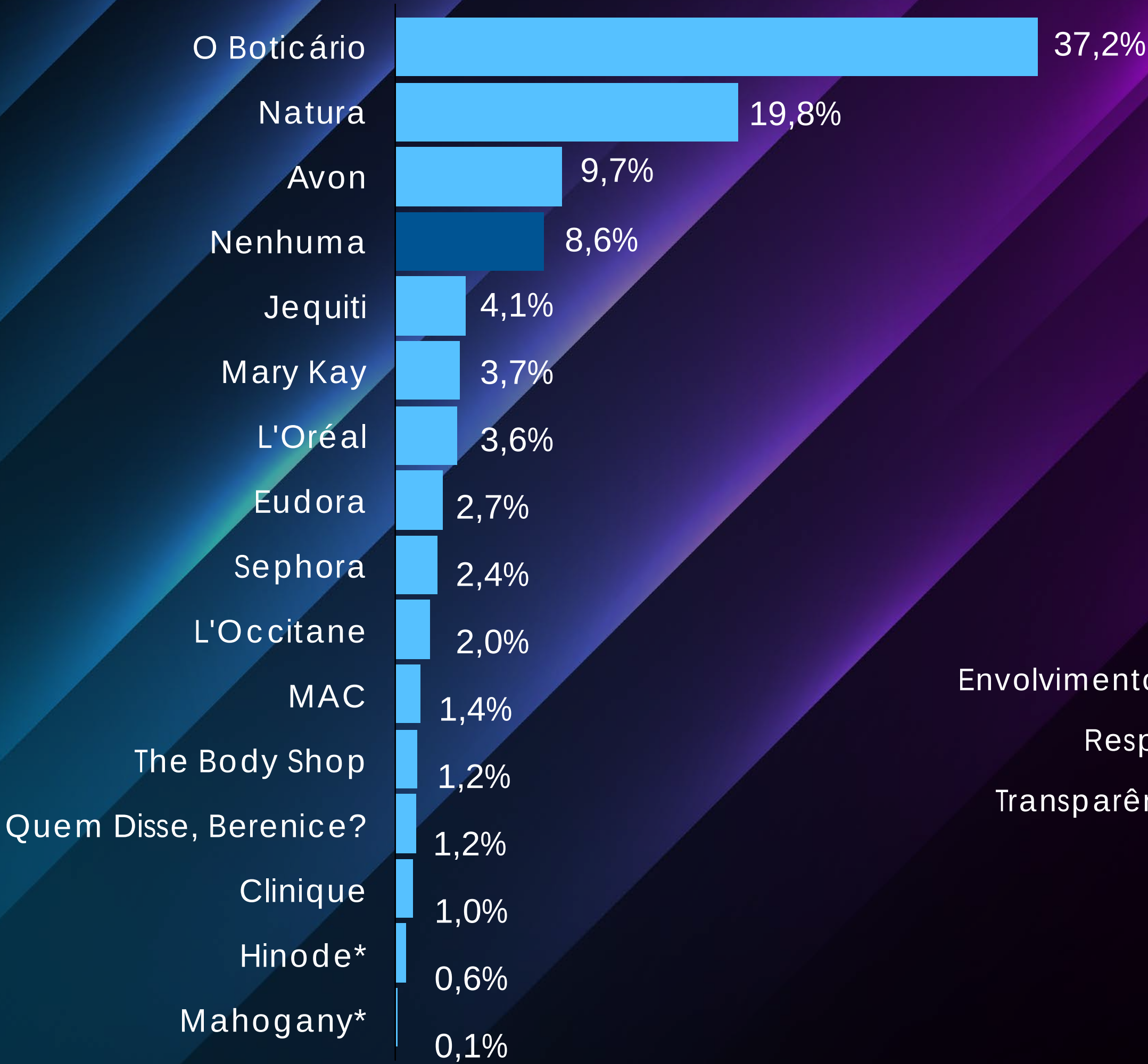


*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

PERFUMARIA E COSMÉTICOS

QUAL DESTAS EMPRESAS É A MAIS ENCANTADORA PARA VOCÊ?

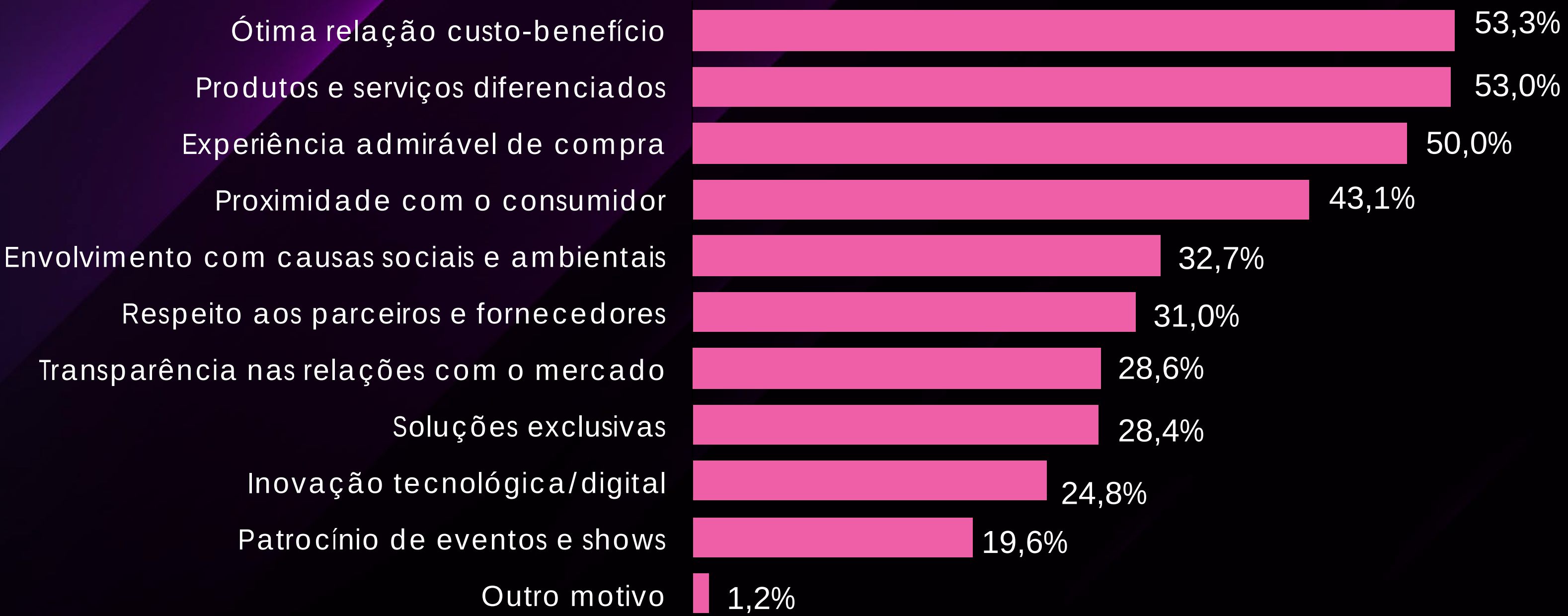
Citações únicas



*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

POR QUAIS MOTIVOS ESTAS EMPRESAS ENCANTAM?

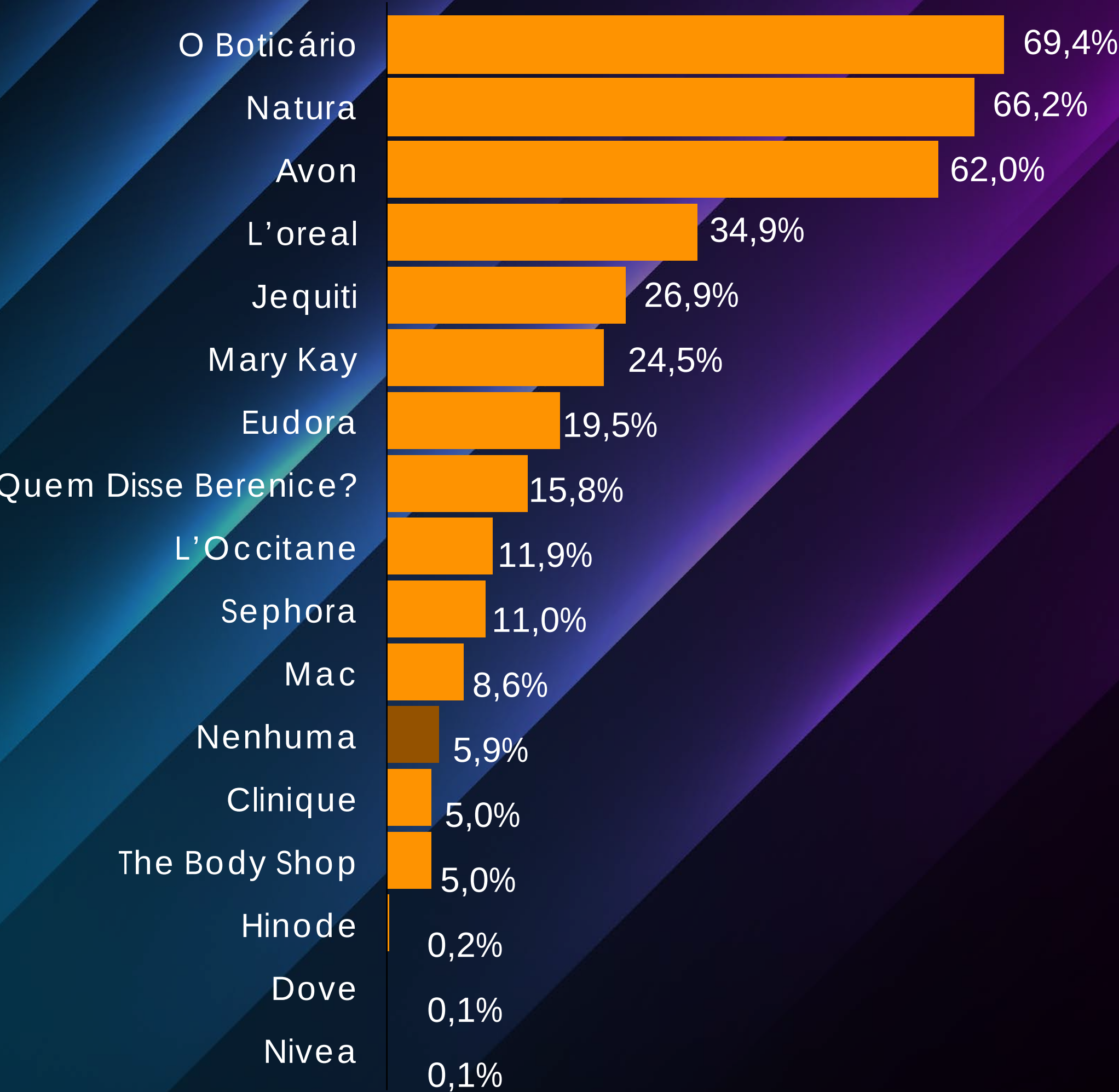
Respostas múltiplas. Para quem considerou que alguma marca encanta.



PERFUMARIA E COSMÉTICOS

QUAL DESTAS EMPRESAS VOCÊ JÁ TEVE EXPERIÊNCIA?

Respostas múltiplas



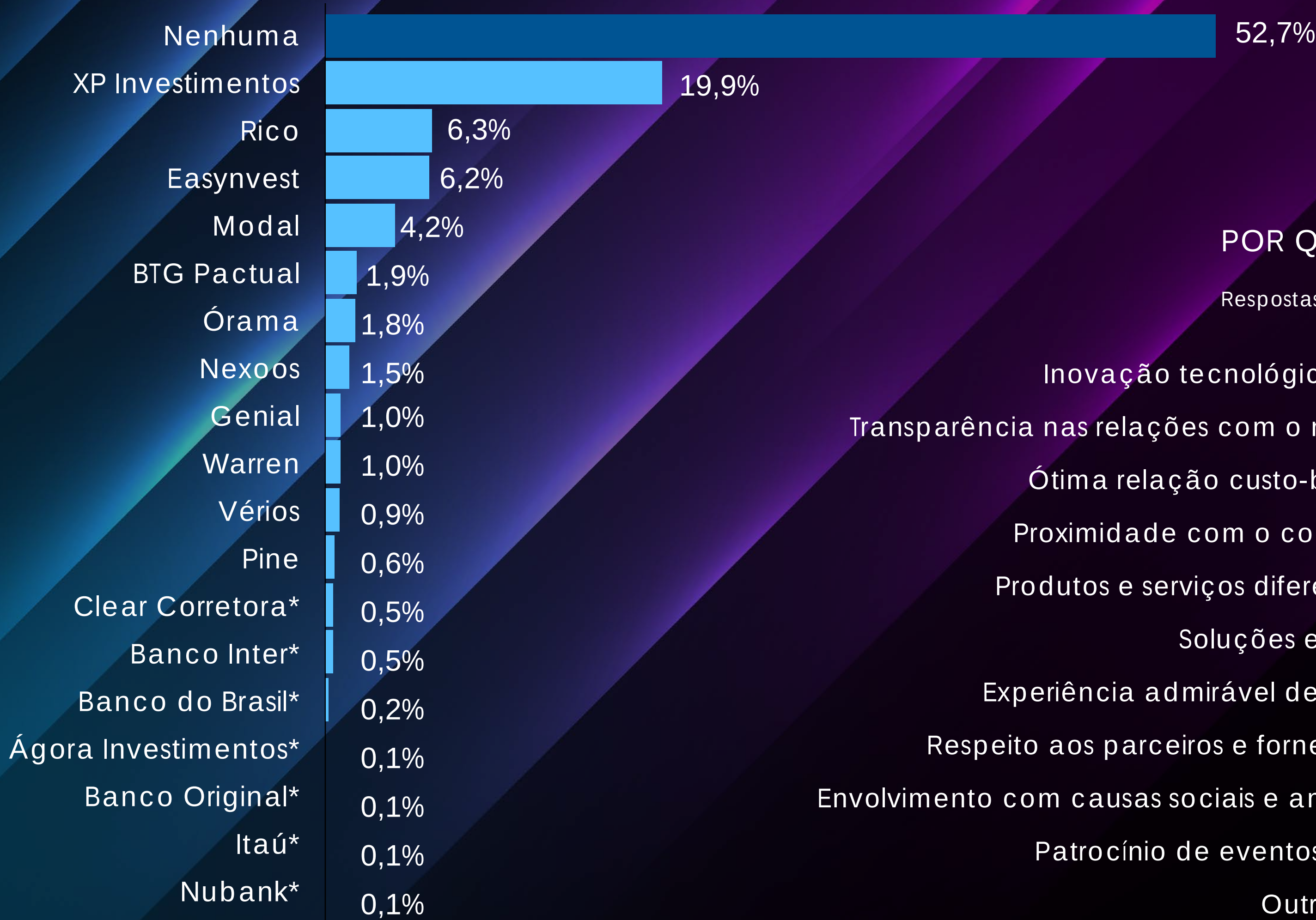
*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

PLATAFORMAS DE INVESTIMENTOS

PLATAFORMAS DE INVESTIMENTOS

QUAL DESTAS EMPRESAS É A MAIS ENCANTADORA PARA VOCÊ?

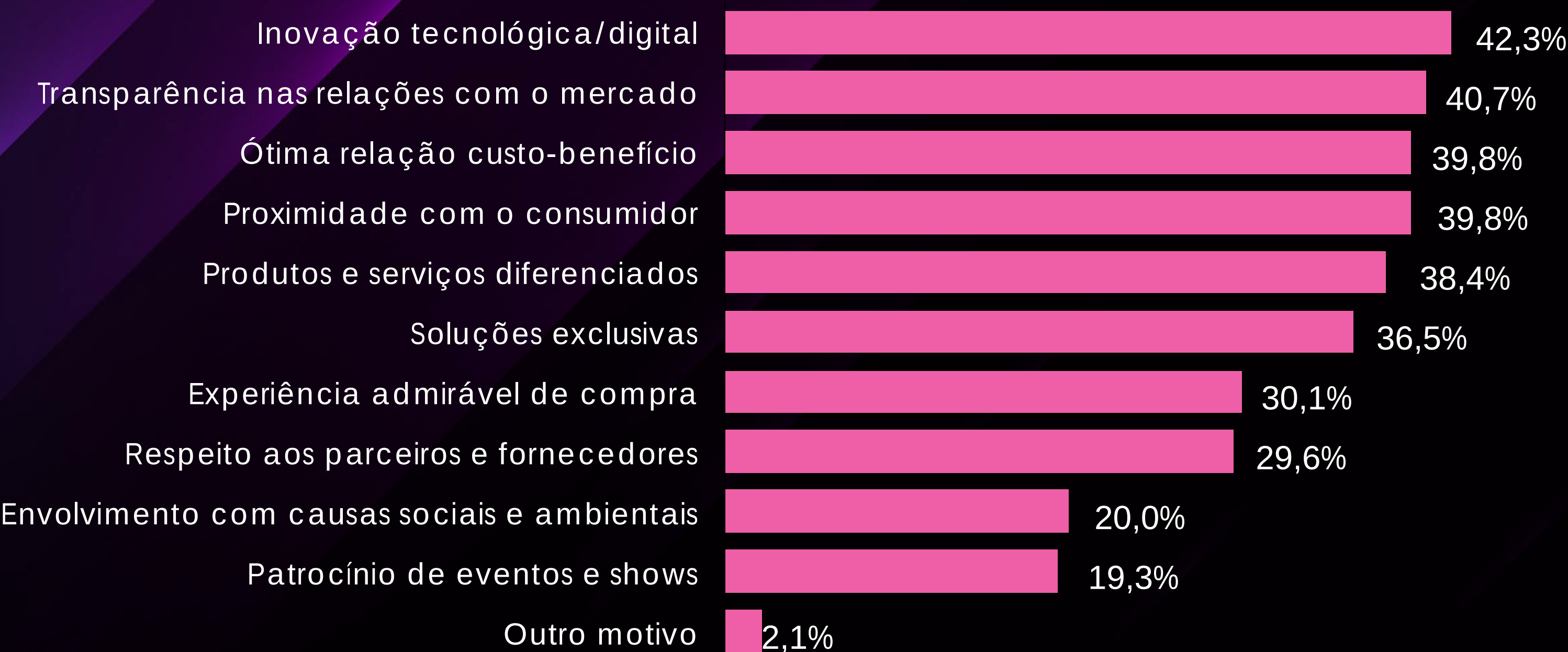
Citações únicas



*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

POR QUAIS MOTIVOS ESTAS EMPRESAS ENCANTAM?

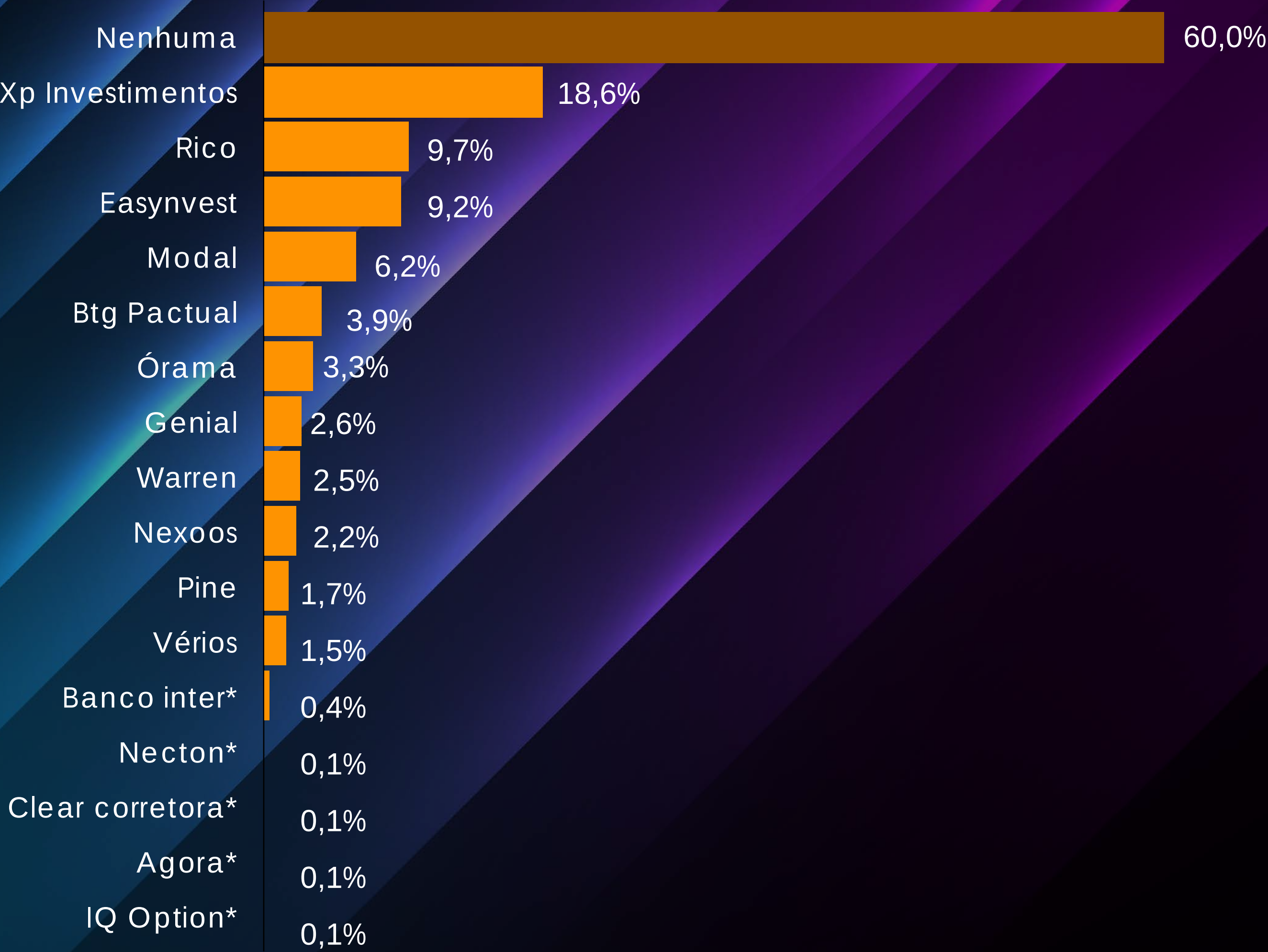
Respostas múltiplas. Para quem considerou que alguma marca encanta.



PLATAFORMAS DE INVESTIMENTOS

QUAL DESTAS EMPRESAS VOCÊ JÁ TEVE EXPERIÊNCIA?

Respostas múltiplas



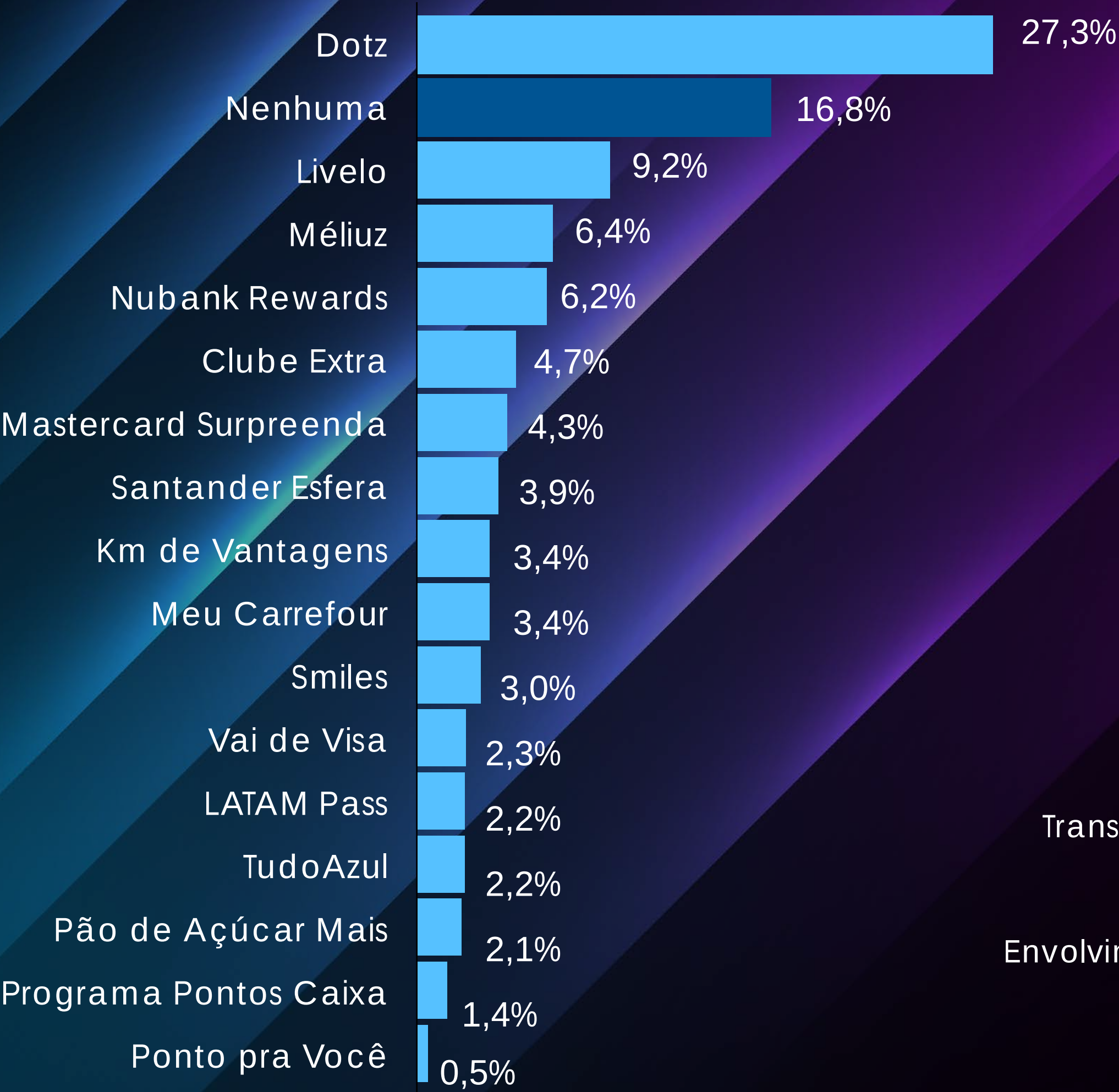
*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

PROGRAMAS DE FIDELIDADE

PROGRAMAS DE FIDELIDADE

QUAL DESTAS EMPRESAS É A MAIS ENCANTADORA PARA VOCÊ?

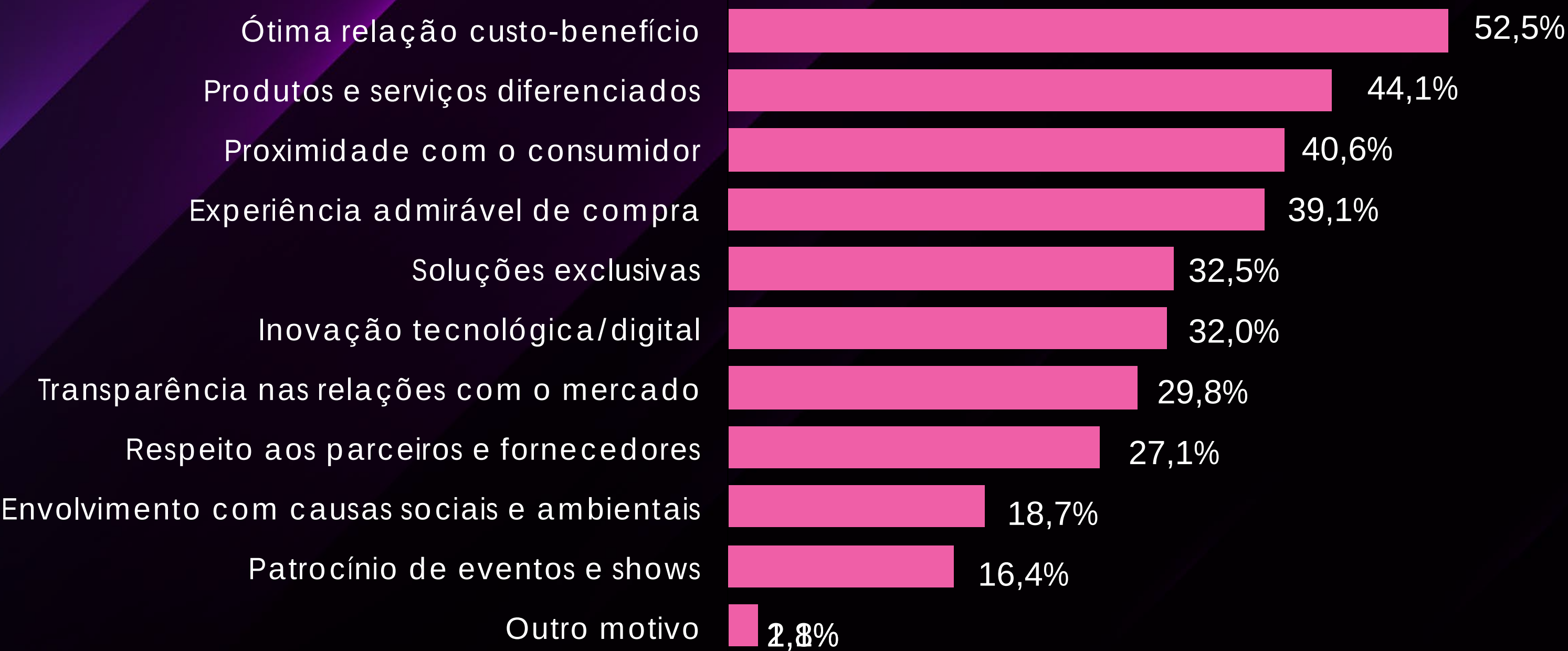
Citações únicas



*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

POR QUAIS MOTIVOS ESTAS EMPRESAS ENCANTAM?

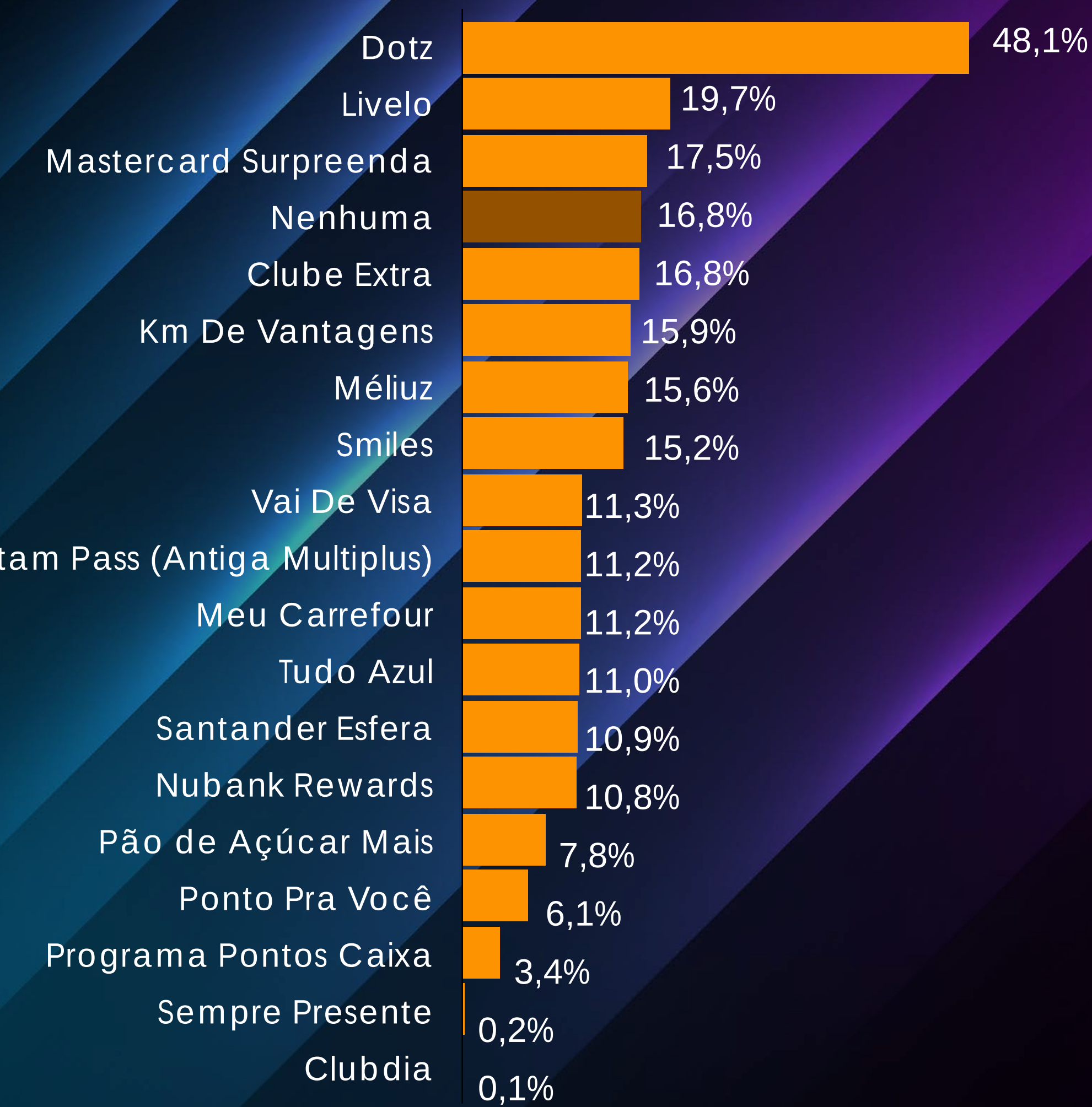
Respostas múltiplas. Para quem considerou que alguma marca encanta.



PROGRAMAS DE FIDELIDADE

QUAL DESTAS EMPRESAS VOCÊ JÁ TEVE EXPERIÊNCIA?

Respostas múltiplas

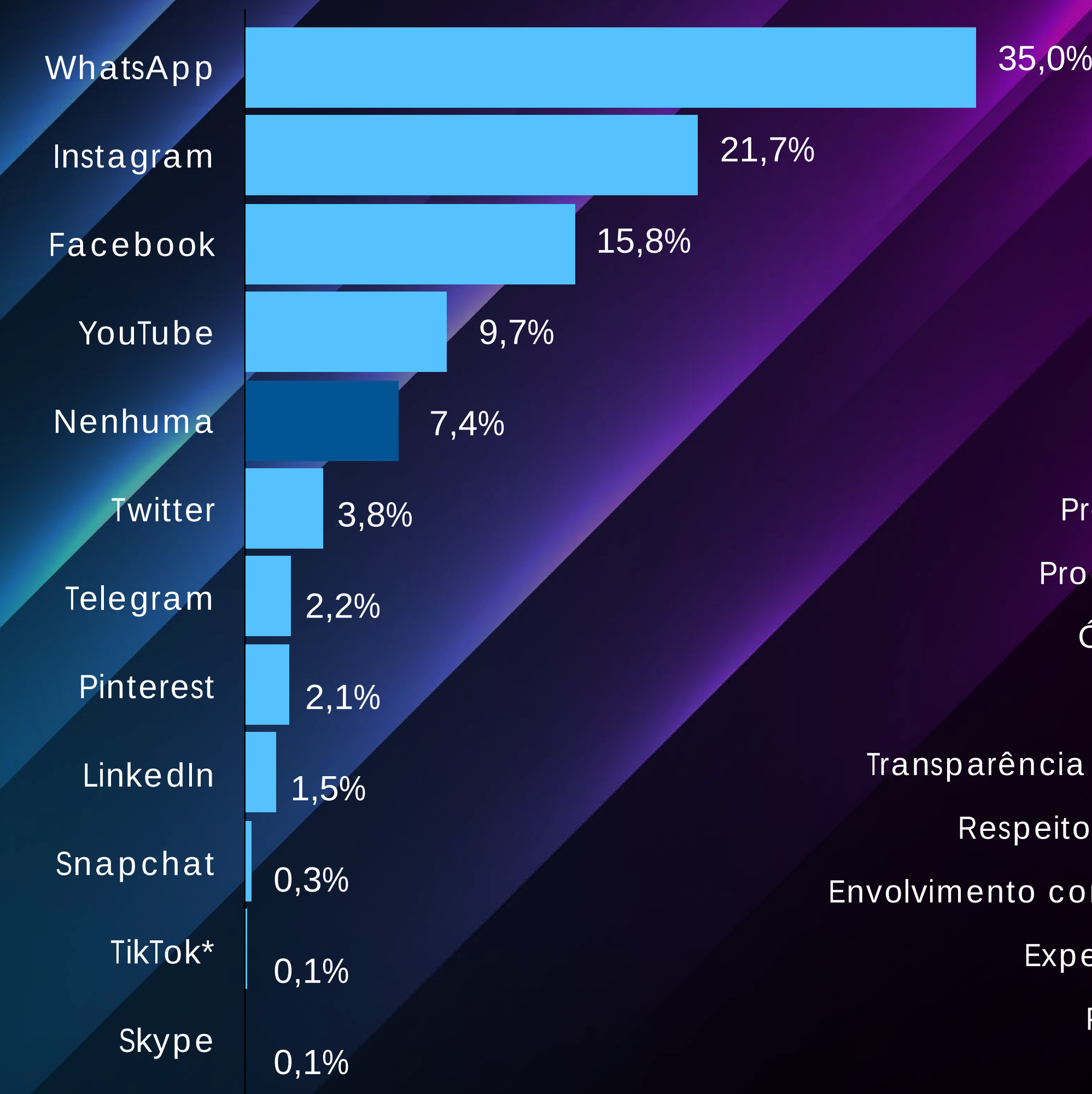


*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

REDES SOCIAIS

QUAL DESTAS EMPRESAS É A MAIS ENCANTADORA PARA VOCÊ?

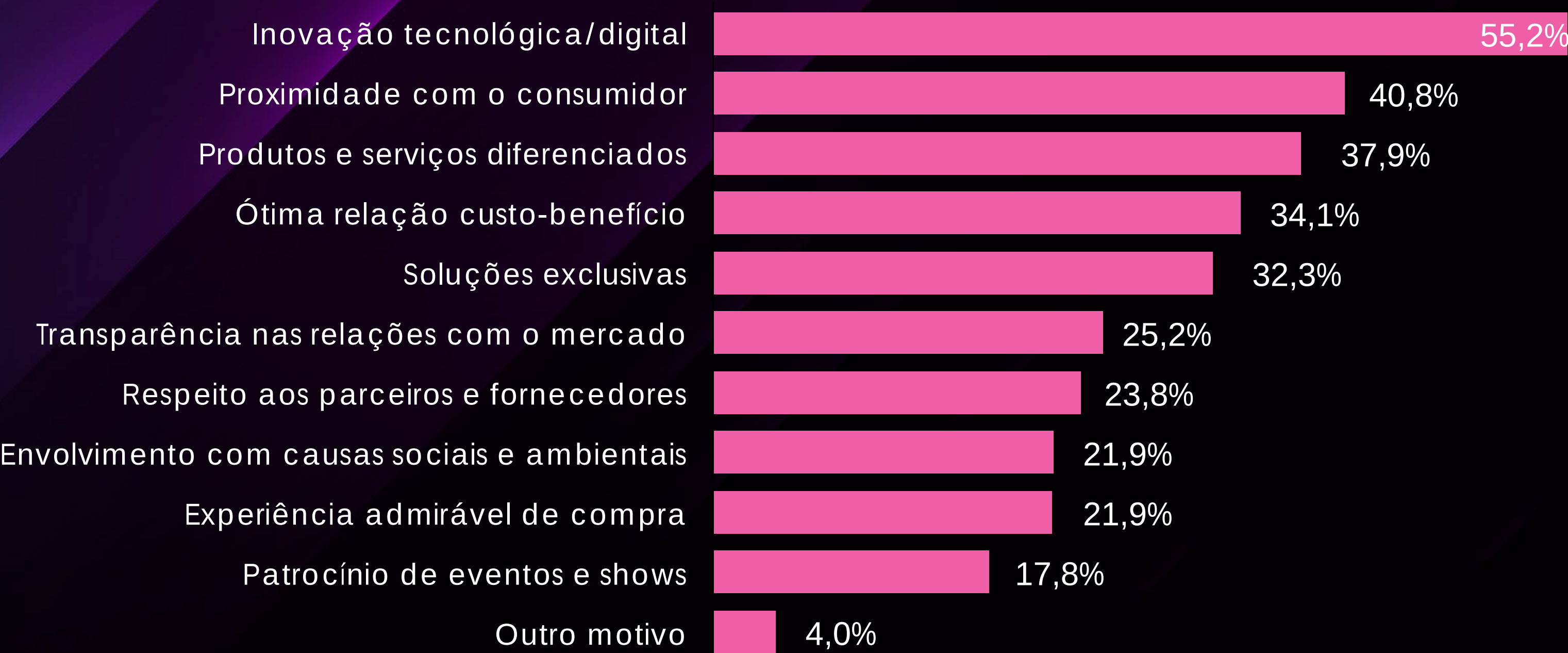
Citações únicas



*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

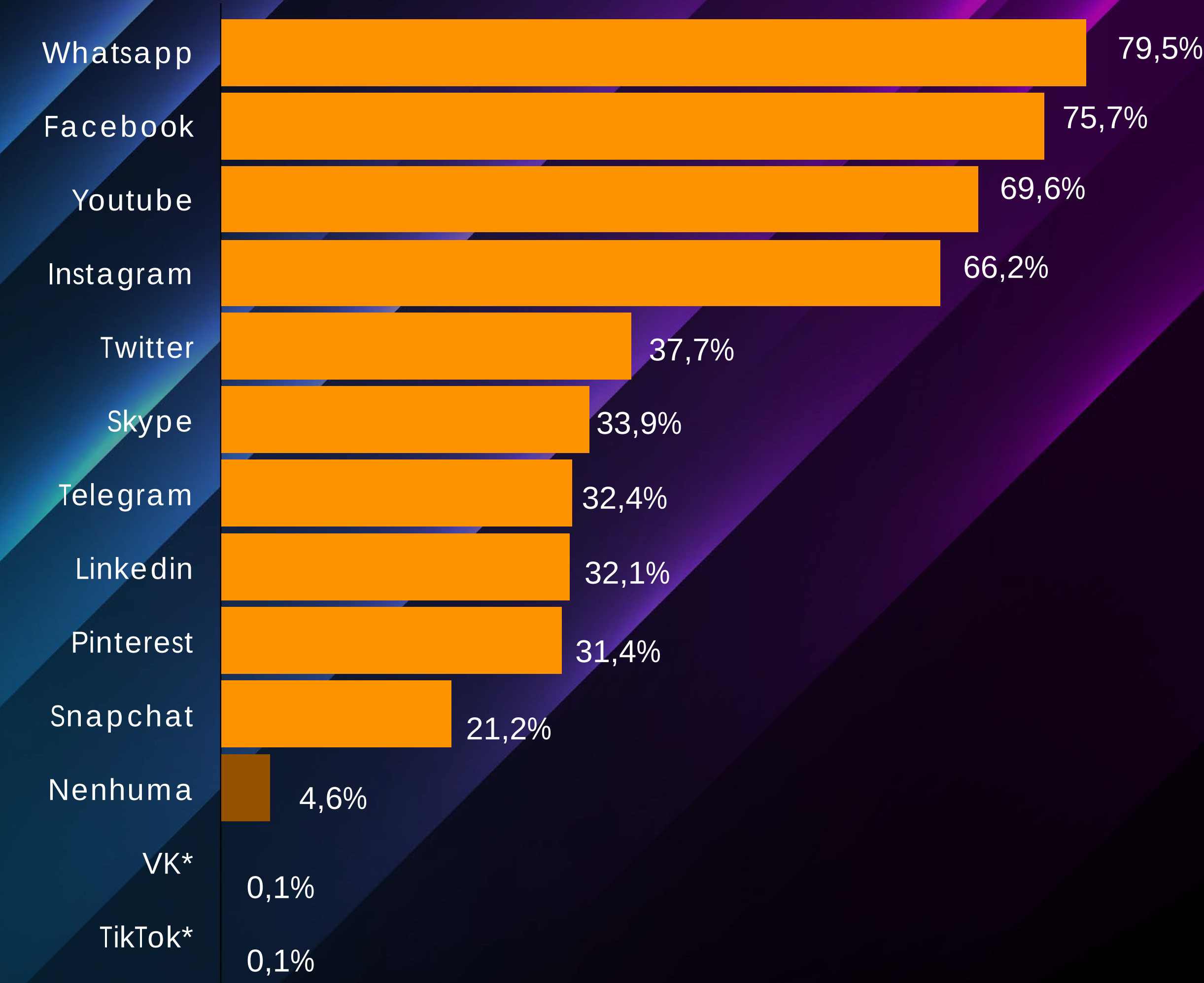
POR QUAIS MOTIVOS ESTAS EMPRESAS ENCANTAM?

Respostas múltiplas. Para quem considerou que alguma marca encanta.



QUAL DESTAS EMPRESAS VOCÊ JÁ TEVE EXPERIÊNCIA?

Respostas múltiplas

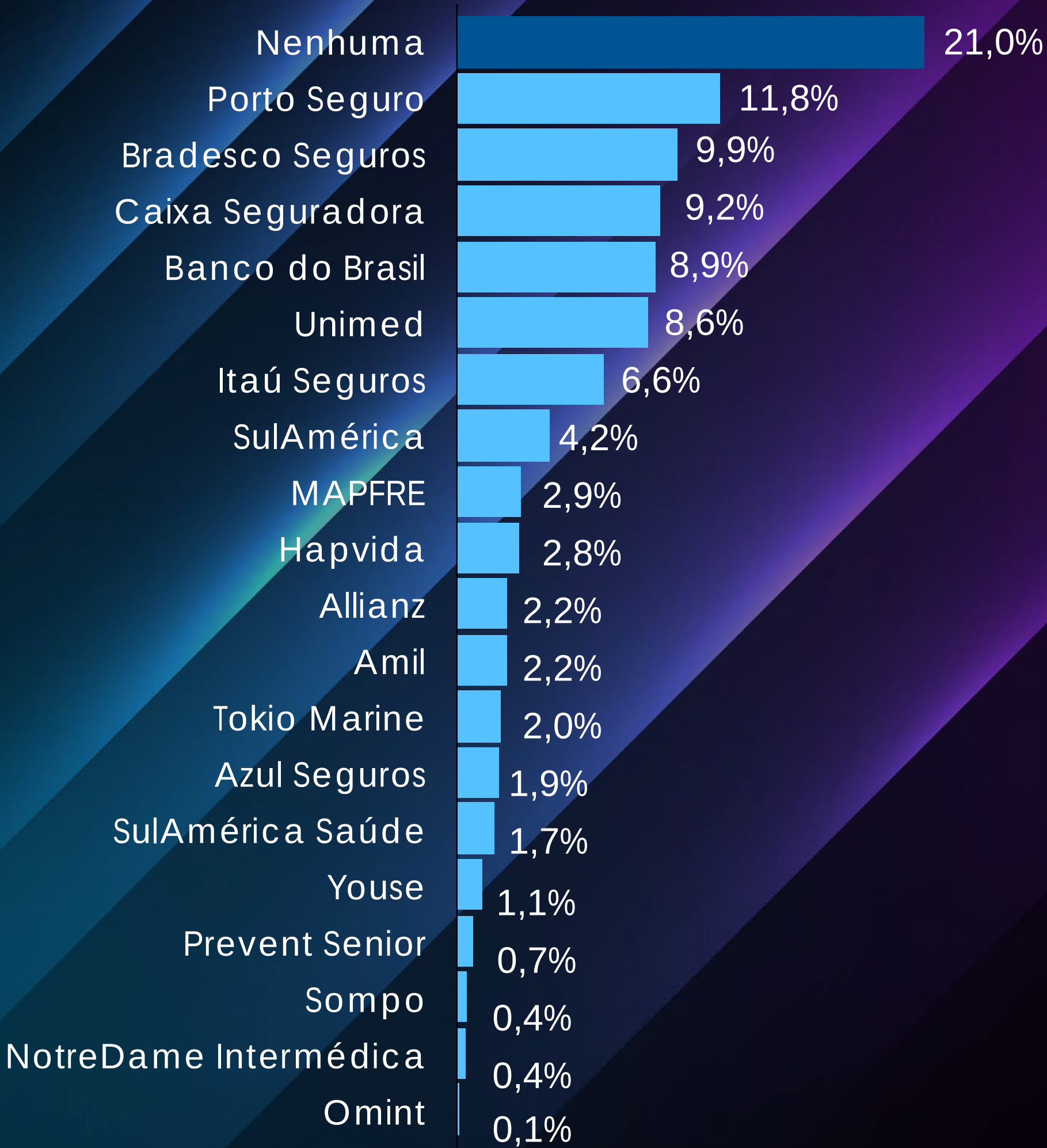


*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

SEGUROS

QUAL DESTAS EMPRESAS É A MAIS ENCANTADORA PARA VOCÊ?

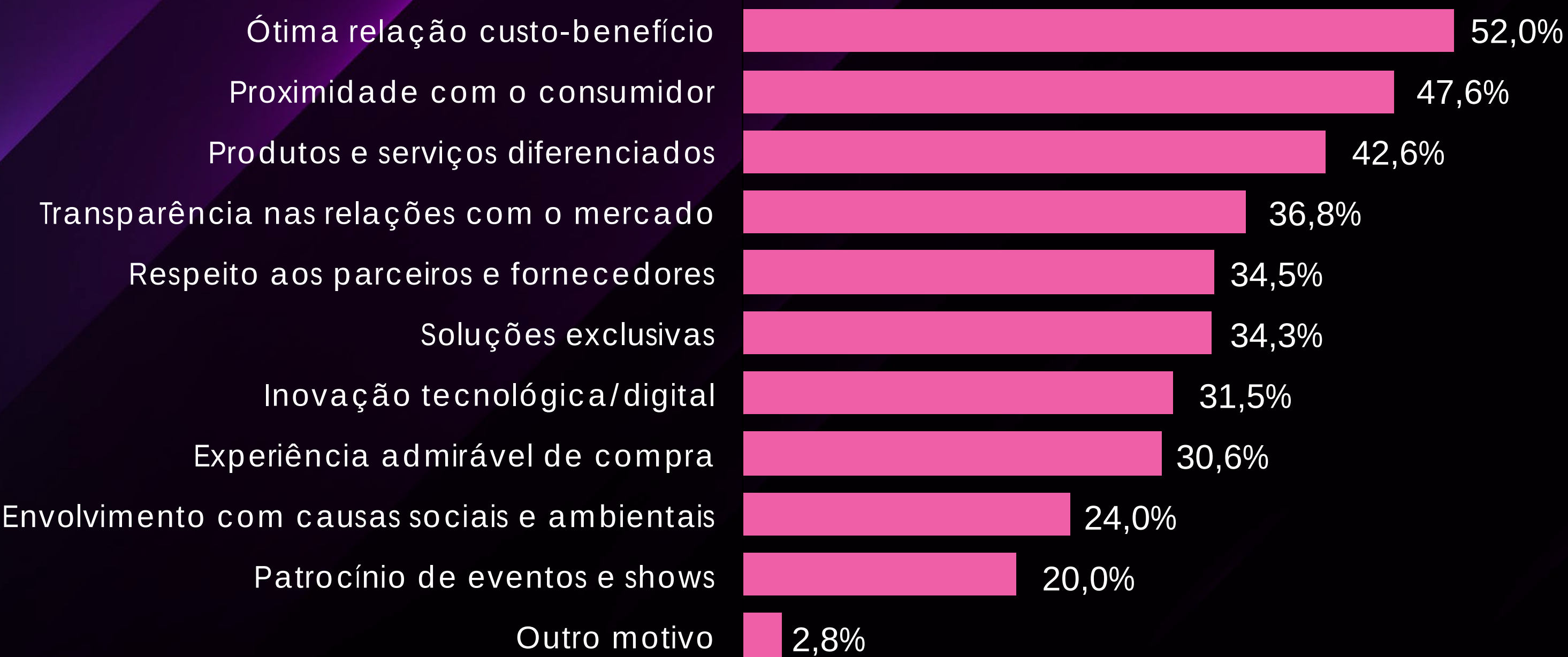
Citações únicas



*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

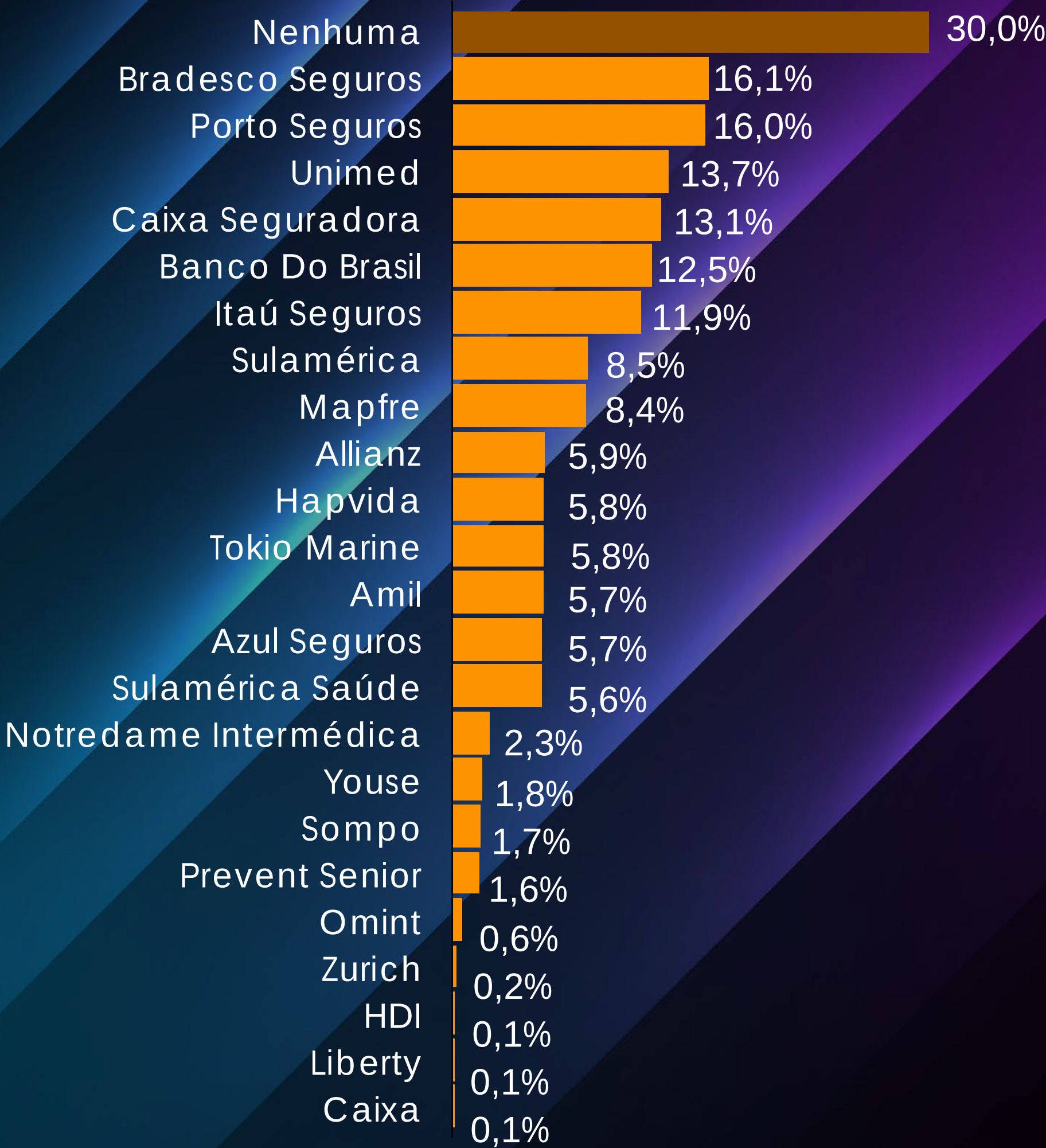
POR QUAIS MOTIVOS ESTAS EMPRESAS ENCANTAM?

Respostas múltiplas. Para quem considerou que alguma marca encanta.



QUAL DESTAS EMPRESAS VOCÊ JÁ TEVE EXPERIÊNCIA?

Respostas múltiplas



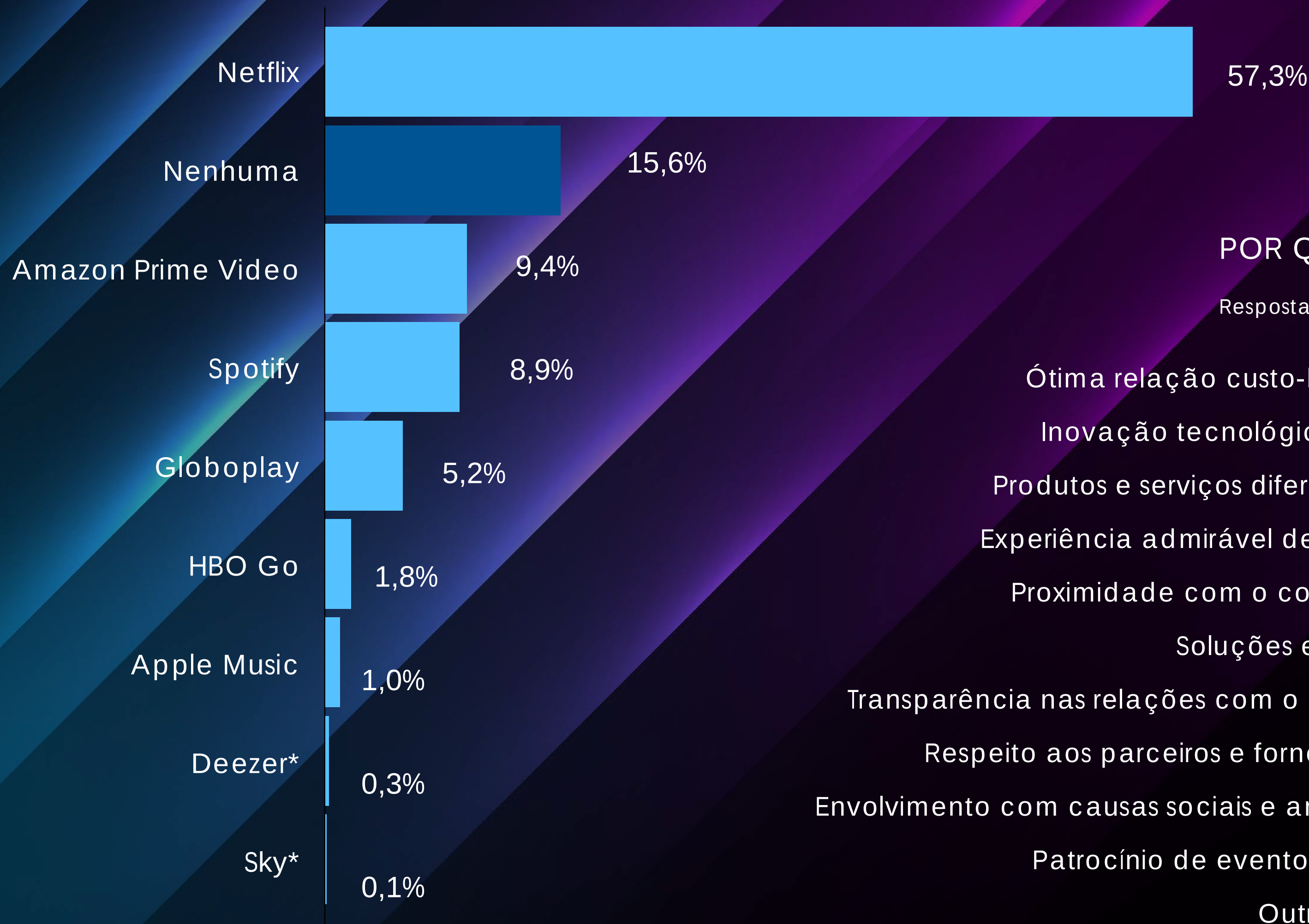
*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

SERVIÇOS DE STREAMING

SERVIÇOS DE STREAMING

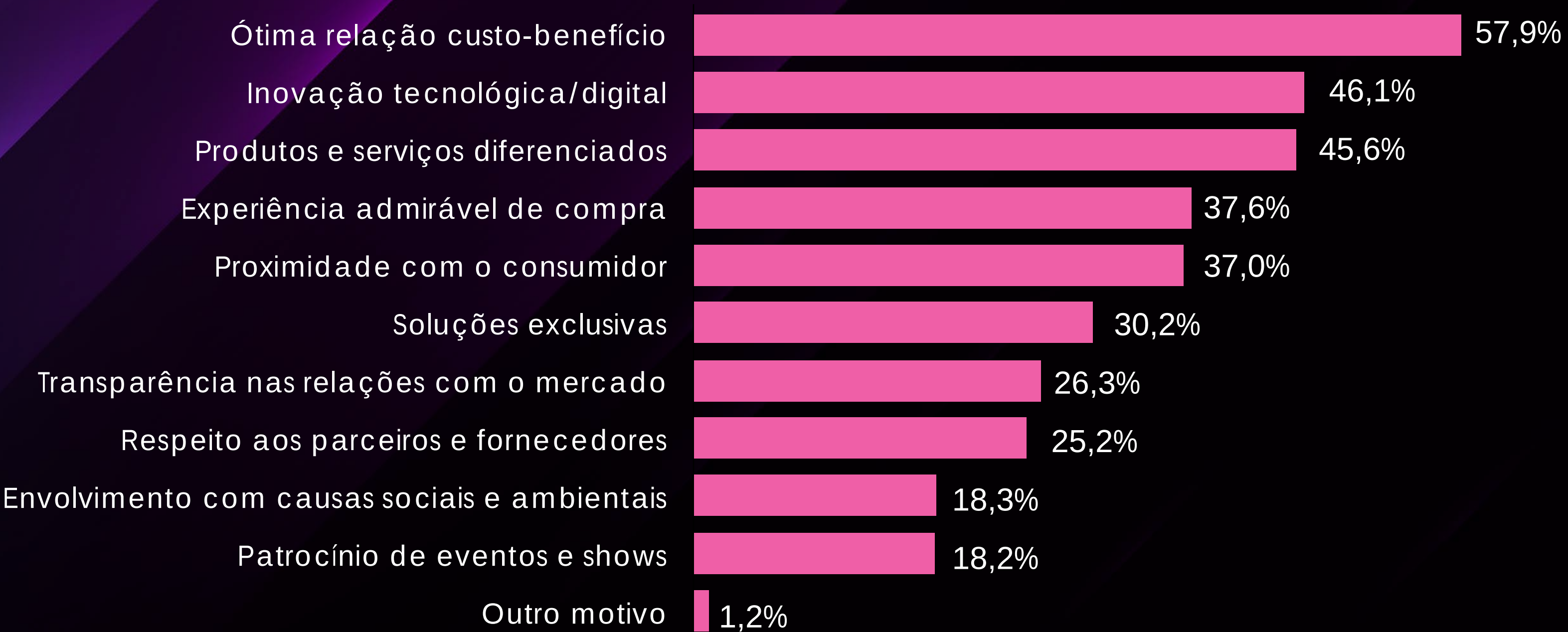
QUAL DESTAS EMPRESAS É A MAIS ENCANTADORA PARA VOCÊ?

Citações únicas



POR QUAIS MOTIVOS ESTAS EMPRESAS ENCANTAM?

Respostas múltiplas. Para quem considerou que alguma marca encanta.

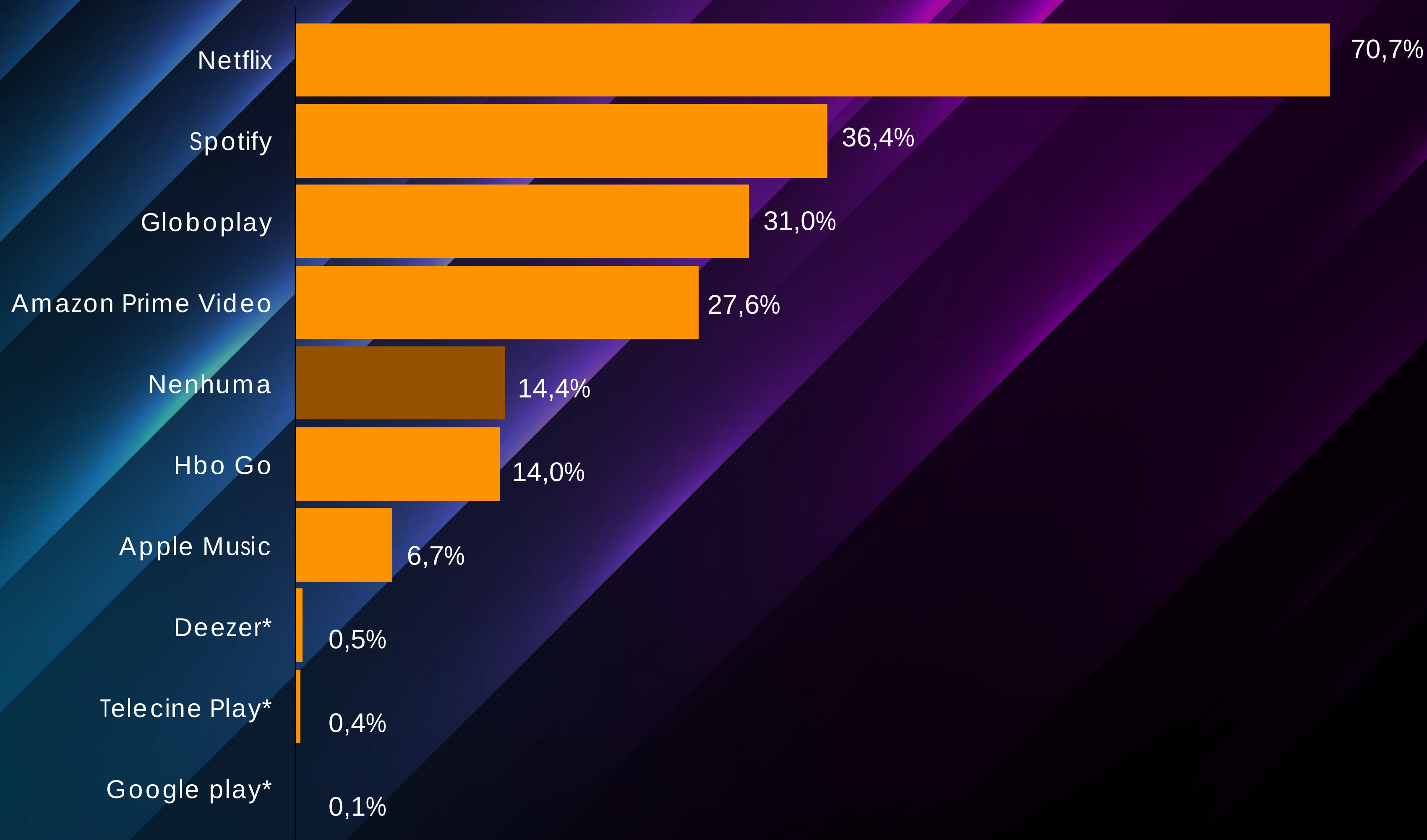


*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

SERVIÇOS DE STREAMING

QUAL DESTAS EMPRESAS VOCÊ JÁ TEVE EXPERIÊNCIA?

Respostas múltiplas

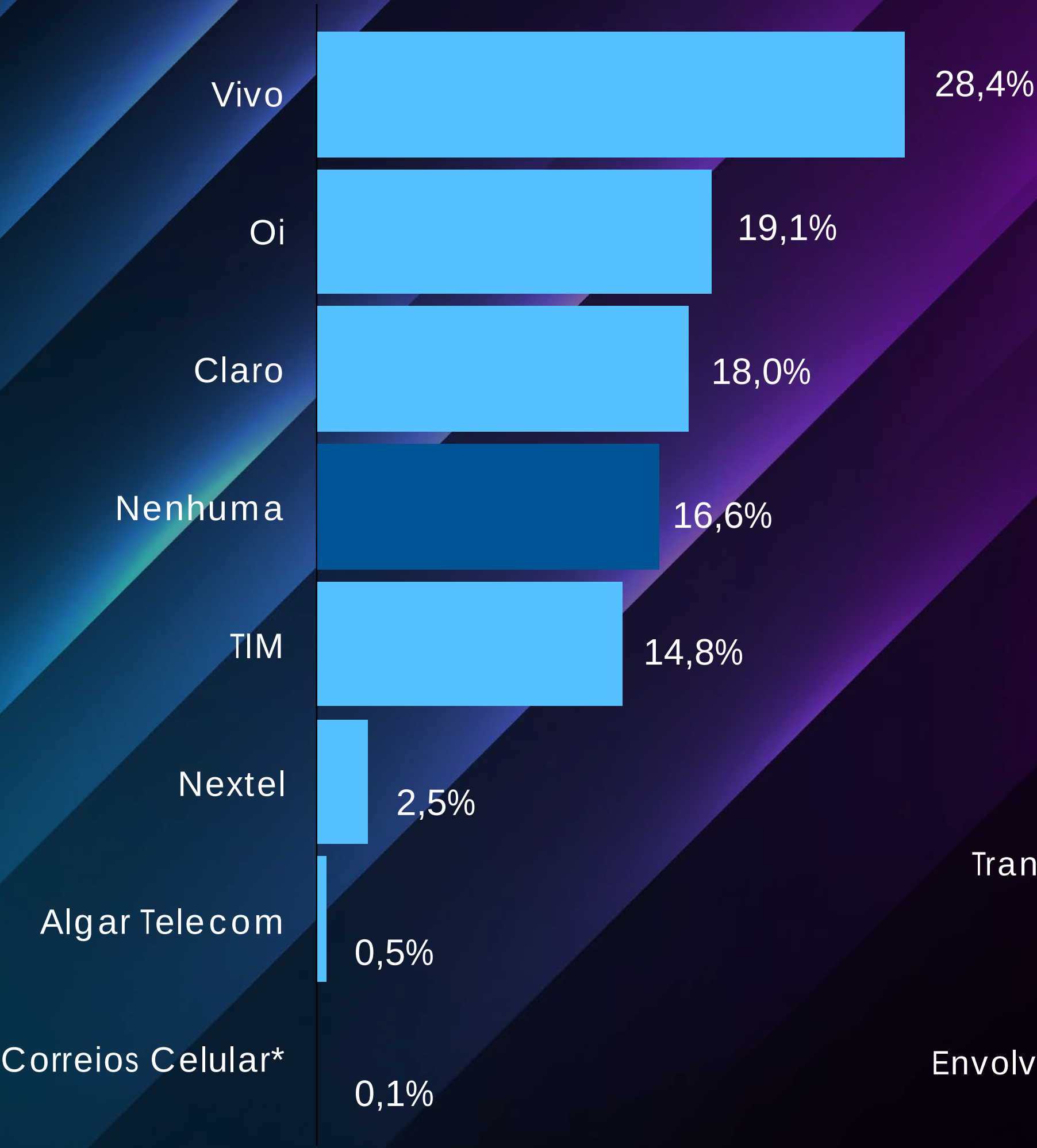


*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

TELEFONIA MÓVEL

QUAL DESTAS EMPRESAS É A MAIS ENCANTADORA PARA VOCÊ?

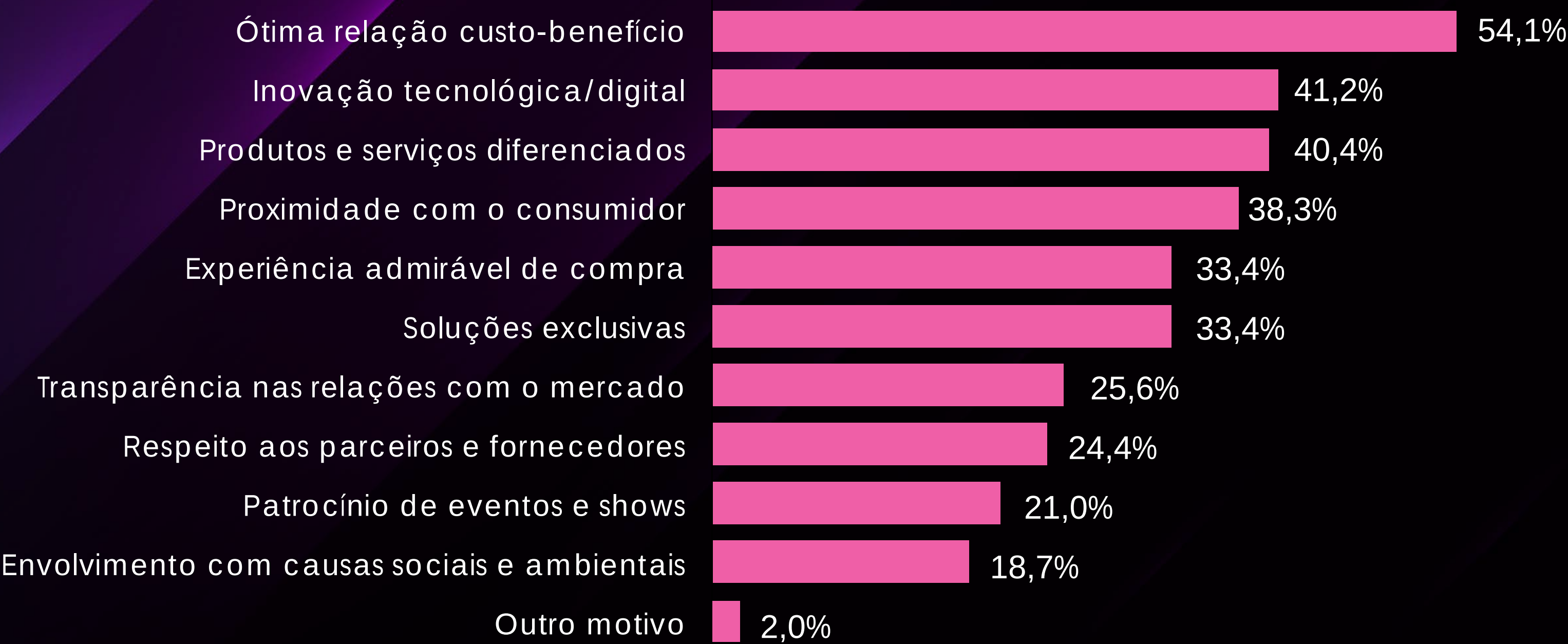
Citações únicas



*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

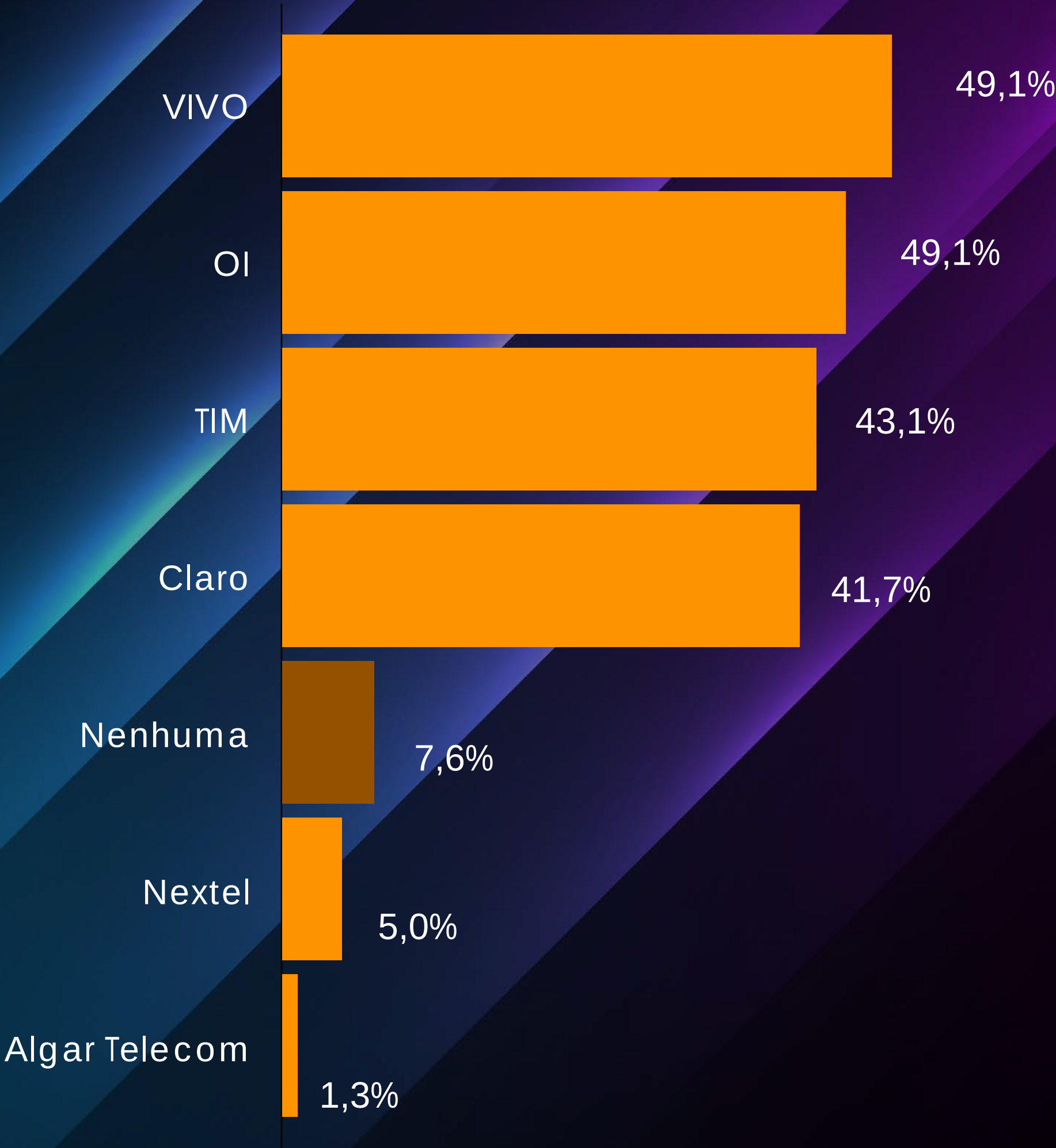
POR QUAIS MOTIVOS ESTAS EMPRESAS ENCANTAM?

Respostas múltiplas. Para quem considerou que alguma marca encanta.



QUAL DESTAS EMPRESAS VOCÊ JÁ TEVE EXPERIÊNCIA?

Respostas múltiplas

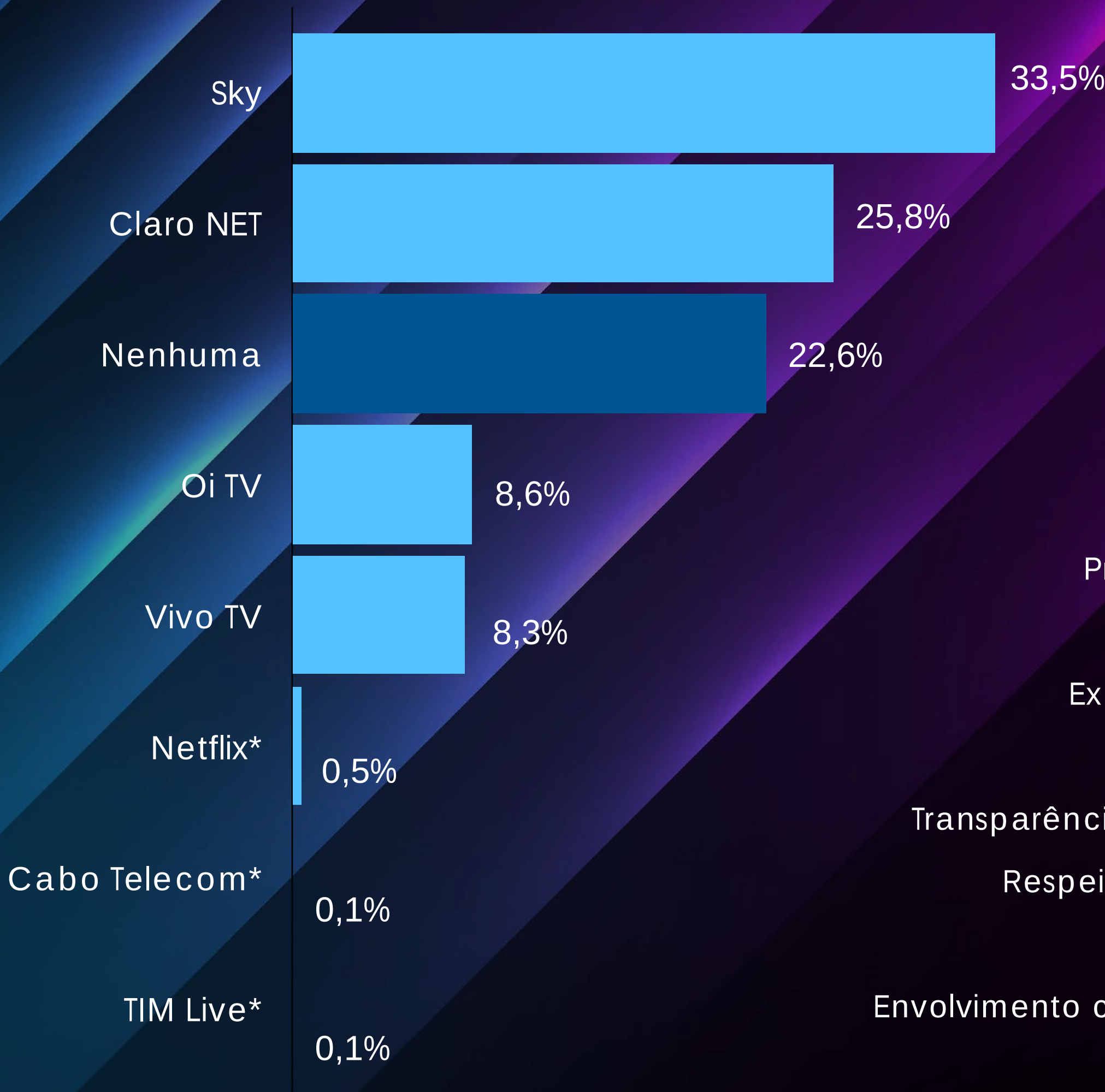


*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

TV POR ASSINATURA

QUAL DESTAS EMPRESAS É A MAIS ENCANTADORA PARA VOCÊ?

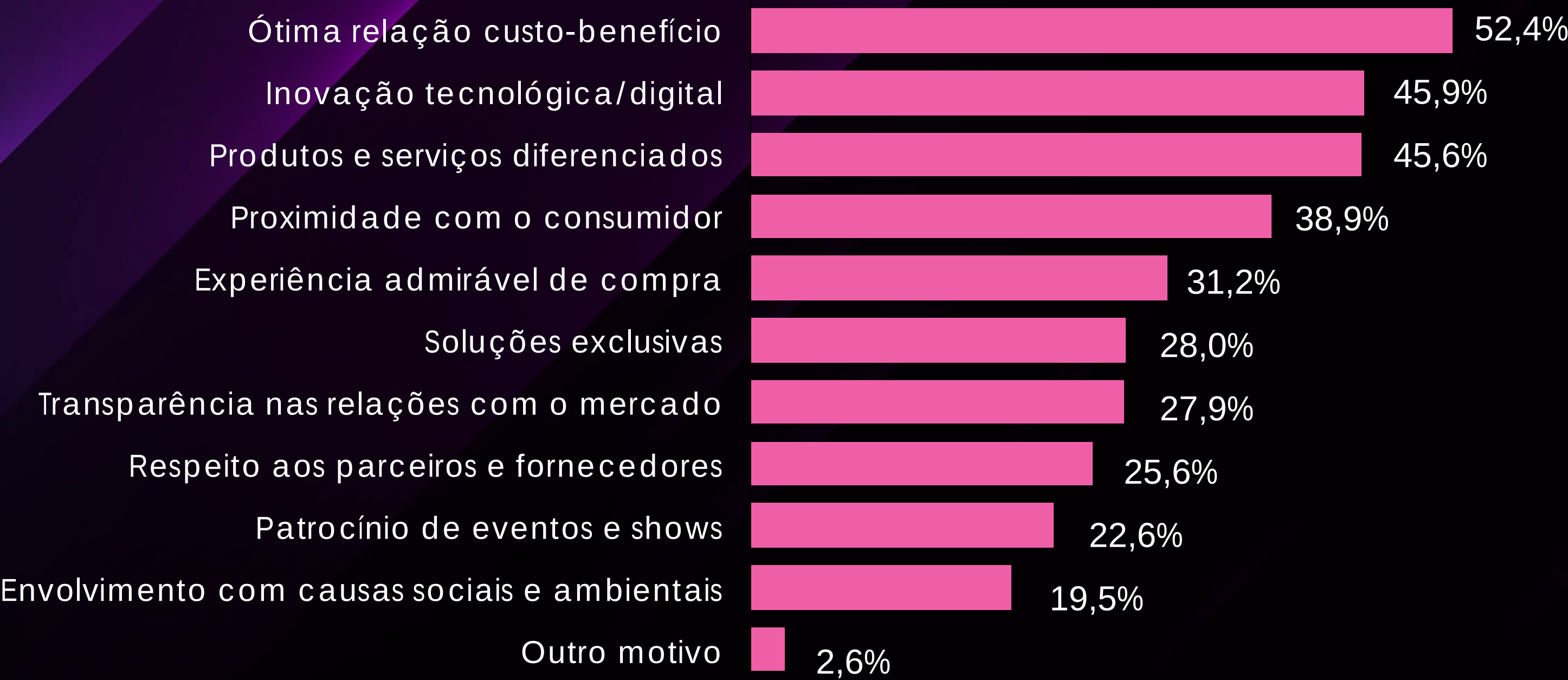
Citações únicas



*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

POR QUAIS MOTIVOS ESTAS EMPRESAS ENCANTAM?

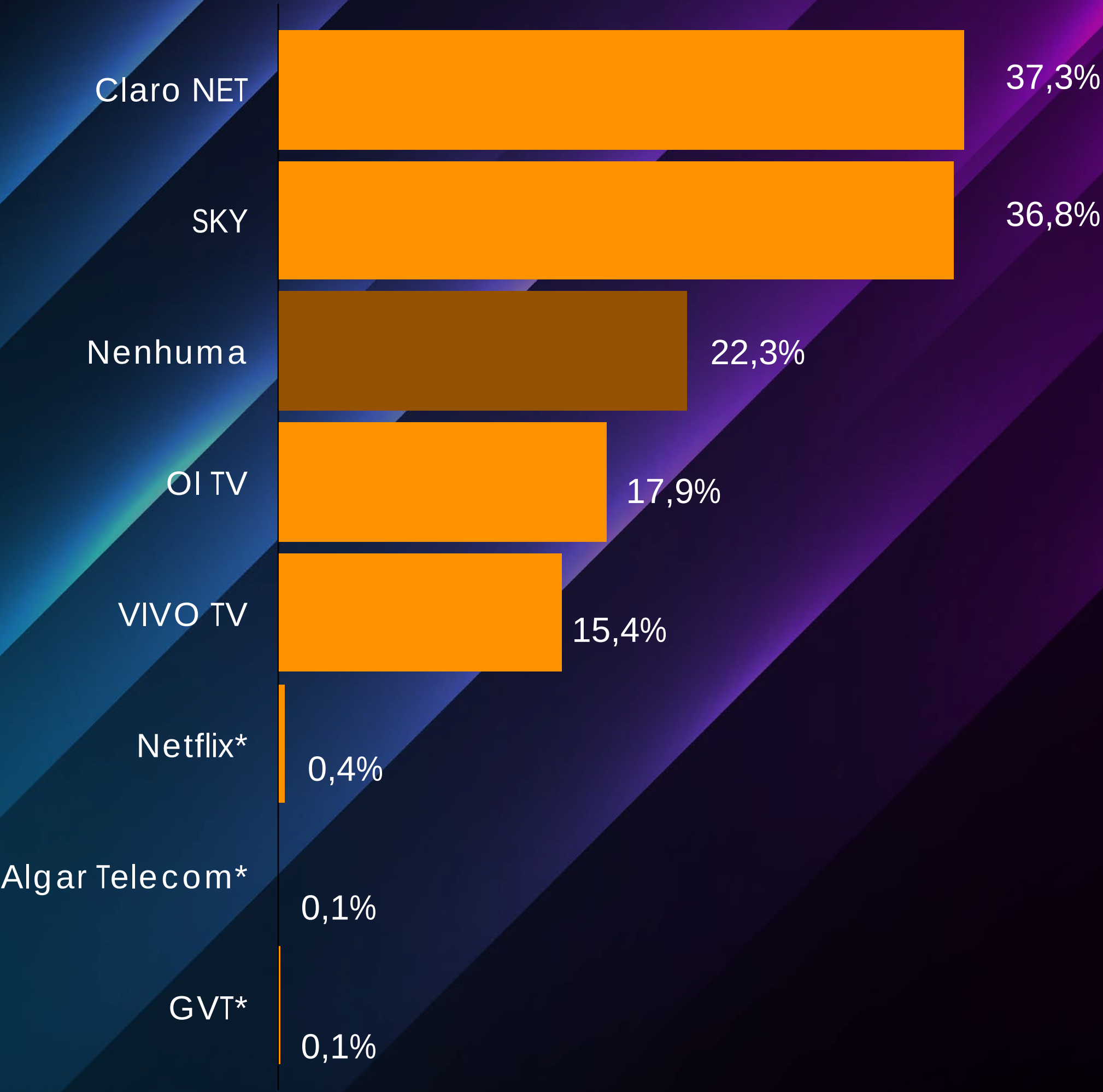
Respostas múltiplas. Para quem considerou que alguma marca encanta.



TV POR ASSINATURA

QUAL DESTAS EMPRESAS VOCÊ JÁ TEVE EXPERIÊNCIA?

Respostas múltiplas



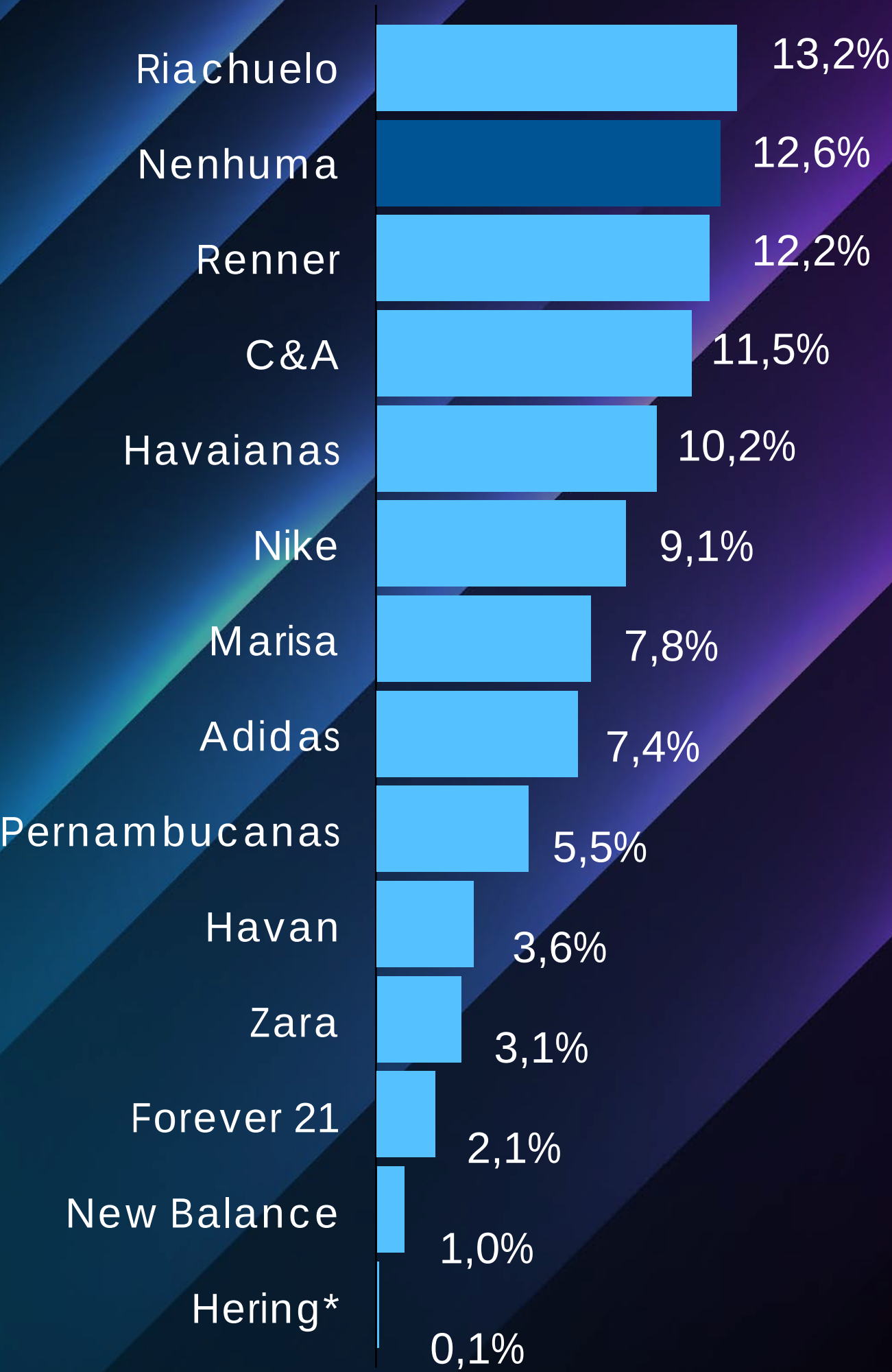
*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

VAREJO: MODA E CALÇADOS

VAREJO: MODA E CALÇADOS

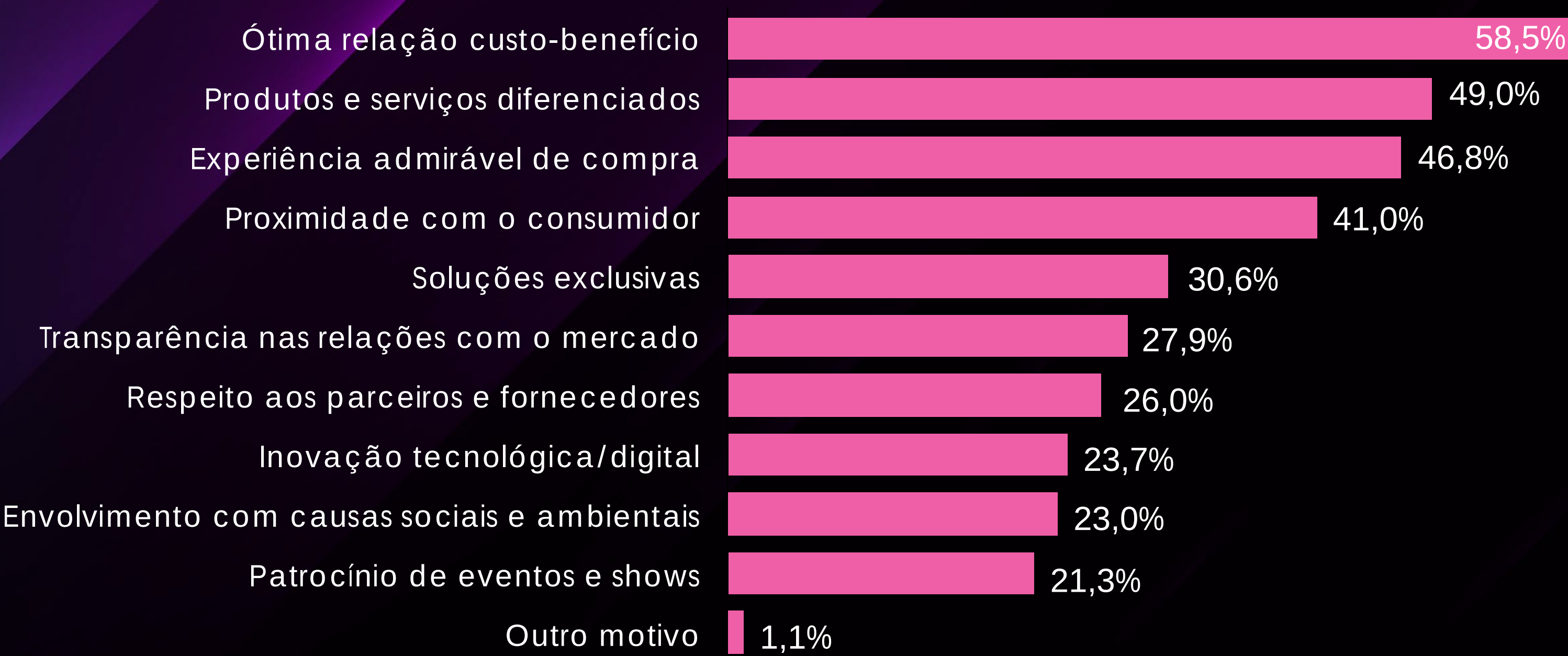
QUAL DESTAS EMPRESAS É A MAIS ENCANTADORA PARA VOCÊ?

Citações únicas



POR QUAIS MOTIVOS ESTAS EMPRESAS ENCANTAM?

Respostas múltiplas. Para quem considerou que alguma marca encanta.

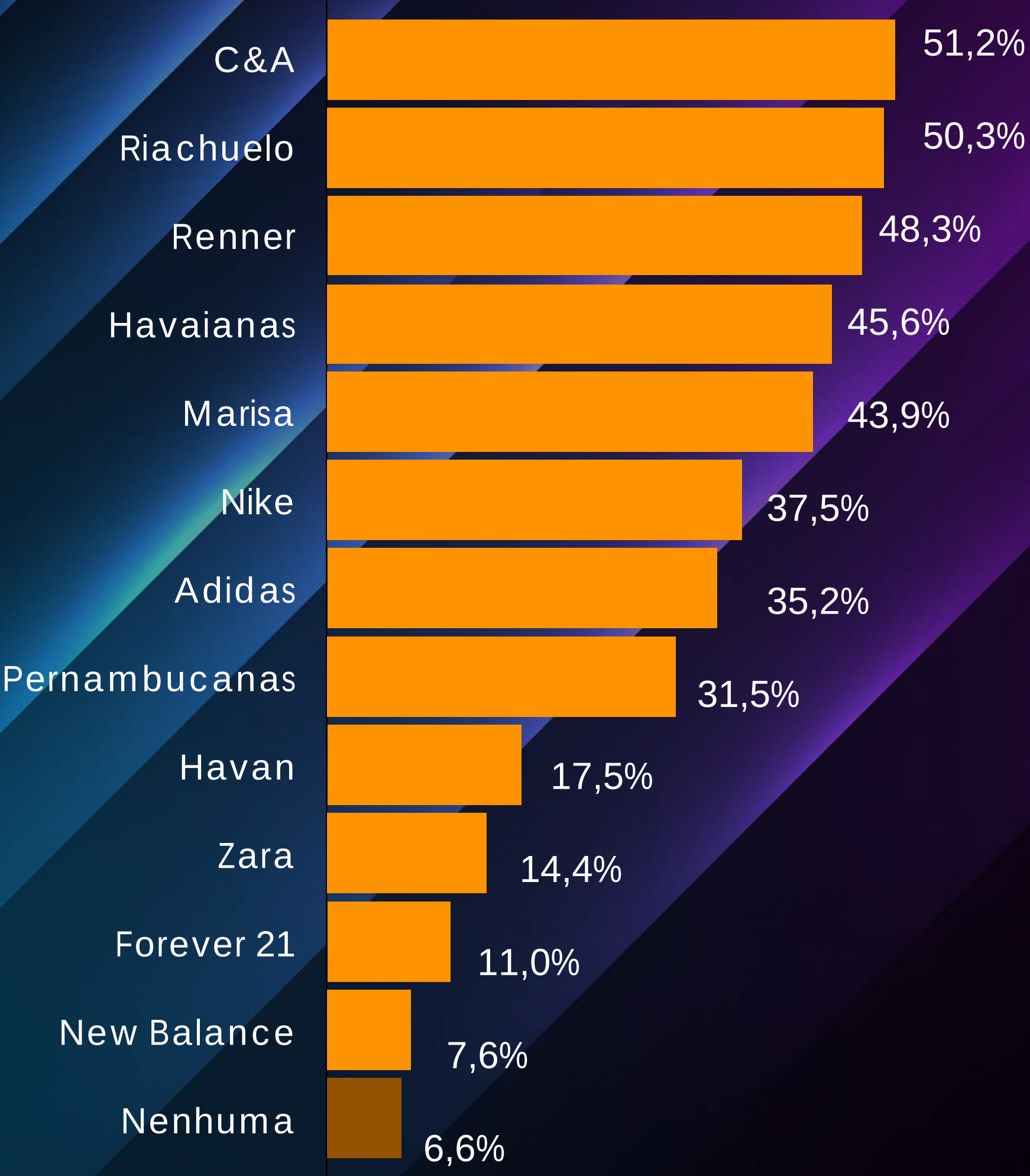


*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

VAREJO: MODA E CALÇADOS

QUAL DESTAS EMPRESAS VOCÊ JÁ TEVE EXPERIÊNCIA?

Respostas múltiplas



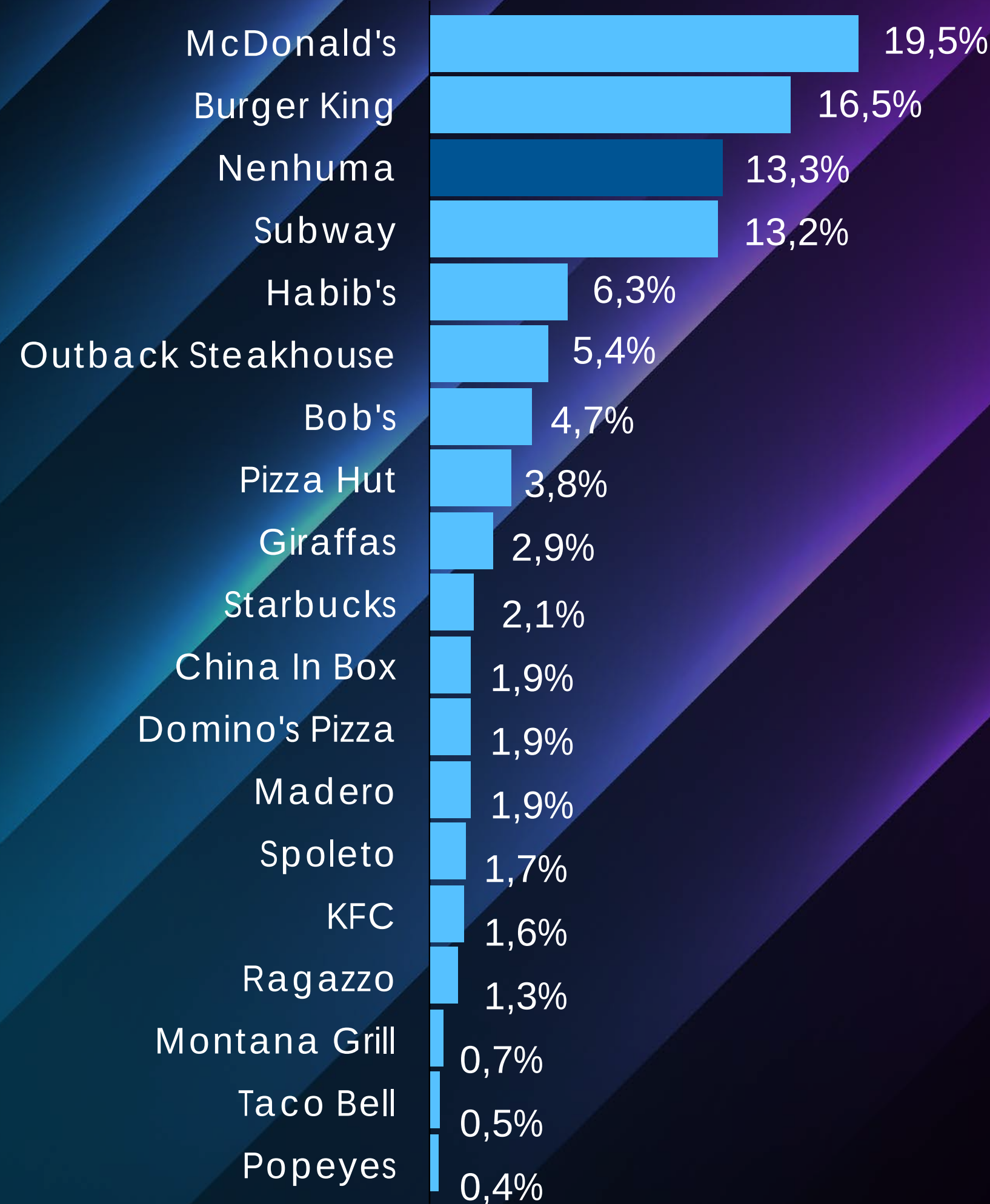
*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

VAREJO: REDES ALIMENTÍCIAS E FAST-FOOD

VAREJO: REDES ALIMENTÍCIAS E FAST-FOOD

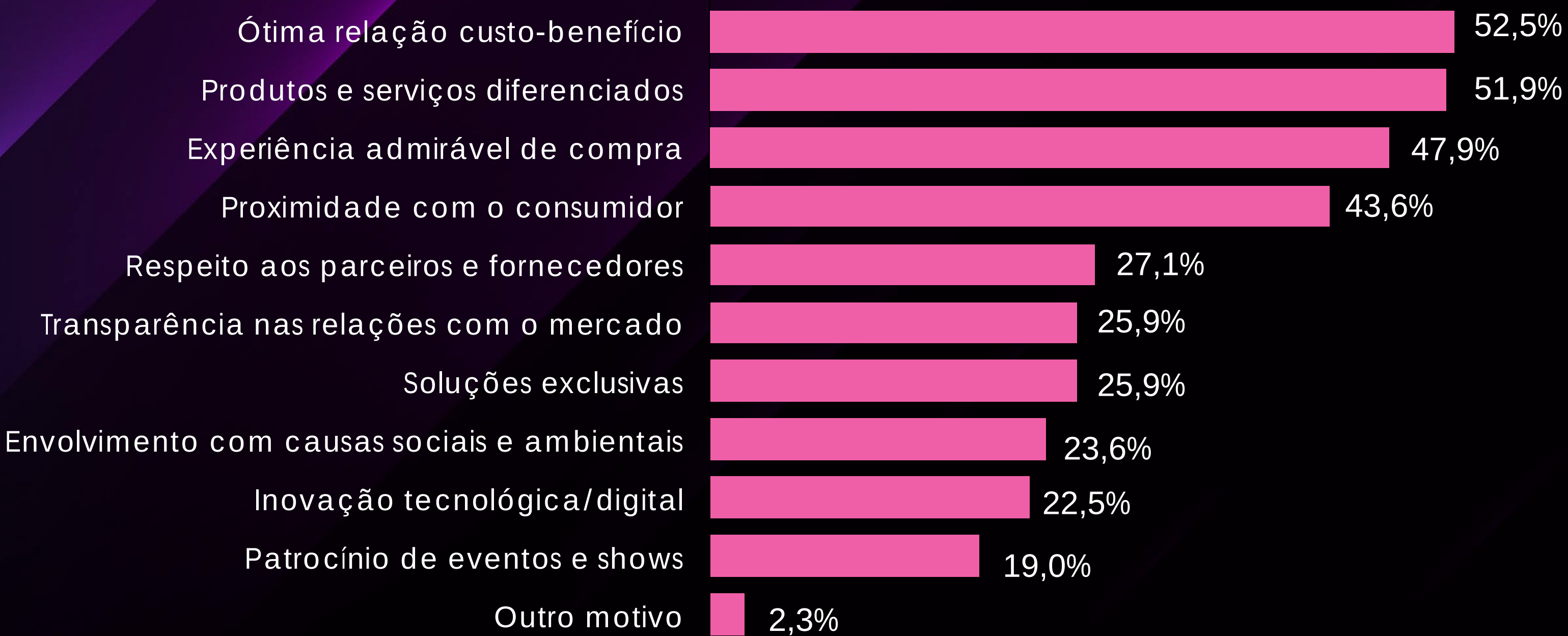
QUAL DESTAS EMPRESAS É A MAIS ENCANTADORA PARA VOCÊ?

Citações únicas



POR QUAIS MOTIVOS ESTAS EMPRESAS ENCANTAM?

Respostas múltiplas. Para quem considerou que alguma marca encanta.

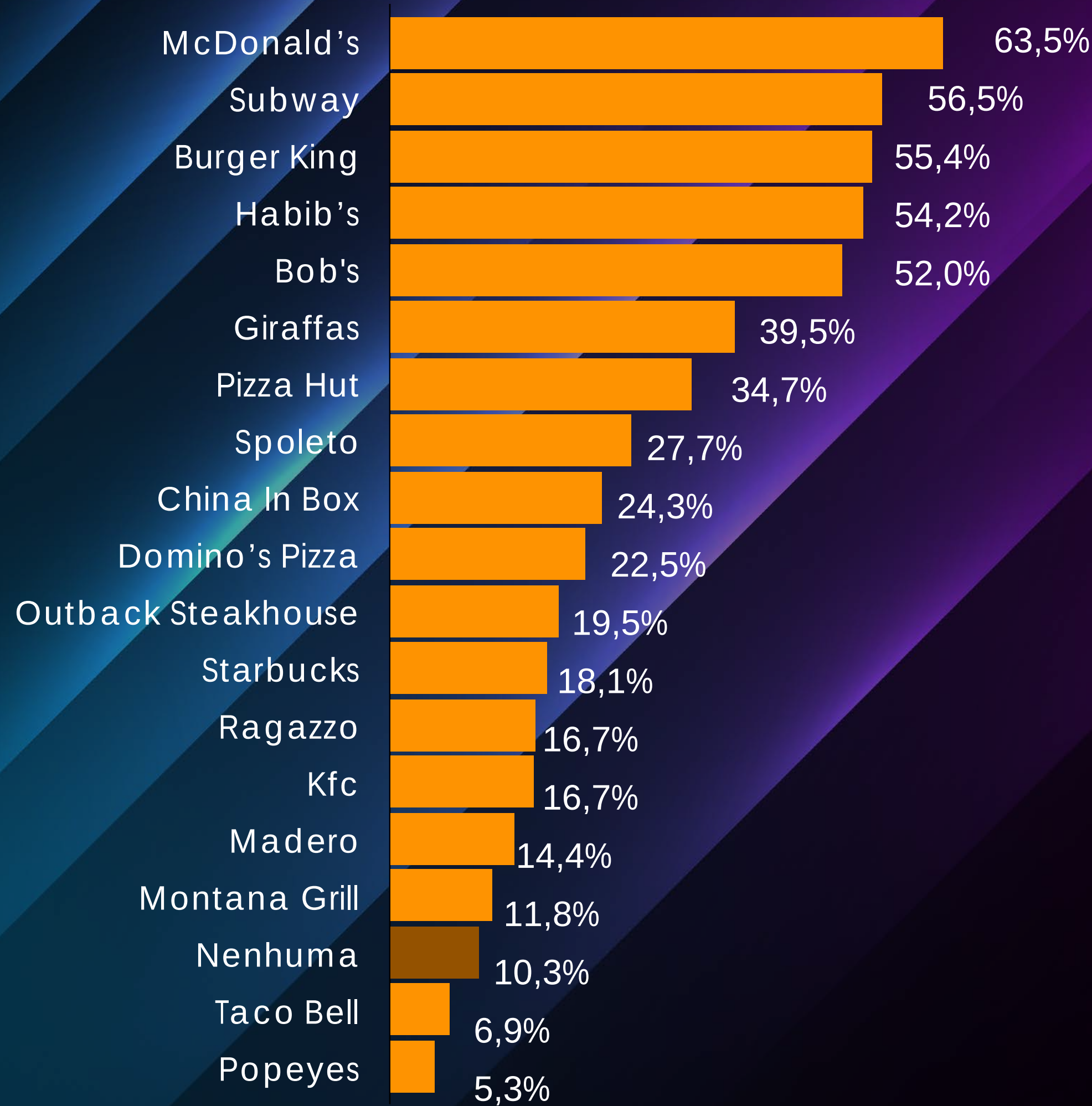


*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

VAREJO: REDES ALIMENTÍCIAS E FAST-FOOD

QUAL DESTAS EMPRESAS VOCÊ JÁ TEVE EXPERIÊNCIA?

Respostas múltiplas



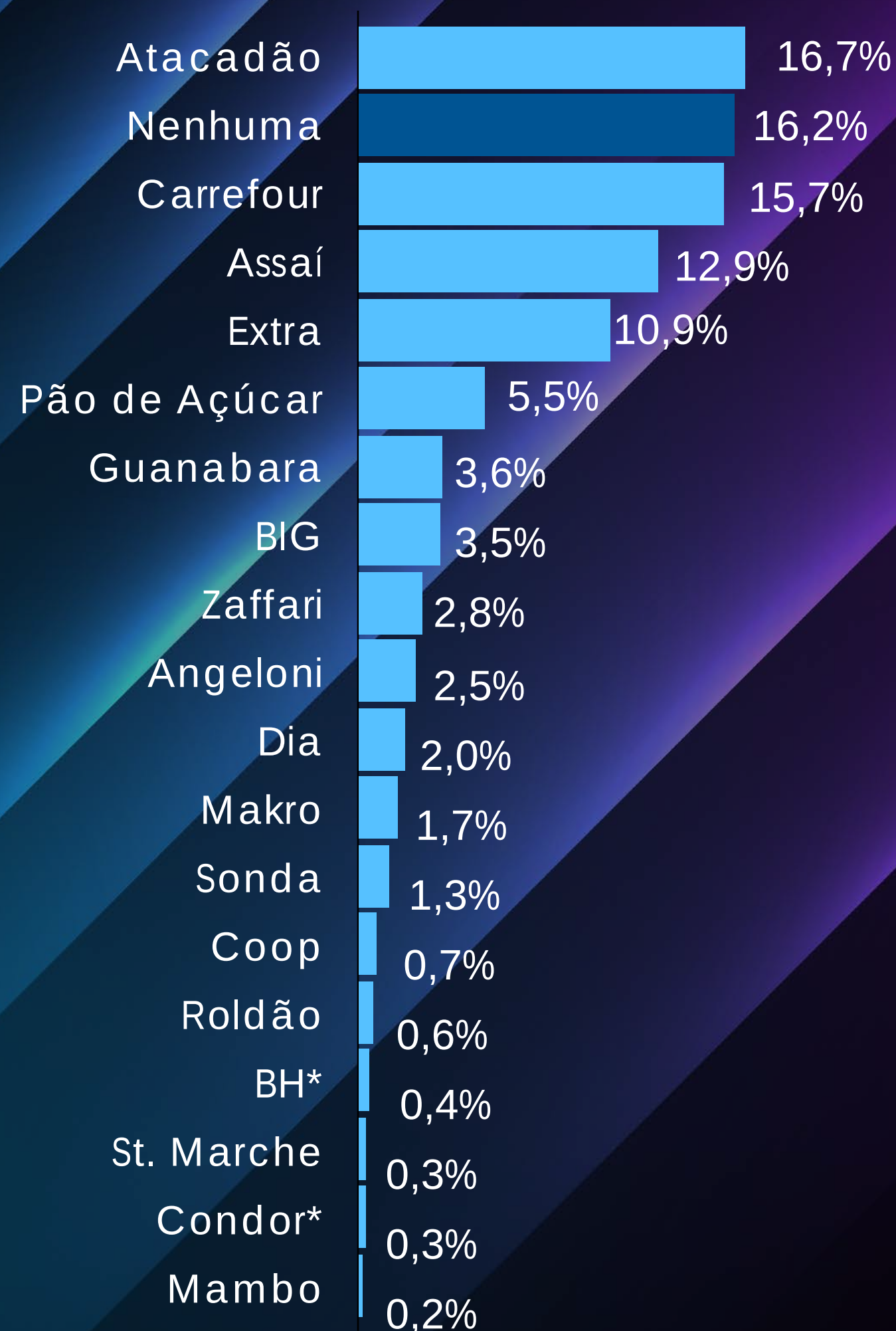
*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

VAREJO: SUPER, HIPERMERCADOS, ATACAREJO E CASH&CARRY

VAREJO: SUPER, HIPERMERCADOS, ATACAREJO E CASH&CARRY

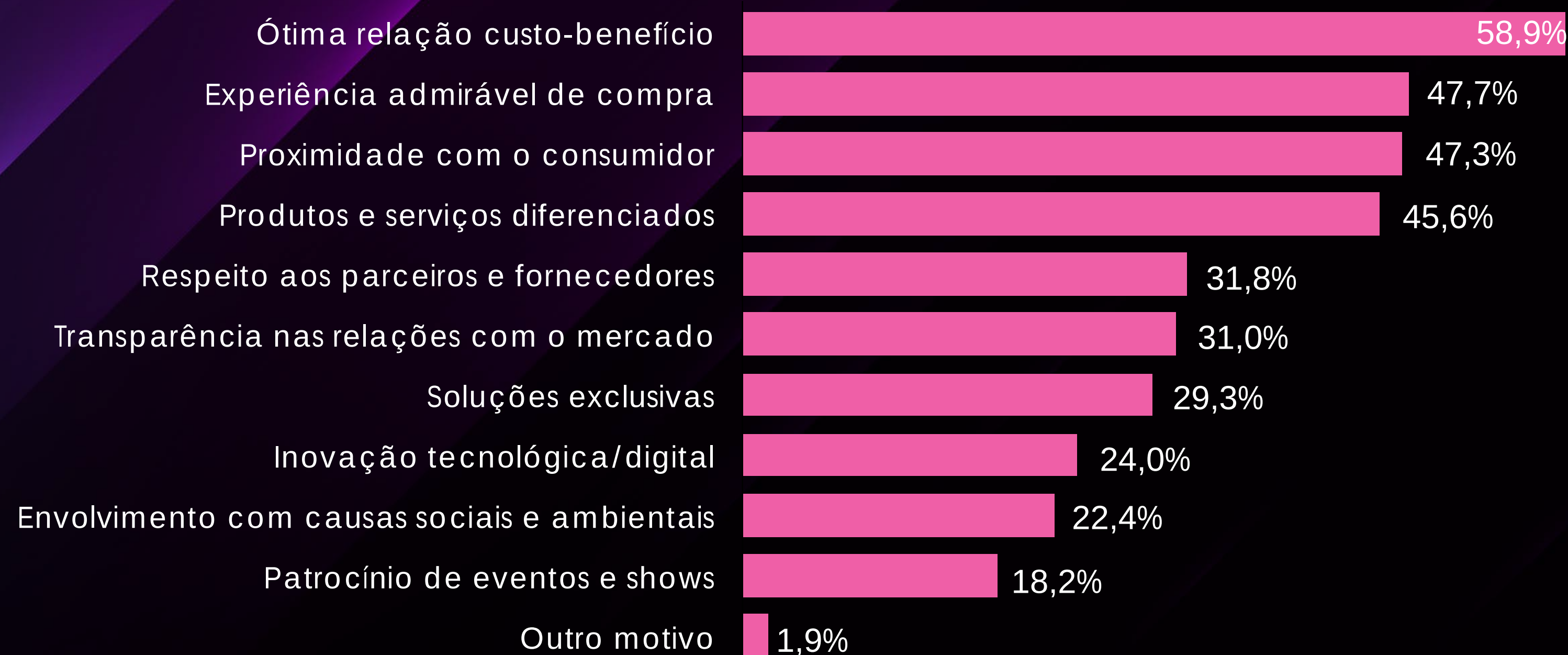
QUAL DESTAS EMPRESAS É A MAIS ENCANTADORA PARA VOCÊ?

Citações únicas



POR QUAIS MOTIVOS ESTAS EMPRESAS ENCANTAM?

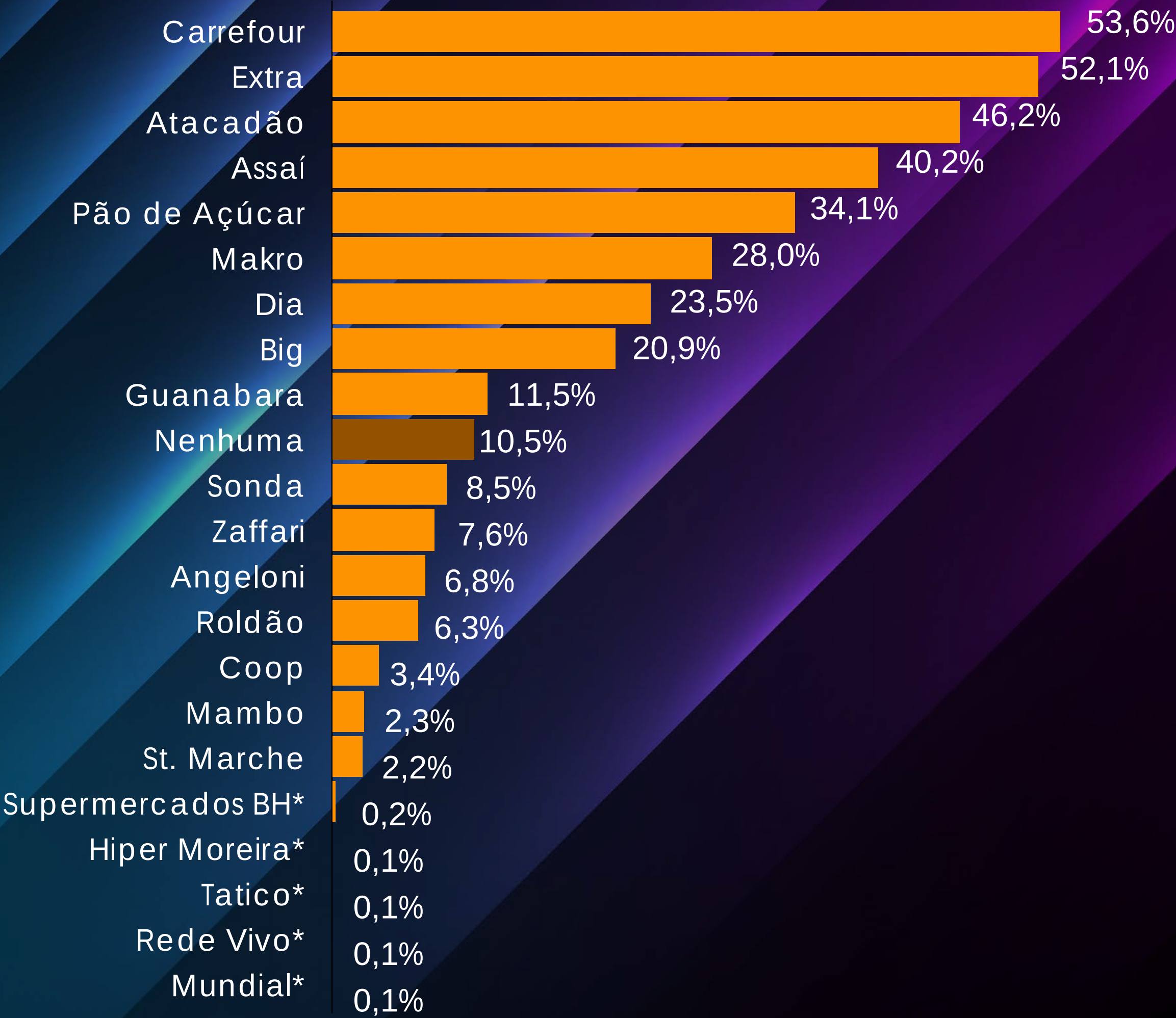
Respostas múltiplas. Para quem considerou que alguma marca encanta.



*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

QUAL DESTAS EMPRESAS VOCÊ JÁ TEVE EXPERIÊNCIA?

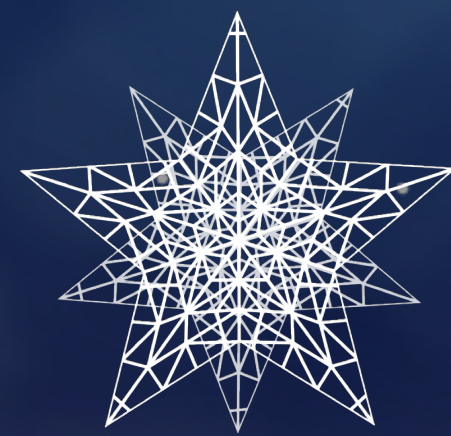
Respostas múltiplas



*marcas que não constavam nas opções, mencionadas como "outras marcas";
Menções com porcentagem inferior não estão representadas no gráfico.

PESQUISA & RANKING EMPRESAS ENCANTADORAS 2020

METODOLOGIA



MATRIZ DA
EXCELÊNCIA
GESTÃO DE
ENCANTAMENTO

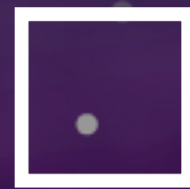


METODOLOGIAS DE POSICIONAMENTO
PARA MARCAS E LÍDERES

Realização:



IDEIAS QUE TRANSFORMAM NEGÓCIOS

opinion  box

UMBIGODOMUNDO.COM.BR