



Impactos no Varejo

COVID-19

18/03/20 - Google Retail

Objetivos desse material

Entender o comportamento e movimentos de mercado em países com curva anterior ao Brasil*

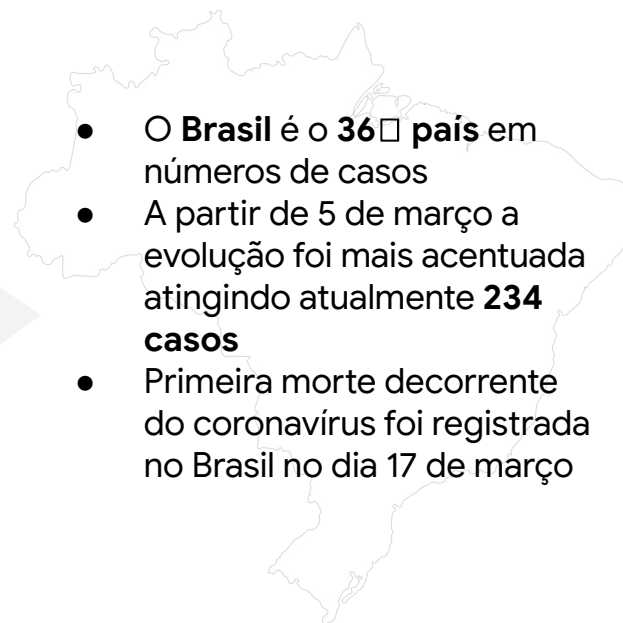
Fornecer informações de suporte sobre o tema no Brasil

Auxiliar marcas a enfrentar o momento e fornecer uma melhor experiência para as pessoas

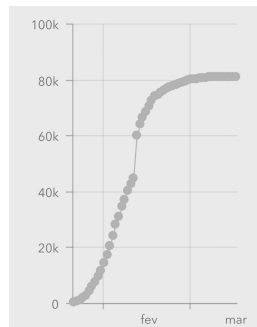
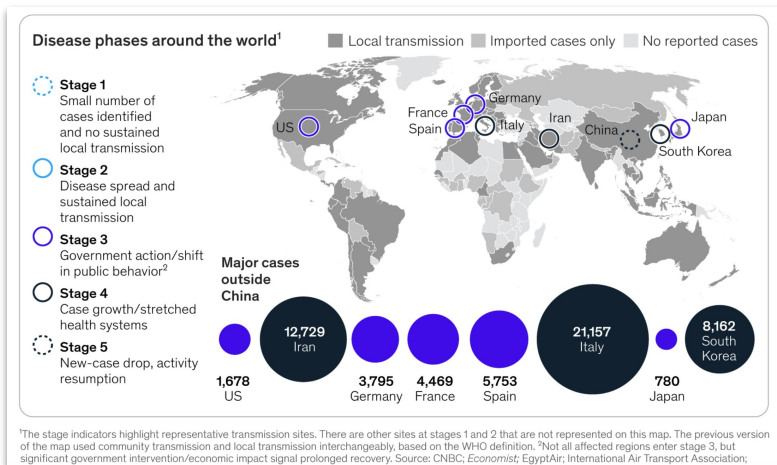
*não há nenhum dado ou fator que garanta que o comportamento no Brasil será o mesmo de outros Países.
Os dados a seguir servem como fonte de consulta

COVID-19: Contexto Geral

- COVID-19 é uma doença infecciosa causada pelo mais recente vírus da família Coronavírus descoberto
- O surto teve início na China e atualmente afeta **164 países**
- Mais de **200 mil pessoas** contaminadas (casos confirmados) e quase 8 mil mortes decorrentes da doença
- Mais de **80 países** confirmaram transmissão local
- Entre os países mais afetados estão China, Itália, Irã, Coreia do Sul, França, Alemanha e EUA (em número de casos confirmados)
- Em 11 de Março de 2020, a OMS declarou **pandemia**



Globalmente existem diferentes estágios de progressão

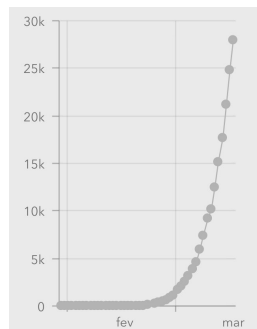


China

81.151 casos

Tx Mortalidade: 4%

Único país em estágio de remissão dos casos, representando 1% do share de novos casos



Itália

31.506 casos

Mortalidade: 7,9% (38% dos casos acima de 70 anos)

Há aumento exponencial da disseminação

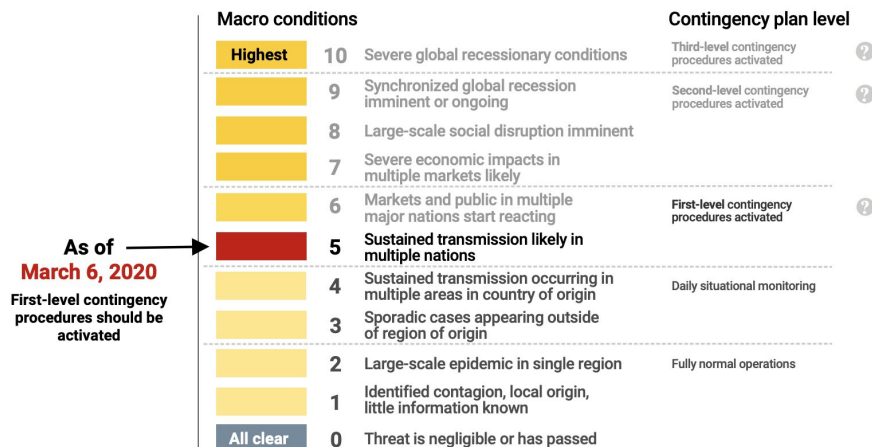
Os casos duplicam a cada 4 dias

EUA e outros países da Europa apresentaram contaminação tardia em relação a China e Itália, um dos fatores que possibilita intervenções mais significativas para um prognóstico mais positivo

O impacto na economia Global depende da trajetória da doença, principalmente nos países em expansão

- O efeito atual na **economia global** (SITREP) está classificado em **5**, sendo esse o **primeiro estágio de contingência**, com mercados importantes reagindo fortemente ao surto
- O impacto estimado no GDP Global é de **-4% a - 23%** a depender da velocidade da recuperação
- Na China houve queda de 14% no PMI index em fevereiro
- 53% de chance de recessão econômica nos EUA no próximo ano

Bain's Situational Threat Report (SITREP) Index



COVID-19: Impacto no varejo



Impacto no Varejo Físico

- Queda de no fluxo de pessoas nas lojas devido às recomendações de segurança globais (-9% US)
- Varejistas como **Nike e Apple** e fecham lojas físicas para reduzir riscos para funcionários e clientes
- **Starbucks** passa a operar no modelo “Grab and Go” ao invés de “Sip and Stay”,
- Demandas por **novos formatos de entrega**, sem contato pessoal, em varejistas que continuaram abertos



Impactos no Varejo Online

Aumento das vendas online, para diversas categorias de produtos, incluindo alimentos



Aceleração de categorias essenciais

- No varejo alimentar **aceleração de categorias não perecíveis**, decorrentes do comportamento de estoque
- Aceleração de categorias de Higiene e Limpeza

Impacto sobre o comportamento

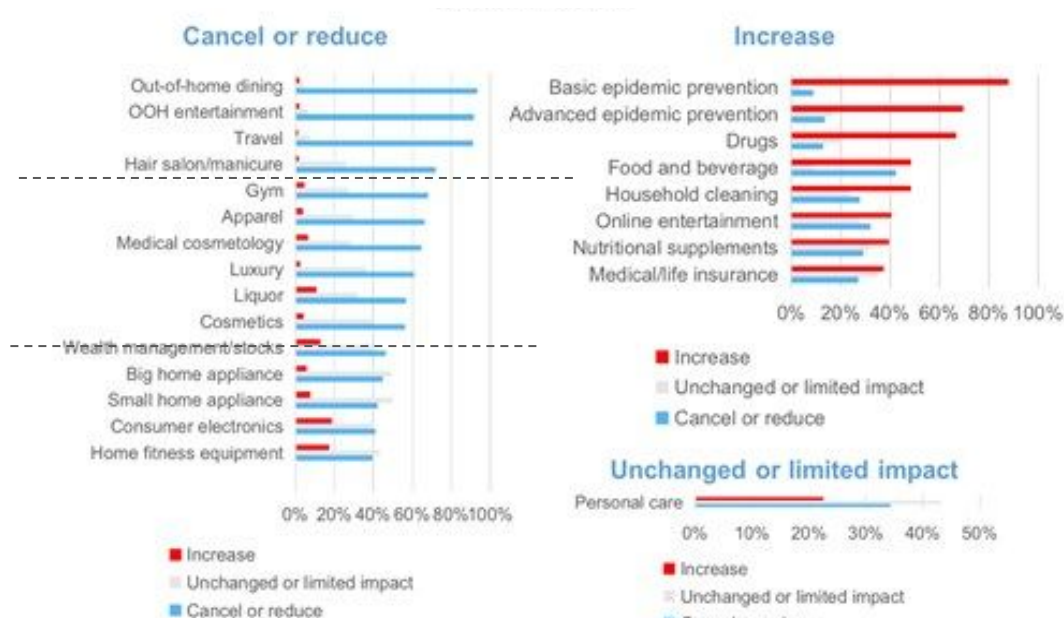


Durante a epidemia

Contato Humano

Menos essenciais

Bens duráveis



As indústrias mais impactadas no curto prazo são aquelas que envolvem um contato humano: alimentação e entretenimento fora de casa, viagens, salão de beleza e ginástica.

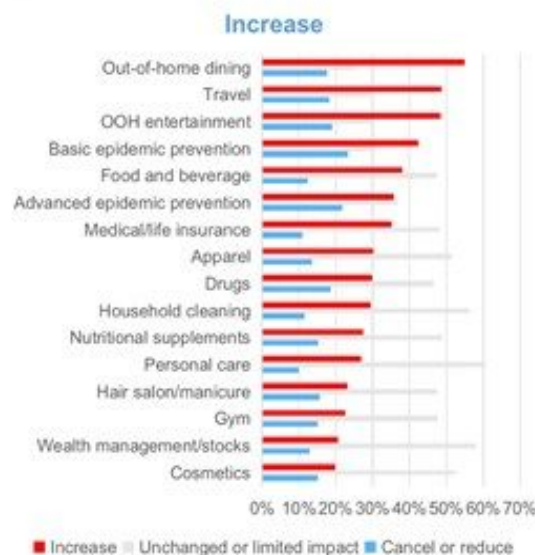
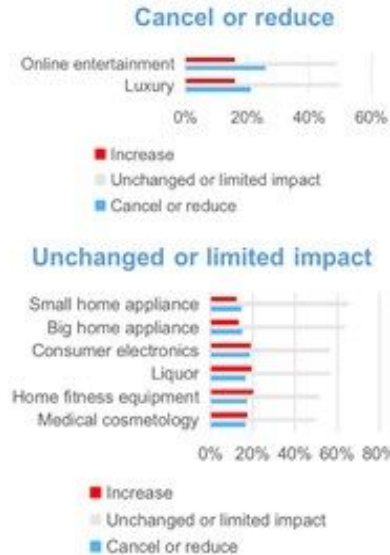
Os bens "menos essenciais" ou supérfluos também foram impactadas negativamente: moda, cosmético, luxo e bebidas.

Por último, temos o grupo de bens duráveis despriorizados.

Impacto sobre o comportamento



Após a epidemia (previsão)



Com o fim da epidemia, as indústrias que devem se recuperar mais rapidamente são as de lazer: alimentação e entretenimento fora de casa e viagens.

Os itens de cuidados com a saúde e alimentos e bebidas seguirão aquecidos.

E a indústria de moda também deve ter voltar a aquecer ao longo do tempo.

Bens duráveis devem permanecer inalterados por mais um tempo.

Impacto sobre o comportamento



US Internet Users Who Are Currently Avoiding vs. Will Avoid Public Places/Travel if the Coronavirus Outbreak Worsens in the US, Feb 2020

% of respondents

	Currently avoiding	Will avoid
Public transportation	49.3%	73.1%
International travel (e.g., vacations, business trips)	47.4%	68.2%
Shopping centers/malls	47.2%	74.6%
Movie theaters	41.9%	66.6%
Medical centers/hospitals	38.9%	50.6%
Community centers	35.5%	56.9%
Restaurants/bars/coffee shops	35.3%	60.5%
Shops in general	32.7%	52.7%
Sports events	32.0%	58.8%
Other entertainment/leisure venues	21.6%	40.7%
Schools/colleges	21.1%	39.3%
My workplace	11.1%	17.0%
Other	2.4%	1.4%

Note: currently avoiding n=532; likely to avoid n=1,121; ages 18+

Source: Coresight Research, "Coronavirus Briefing: Flash Report," Feb 28, 2020

Os americanos devem reduzir ainda mais a circulação em lugares de aglomeração- que deve ter um impacto direto nas compras em canais físicos.

Impacto sobre o comportamento



Brasileiros começam a readequar suas rotinas...

ESTADÃO Saúde ASSINE

Novo coronavírus já impõe home office, suspende aulas e reduz lazer

Trabalhadores e estudantes contam como aproveitam alteração na rotina e das medidas de empresas e universidades; com menos gente na rua, índice de congestionamento teve recuo; comerciantes lamentam

EL PAÍS BRASIL ASSINE

PANDEMIA DE CORONAVÍRUS >

Epicentro do coronavírus no Brasil, São Paulo readapta sua rotina aos dias de quarentena

Maior cidade do país é também o local com mais casos confirmados, 145. Em partes da capital, ruas já começam a ficar mais vazias, com a adoção de home office e suspensão de aulas

DF DISTRITO FEDERAL

Medidas contra coronavírus alteram rotina de órgãos públicos, eventos e comércios no DF; veja o que muda

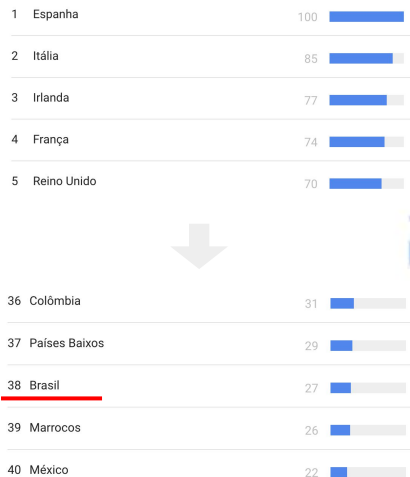
AgênciaBrasil Saúde

Governo recomenda cancelamento de eventos por causa do coronavírus

Medidas foram apresentadas a gestores estaduais e municipais de saúde

Publicado em 13/03/2020 - 13:44 Por Jonas Valente - Repórter Agência Brasil - Brasília

Buscas pelo tema no mundo



How many cases of coronavirus in the UK?

How did coronavirus start?

How to get tested for coronavirus?



How is coronavirus spread?

How long does coronavirus last?

What is coronavirus?



When will coronavirus end?

What to do about coronavirus?

What is coronavirus?



How to diagnose coronavirus?

When will coronavirus end?

How to buy face masks?



What is coronavirus?

How to avoid coronavirus?

How did coronavirus spread



Buscas pelo tema no Brasil

BR: Principais perguntas, coronavírus, últimos 7 dias

- 1 O que é o coronavírus?
- 2 O que é pandemia?
- 3 Onde surgiu o coronavírus?
- 4 O coronavirus tem cura?
- 5 O que o coronavirus causa?

BR: Principais "O que fazer..." sobre coronavírus, últimos 7 ...

- 1 O que fazer se pegar coronavírus?
- 2 O que fazer em caso de suspeita de coronavírus?
- 3 O que fazer para evitar o coronavírus?
- 4 O que fazer para se proteger do coronavírus?
- 5 O que fazer para não pegar coronavírus?



1	Distrito Federal	100		6	Paraná	83	
2	Rio de Janeiro	94		7	Pernambuco	80	
3	Santa Catarina	93		8	Rio Grande do Sul	76	
4	São Paulo	91		9	Mato Grosso do Sul	74	
5	Goiás	83		10	Minas Gerais	74	

BR: Principais "como se..." sobre coronavírus, últimos 7 dias

- 1 Como se prevenir do coronavírus?
- 2 Como saber se estou com coronavírus?
- 3 Como se transmite o coronavírus?
- 4 Como o coronavírus se espalha?
- 5 Como se curar do coronavírus?

Pico de Buscas Histórico: 16/03

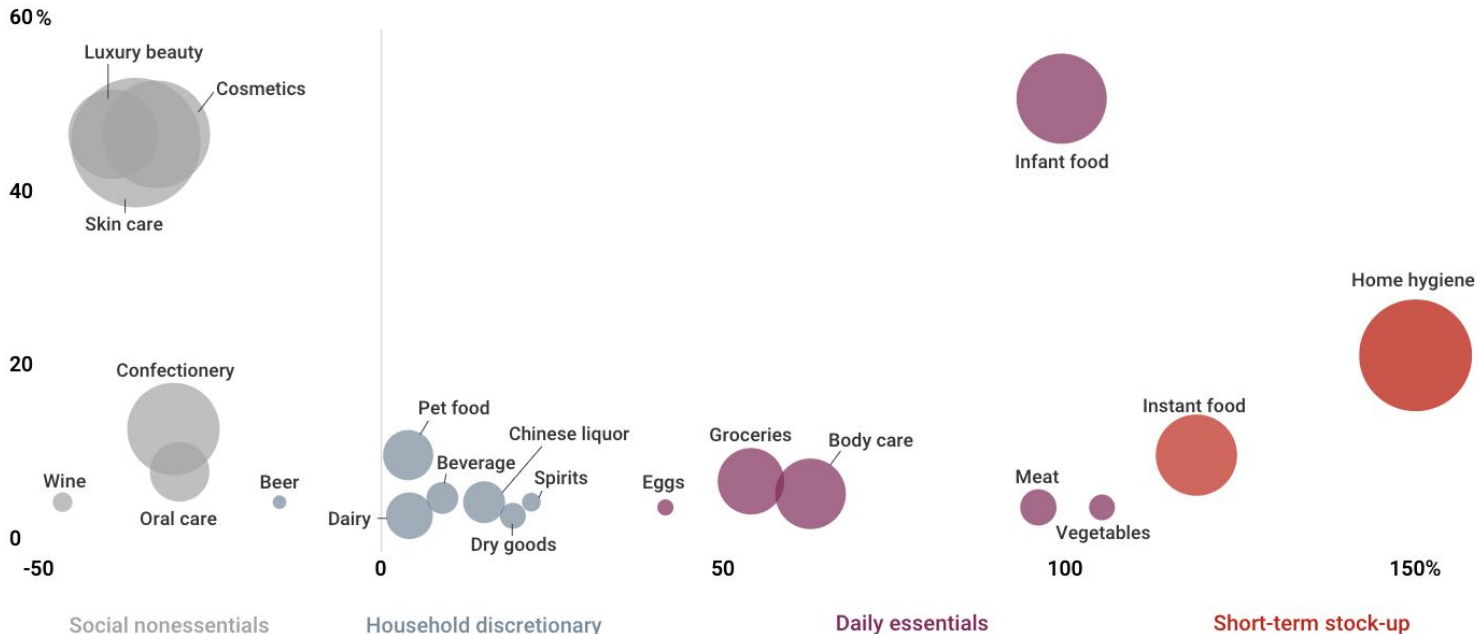


Análise de categorias



Crescimento de categorias de necessidade básica durante as duas primeiras semanas do surto

Normal online penetration (including O2O)



Year-over-year sales growth during first 13 days of 2020 Lunar New Year

Notes: Size of circles represents GMV for first 13 days of 2020 Lunar New Year. Luxury beauty includes cosmetics and skin care products (this definition is based on price segmentation instead of product type).

Tmall ecosystem includes Tmall, Tmall Int'l and 淘鲜达 (1-hour O2O delivery).

Sources: Alibaba Tmall; Bain analysis; Bain and Kantar Shopper Report

Buscas do Varejo nas demais regiões

Volume de buscas semanais por termos do Varejo

Index 100 = Semana com mais buscas por termos do varejo de cada país

País / Semana	05/Jan	12/Jan	19/Jan	26/Jan	02/Feb	09/Feb	16/Feb	23/Feb	01/Mar	08/Mar
Estados Unidos	89.9	92.1	92.0	94.5	94.8	95.1	96.1	98.9	100.0	97.5
Japão	86.9	87.7	88.2	87.8	88.1	90.9	92.0	94.4	97.1	100.0
Brasil	93.1	95.0	96.4	96.0	95.6	97.3	95.9	88.6	99.2	100.0
Reino Unido	97.9	99.5	97.9	100.0	98.6	99.5	100.0	99.8	99.6	98.6
Alemanha	90.9	92.0	91.6	92.3	92.2	94.6	93.7	97.5	98.3	100.0
França	94.7	94.6	93.5	95.5	94.1	95.3	95.3	98.4	100.0	97.5
Itália	88.3	91.3	92.1	93.8	94.1	93.3	94.6	97.4	100.0	95.9
Espanha	85.3	90.3	93.1	91.5	91.5	93.0	94.5	97.1	100.0	93.1
Canadá	92.2	94.0	93.0	94.8	95.3	94.7	94.7	98.7	100.0	99.8
Austrália	90.7	92.3	91.9	91.2	92.4	94.5	96.1	100.0	99.6	98.9
Taiwan	91.7	89.5	81.9	87.0	95.2	100.0	97.2	99.0	97.1	98.9
Coréia do Sul	94.8	93.1	86.6	93.3	94.6	97.6	96.3	99.7	100.0	99.9
Cingapura	96.1	97.4	90.1	91.4	99.9	99.8	98.9	99.7	99.6	100.0

No Brasil, as buscas por termos do varejo teve seu pico do ano na semana passada por conta da semana do consumidor

Taiwan, Coréia do Sul e Cingapura tiveram menos buscas na semana em que a epidemia começou a se espalhar pelo mundo

Países mais afetados pelo coronavírus como França, Itália e Espanha tiveram uma queda nas buscas na última semana em comparação à anterior

* 30 categorias do varejo consideradas: Alimentos & Bebidas, Ar & Ventilação, Áudio, Automotivo, Bebês, Beleza & Saúde, Brinquedos, Cama, Mesa & Banho, Foto & Vídeo, Decoração, Eletrodomésticos, Eletroportáteis, TVs, Esporte, Ferramentas e Construção, Games, Industrial, Informática, Limpeza, Livros, Malas & Mochilas, Roupas, Calçados, Móveis, Instrumentos, Musicais, Papelaria, Perfumaria, Pets, Relógios, Smartphones, Utilidades Domésticas

Fonte: Dados Internos Google

Categorias do Varejo utilizadas

ALIM - Alimentos & Bebidas

ARVE - Ar & Ventilação

AUDI - Áudio

AUTO - Automotivo

BEBE - Bebês

BELE - Beleza & Saúde

BRIN - Brinquedos

CAMA - Cama, Mesa & Banho

CINE - Foto & Vídeo

DECO - Decoração

ELDO - Eletrodomésticos

ELPO - Eletroportáteis

ELTE - TVs

ESPO - Esporte

FERR - Ferramentas e Construção

GAME - Games

INDU - Industrial

INFO - Informática

LIMP - Limpeza

LIVR - Livros

MALA - Malas & Mochilas

MODA - Roupas, Calçados

MOVE - Móveis

MUSI - Instrumentos Musicais

PAPE - Papelaria

PERF - Perfumaria

PETS - Pets

RELO - Relógios

TELE - Smartphones

UTLD - Utilidades Domésticas

Movimentos internacionais do Varejo multicategoria

OLHAR PARA FORA É OLHAR PARA O FUTURO

- as tendências de comportamento nos países em que a pandemia já avançou a estágios mais críticos permite vislumbrar possíveis cenários que o varejo pode ter no Brasil

TENDÊNCIA #1: PREOCUPAÇÃO COM A PREVENÇÃO

- as categorias que crescem antes que as demais são as relacionadas a produtos como máscaras e álcool gel (PERF e LIMP nos gráficos)

TENDÊNCIA #2: BUSCAR PELA NECESSIDADE IMEDIATA

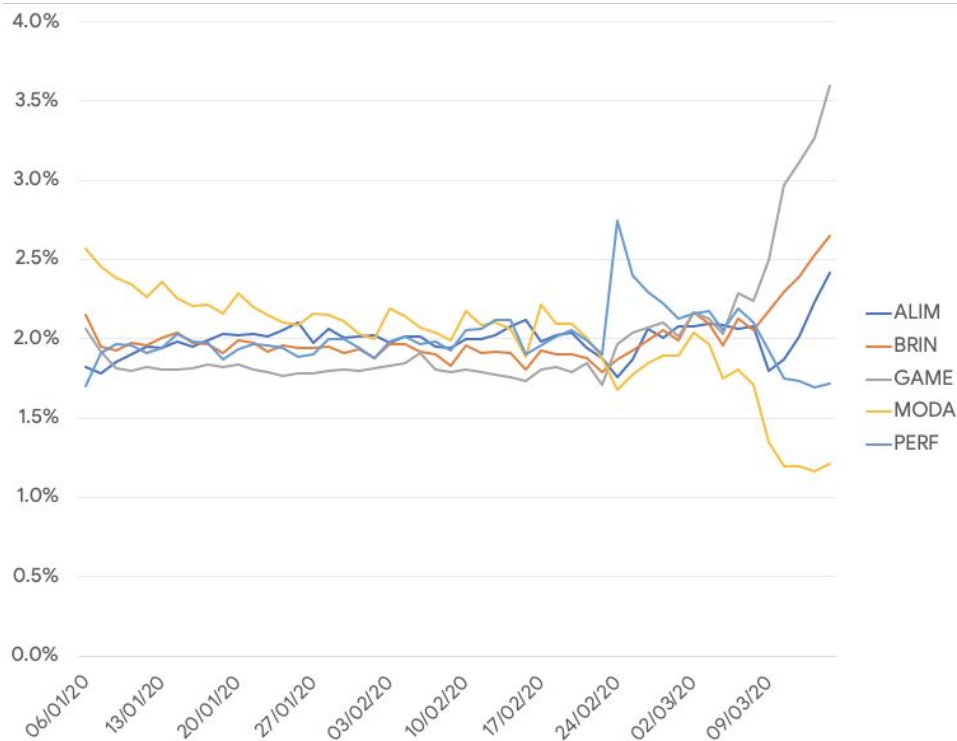
- categorias que não de primeira necessidade como MODA e MÓVEIS tem queda acentuada nas buscas

TENDÊNCIA #3: A VIDA EM QUARENTENA

- buscas por entretenimento, alimentação e higiene pessoal ganham relevância na hora de conviver com o isolamento forçado

Movimentos internacionais do Varejo multicategoria

Distribuição das buscas diárias
Top 5 Categorias Varejo em Volume



Varição Semana 09/Mar vs Jan'20



Top 5 Categorias

GAME	+68%
BRIN	+22%
ALIM	+5%
PERF	-9%
MODA	-46%

Maiores Variações

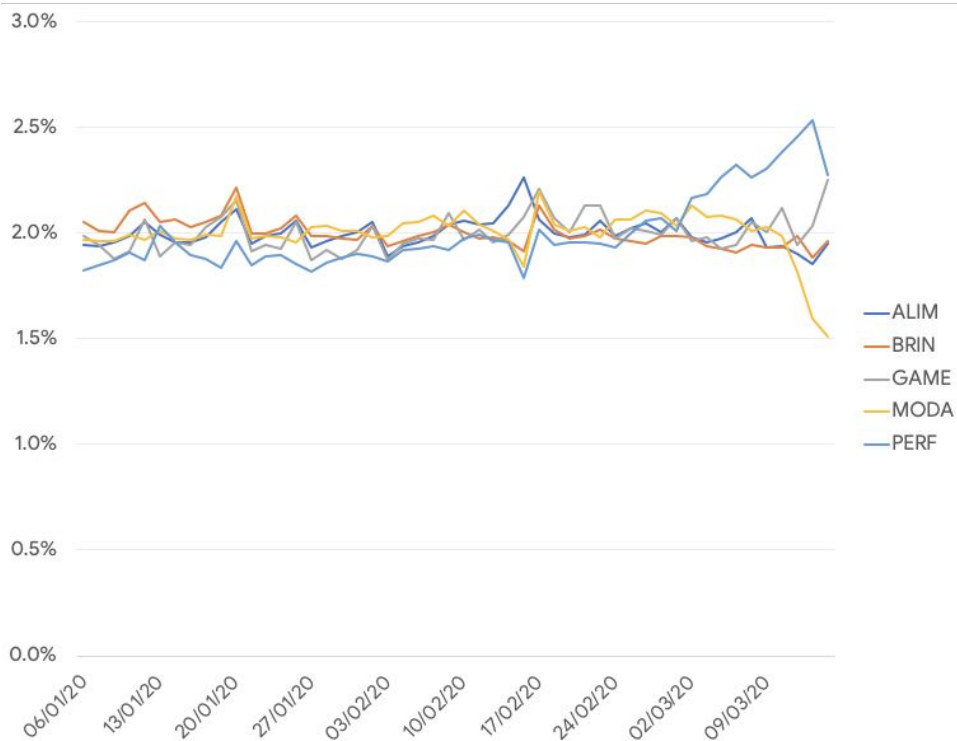
LIMP	+101%
PETS	+54%
INFO	+44%
MOVE	-45%
MALA	-48%

As buscas por entretenimento, higiene e limpeza são as que mais se elevaram na última semana

Categorias como moda, móveis e artigos para viagem foram as que mais caíram

Movimentos internacionais do Varejo multicategoria

Distribuição das buscas diárias
Top 5 Categorias Varejo em Volume



Varição Semana 09/Mar vs Jan'20



Top 5 Categorias

PERF	+26%
GAME	+5%
ALIM	-4%
BRIN	-6%
MODA	-10%

Maiores Variações

LIMP	+154%
MOVE	-13%
MALA	-19%

As buscas por perfumaria e limpeza são puxadas principalmente pelas buscas por álcool em gel nos Estados Unidos

Ainda que em menor proporção do que a Itália, Moda, Móveis e Artigos de viagem em queda nos últimos dias

Movimentos internacionais do Varejo multicategoria

Distribuição das buscas diárias
Top 5 Categorias Varejo em Volume



Varição Semana 09/Mar vs Jan'20



Top 5 Categorias

ALIM	+24%
GAME	+3%
PERF	+2%
BRIN	-6%
MODA	-13%

Maiores Variações

LIMP	+103%
MALA	-12%
MOVE	-19%

A maior economia da Europa mostra um comportamento semelhante ao dos EUA, com grande aumento nas buscas por produtos de limpeza e o início da desaceleração de Vestuário e móveis

Movimentos internacionais do Varejo multicategoria

Distribuição das buscas diárias
Top 5 Categorias Varejo em Volume



Varição Semana 09/Mar vs Jan'20



Top 5 Categorias

PERF	+10%
GAME	-1%
ALIM	-12%
BRIN	-17%
MODA	-43%

Maiores Variações

LIMP	+62%
ESPO	-11%
MOVE	-32%
MALA	-46%

A Espanha encontra-se em um momento crítico com explosão de casos e foi o país com maior queda no volume de buscas (-20% na última semana vs Jan'20 para todas categorias)

Movimentos internacionais do Varejo multicategoria

Distribuição das buscas diárias
Top 5 Categorias Varejo em Volume



Varição Semana 09/Mar vs Jan'20



Top 5 Categorias

PERF	+31%
GAME	0%
ALIM	-5%
BRIN	-6%
MODA	-12%

Maiores Variações

LIMP	+54%
MALA	-19%
MOVE	-21%

Já o Reino Unido, que conta com a política pública menos rígida sobre o COVID, apresenta quedas semelhantes à Alemanha

Movimentos internacionais do Varejo multicategoria

Distribuição das buscas diárias
Top 5 Categorias Varejo em Volume



Variação Semana 09/Mar vs Jan'20



Top 5 Categorias

PERF	+4%
ALIM	-1%
MODA	-3%
GAME	-14%
BRIN	-16%

Maiores Variações

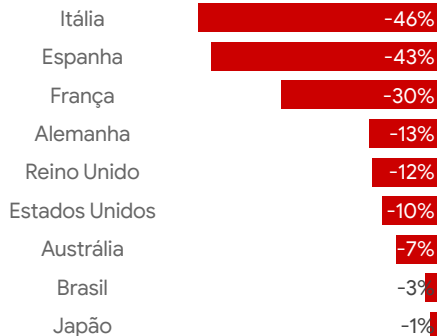
LIMP	+18%
MOVE	-10%
ESPO	-13%
MALA	-59%

Brasil ainda está alguns dias atrás na epidemia em relação a outros países o que se reflete também no perfil de buscas que cresce no interesse por álcool gel e decresce em artigos para viagem

Análise de categorias

Buscas por Moda nas demais regiões

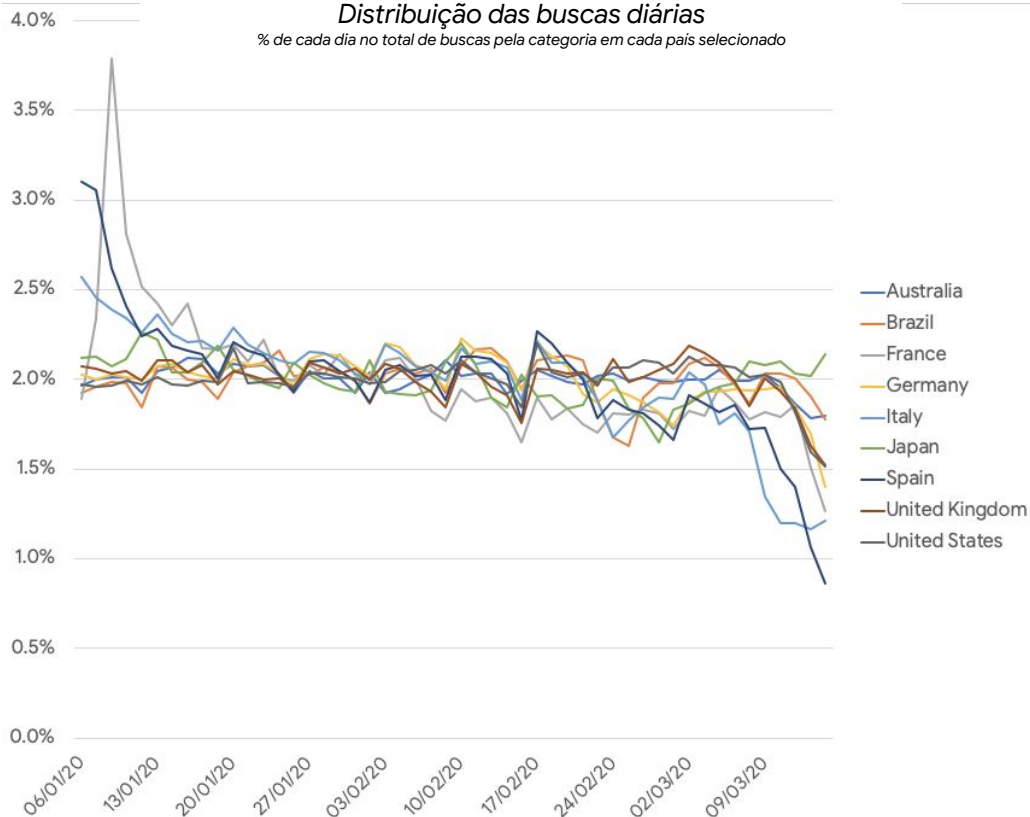
Varição Semana 09/Mar vs Jan'20



Entre as categorias mais buscadas, Moda é a categoria que têm a queda mais acentuada em relação aos patamares do início do ano

Distribuição das buscas diárias

% de cada dia no total de buscas pela categoria em cada país selecionado



Movimentos internacionais do Varejo de Moda



Lojas Fechadas

O varejo de moda apresenta um grande movimento de fechamento das lojas. Além da Nike, outras varejistas como Urban Outfitters, Lululemon, Abercrombie & Fitch e Under Armour seguem o mesmo protocolo.



Cuidado redobrado

Para as lojas que permanecem abertas, as medidas de limpeza e higiene foram aprimoradas, bem como o cuidado com os funcionários.



A China corresponde a **56%** da produção mundial de vestuário. Com a queda produtiva do país, os varejistas enfrentam dois desafios: **Novas rotas de fornecimento e gerenciamento dos estoques atuais**, ainda sem uma solução estabelecida.

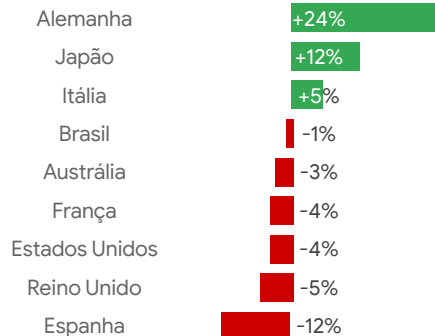
Para o varejo fashion o desabastecimento é ainda mais problemático, pois as coleções são vendidas em seasons.



Grandes marcas de moda optaram por não participar da Semana de Moda de Milão, no final de fevereiro. Desfiles de Out/Inv foram cancelados ou transmitidos remotamente.

Buscas por Alimentos nas demais regiões

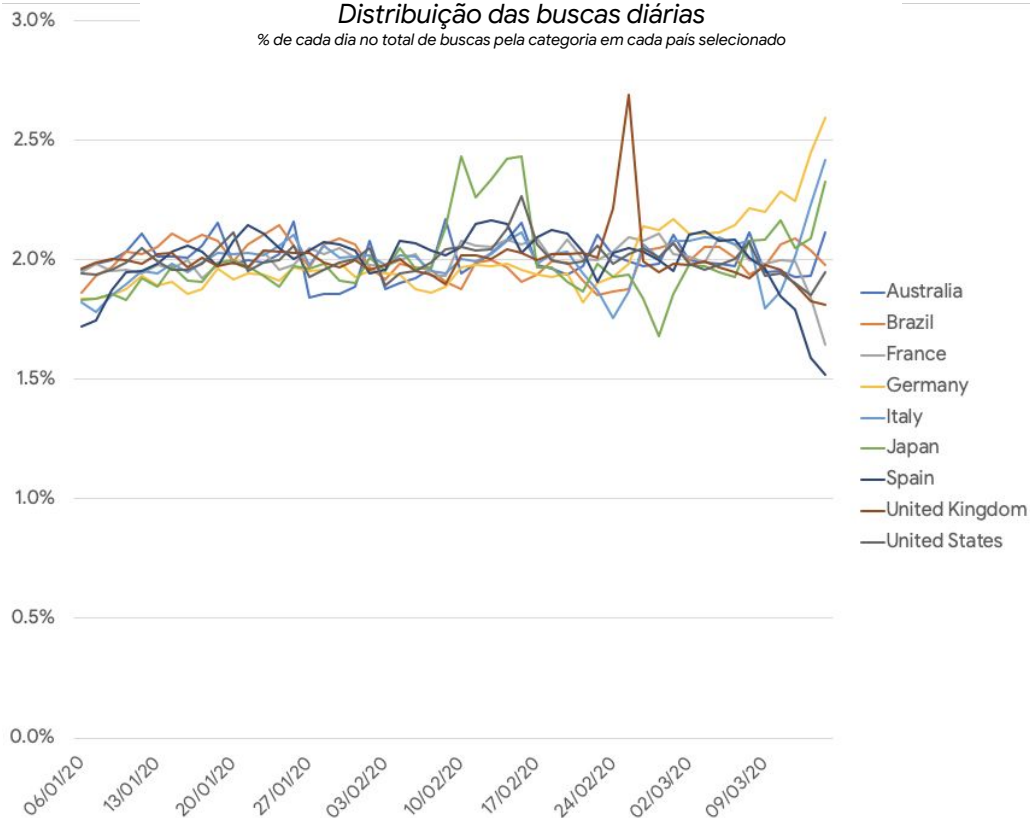
Varição Semana 09/Mar vs Jan'20



Entre as buscas por alimentos existe um grande interesse por receitas de preparo para serem feitos por conta própria

Distribuição das buscas diárias

% de cada dia no total de buscas pela categoria em cada país selecionado



Movimentos internacionais do Varejo alimentar



Itens essenciais

Consumidores preocupados em adquirir materiais de limpeza, alimentos embalados, congelados e água



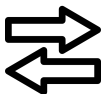
Soluções criativas para itens frescos

Em decorrência da quarentena os consumidores aumentam a demanda por vegetais e carnes para cozinhar em casa



Priorização das entregas em casa

Para atender a comunidade em quarentena e lidar com escassez de motoristas, a capacidade de entrega foi direcionada para entregas a domicilio e as ofertas baseadas na disponibilidade de produtos



Evitar a escassez

Recomendação para que os varejistas comprem ingredientes de restaurantes fechados



Limpeza

Uso do tempo extra para limpeza do chão, prateleiras e carrinhos



Quantidades limitadas

Limites de quantidades em produtos com mais alta demanda, para haver disponibilidade para mais consumidores

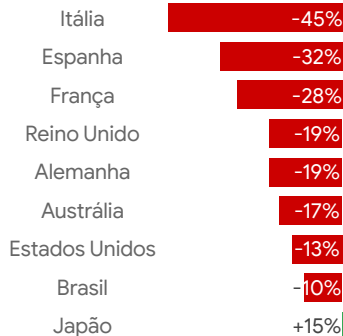


Ofertas especiais

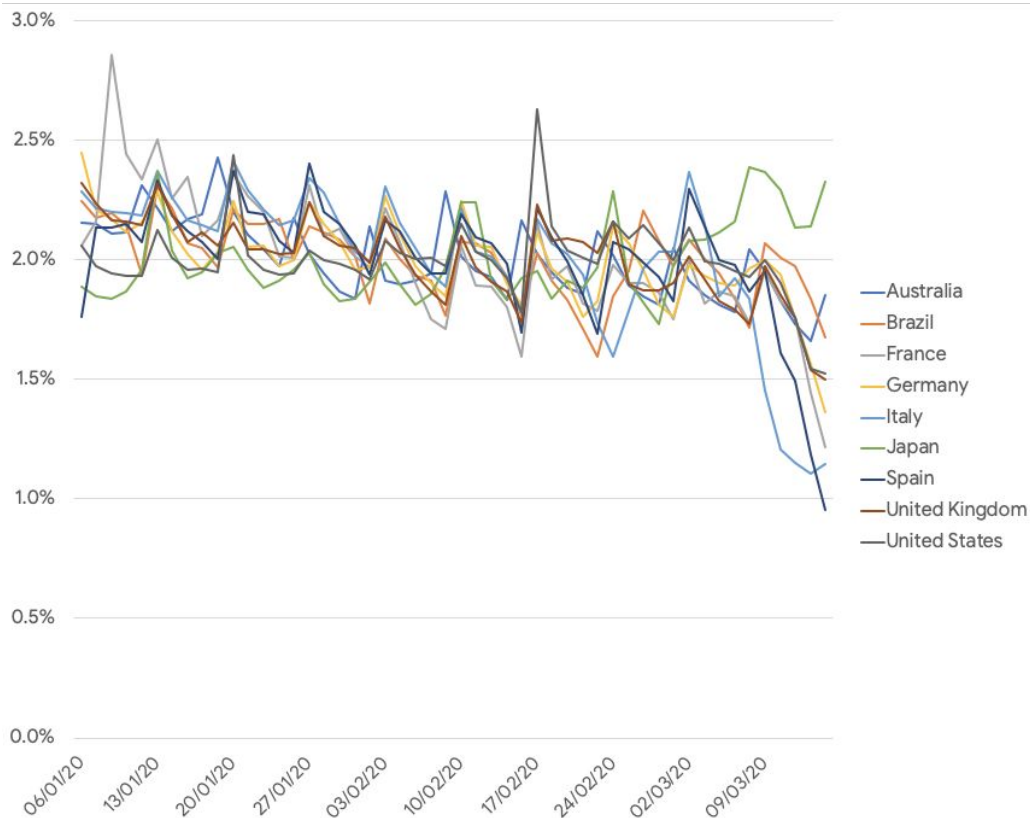
Ofertas para clientes dispostos a postergar a compra

Buscas por Móveis nas demais regiões

Varição Semana 09/Mar vs Jan'20



Móveis é uma categoria que ainda tem um comportamento muito offline e por não ser um artigo de primeira necessidade, teve quedas acentuadas nos países que enfrentam a pandemia

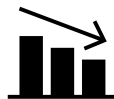


Movimentos internacionais do Varejo de Móveis



Lojas Físicas Fechadas

Fechamento temporário de todas as lojas na China e de duas na Itália.



Impacto na Receita

Prevê o menor crescimento de vendas desde a abertura de capital.



Procedimento Falência

Varejista Britânica com 150 lojas e 2.700 funcionários, abre procedimento de falência após impacto do Coronavírus nas vendas.



Aumento presença online

Piloto de venda 3P no site T-Mall para expandir acesso ao mercado chinês.



Dependência cadeia

Apesar de não atribuir essa queda ao Corona, 50% da produção vem da China.

Movimentos internacionais do Varejo de Móveis



Varejistas locais tentam passar mensagem de segurança para diminuir impacto nas visitas em lojas



The Cleveland Furniture Company

Yesterday at 5:15 AM · 🌐

An URGENT MESSAGE from The Cleveland Furniture Company.

We are reaching out to you, our valued customers, as the Coronavirus (COVID-19) is increasingly impacting our communities. Please know that the safety of our customers, our employees and their families is our first priority and at the heart of every decision we make.

At this point in time, our stores will remain open as we closely follow the guidelines of the Centers of Disease Control (CDC), The World Health Organization (WHO), and our state and local governments.

We are implementing the recommended cleaning procedures at all of our locations. We are cleaning all common areas, counters, door handles and registers to provide you with a safe environment. The health and safety of our customers is of the highest importance to us. We will continue to monitor the situation and guidance from the CDC as well and state and local governments and keep you informed of any changes.

It is at times like these that we are especially grateful for our family of customers, associates and the City of Cleveland. We want you to know how much we appreciate you.

Stay Safe and Healthy,

The Furniture Brothers

THE CLEVELAND FURNITURE CO.



FACTORY OUTLET



**FACTORY OUTLET
AND APPLIANCES**



John V. Schultz Furniture & Mattress

March 13 at 12:56 PM · 🌐

A message on COVID-19 from our company President and CEO, Matt & John Schultz:

To our valued customers,

Here at John V. Schultz, we know that our community has a lot of questions and concerns with respect to the COVID-19 coronavirus and we are reaching out today to share with you what we are doing to help keep you and our employees healthy, safe and comfortable as you shop with us.

Communication and Guidance

We are frequently monitoring the U.S. Centers for Disease Control and a variety of other federal authorities for science-based information and updates on COVID-19. Rest assured we have implemented all guidance and recommendations and will continue to do so.

Our Delivery Teams & Service Technicians

We are increasing how often we clean and sanitize our facilities and trucks, basing our preventive measures on recommendations from the CDC. Our delivery teams and service technicians will now:

- Wear disposable booties over their shoes for each in-home visit
- Wear rubber gloves on all in-home visits
- Disinfect trucks and vans at a minimum of twice daily

Our Showroom & Warehouse Distribution Center

We have always been devoted to the cleanliness of our stores, warehouses, administrative offices and delivery trucks and will continue to be so. Our warehouse facility and showrooms will take the following steps:

- Increase cleaning and sanitizing for our floor, restrooms, door knobs and all frequently used surfaces
- Practice social distancing by keeping a safe and respectful distance from shoppers

We want you to have peace of mind when choosing to shop with us. Our foremost priority is to ensure you have a safe, healthy and enjoyable shopping experience while maintaining a safe workplace for our team members. Thank you for shopping with us.

Sincerely,

Matt & John Schultz
President & CEO, John V. Schultz Furniture



Klingman's Furniture

March 13 at 9:11 AM · 🌐

To our dear customers - In these uncertain times, we want you to know that we here at Klingman's Furniture and Design are doing everything we can to ensure that our showrooms are safe and clean for your visit. We are monitoring the CDC alerts and taking any additional measures necessary.

At this time we plan to continue offering you the very best in service and products by maintaining our normal business hours. To decrease the risk of exposure, we have canceled all market travel plans and are asking ill employees to stay home. We also would like you to know that most of our furniture is available to view on our website and by using our online chat feature, we can discuss your project from the comfort of your home.

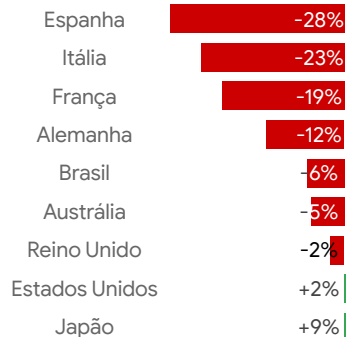
It is important to us that we stick together as a community in challenging times like these. Please do your part by washing your hands, staying home if you're ill and remaining calm. It is unsettling to have both our health and livelihood threatened at the same time so we ask that if you are feeling well, please swing by your local small businesses and show them some love. We will get through this together!

www.Klingmans.com



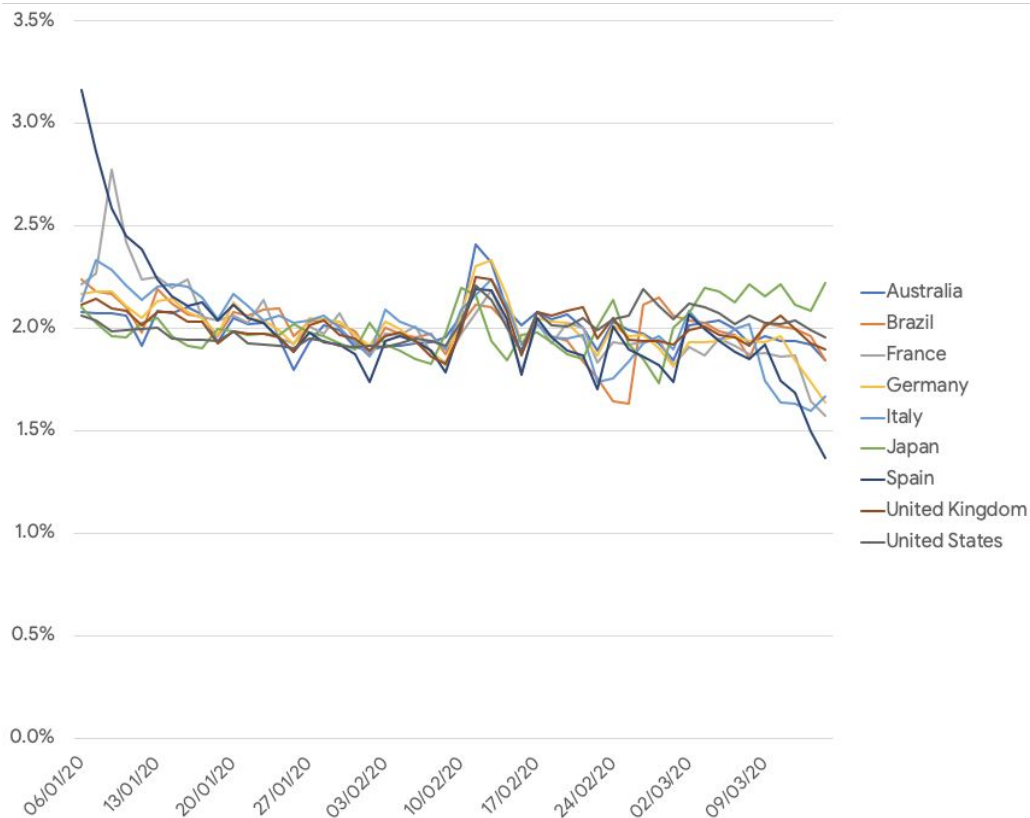
Buscas por Smartphones nas demais regiões

Varição Semana 09/Mar vs Jan'20



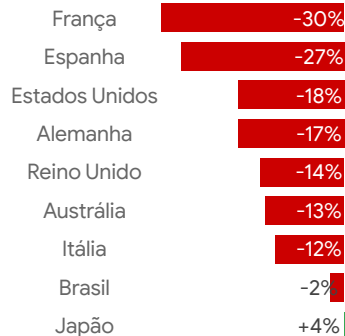
Categoria sofreu quedas maiores que 10% na última semana em países mais afetados da Europa

Brasil aponta queda por conta da alta base de referência de liquidações de começo de ano

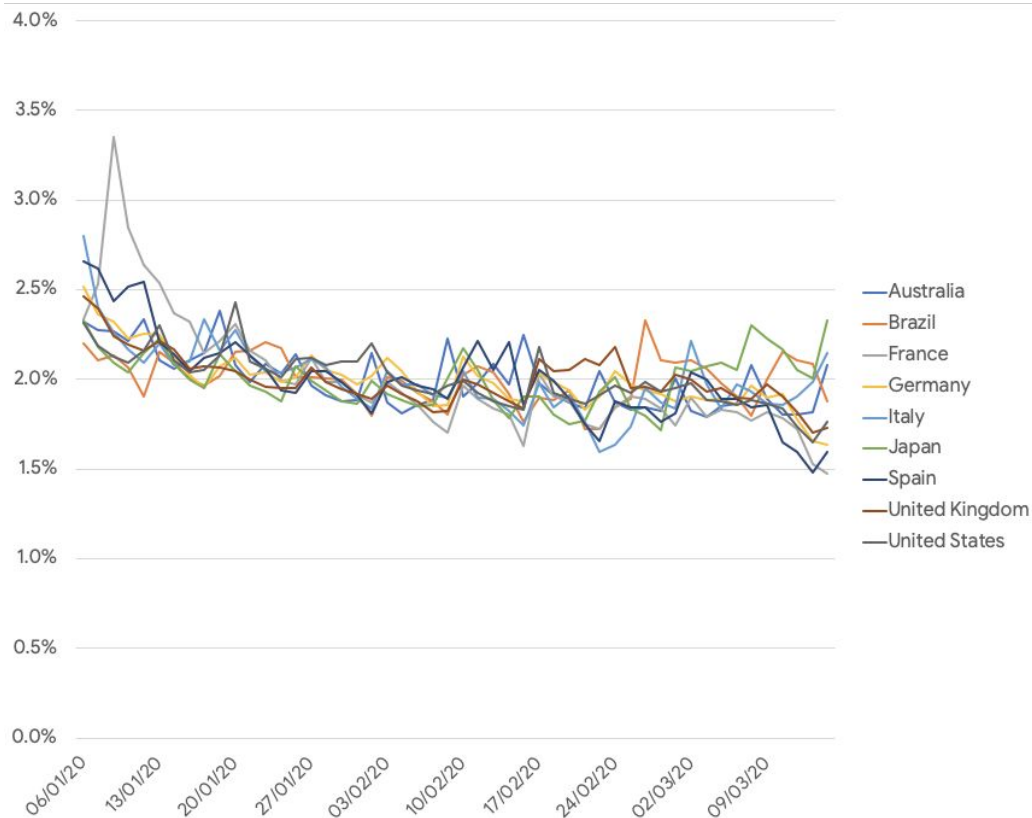


Buscas por Televisores nas demais regiões

Varição Semana 09/Mar vs Jan'20

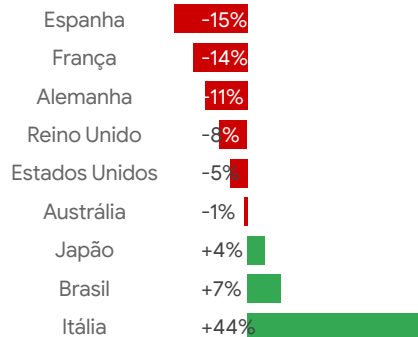


Categoria tem base de referência elevada para todos países e apresenta um comportamento mais recente de queda, principalmente nos países da Europa

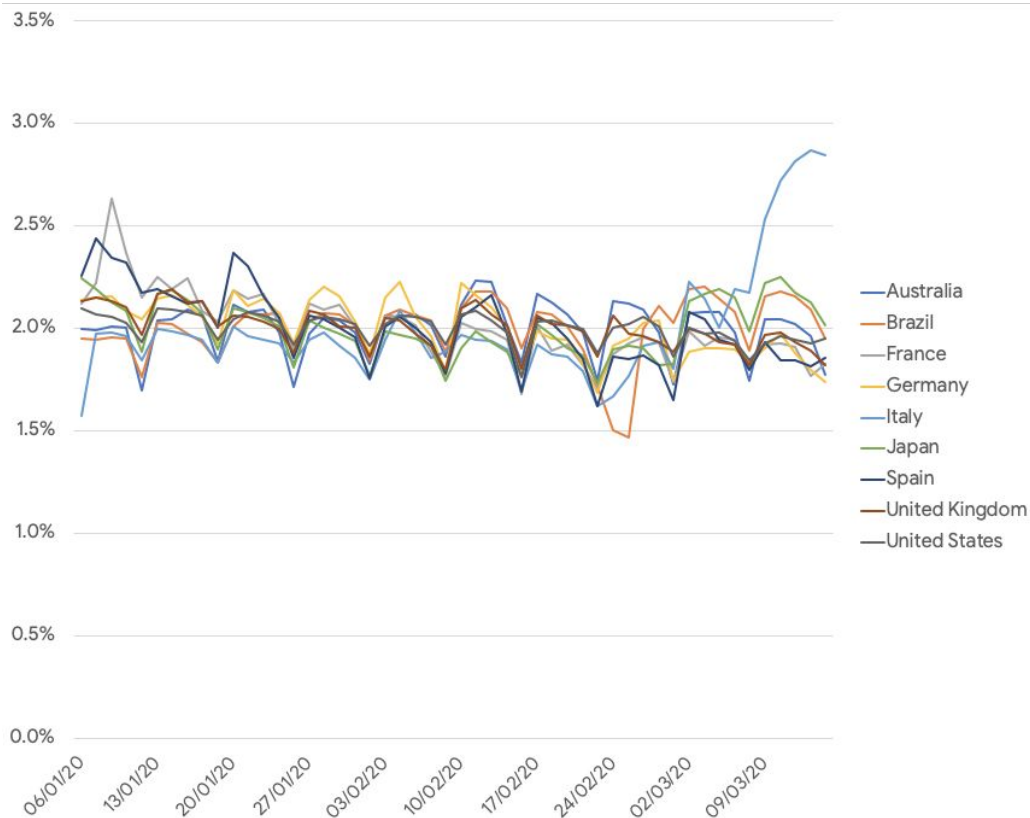


Buscas por Informática nas demais regiões

Varição Semana 09/Mar vs Jan'20

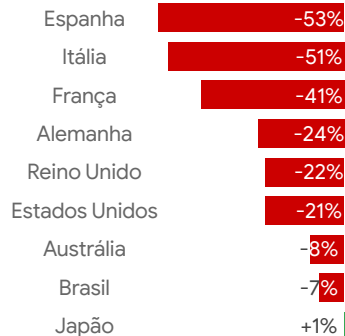


Categoria cresce fortemente na Itália por conta de buscas por produtos como notebooks e webcams

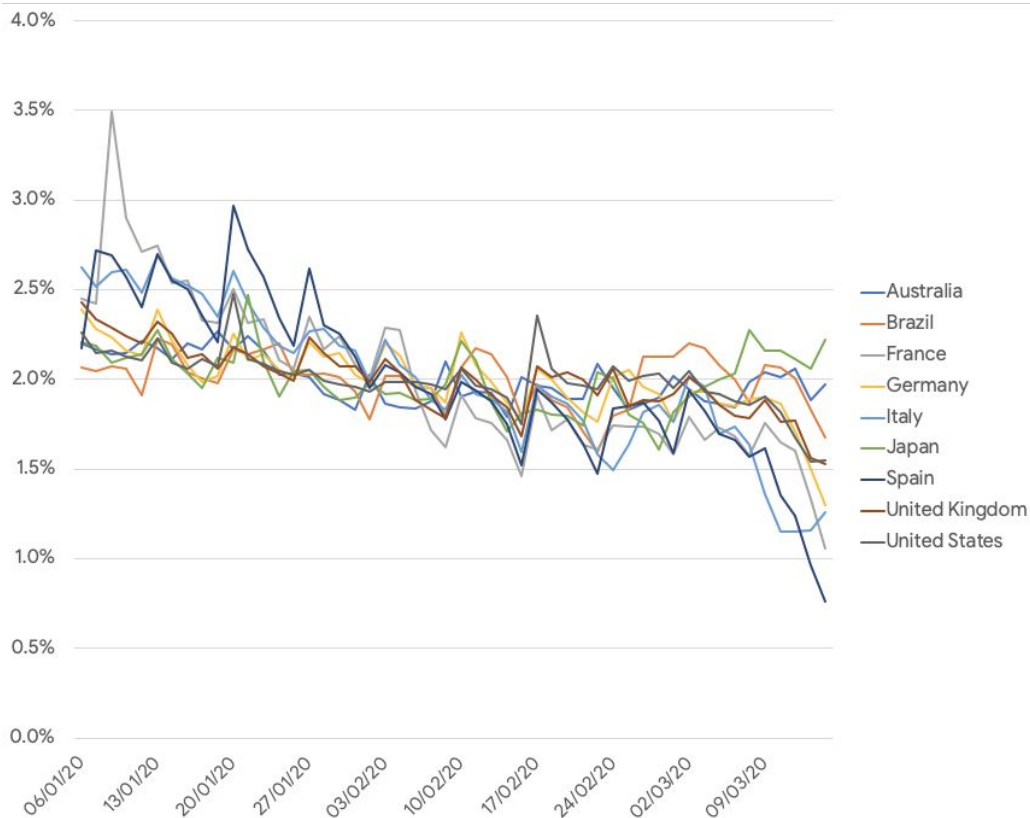


Buscas por CAMEBA nas demais regiões

Varição Semana 09/Mar vs Jan'20

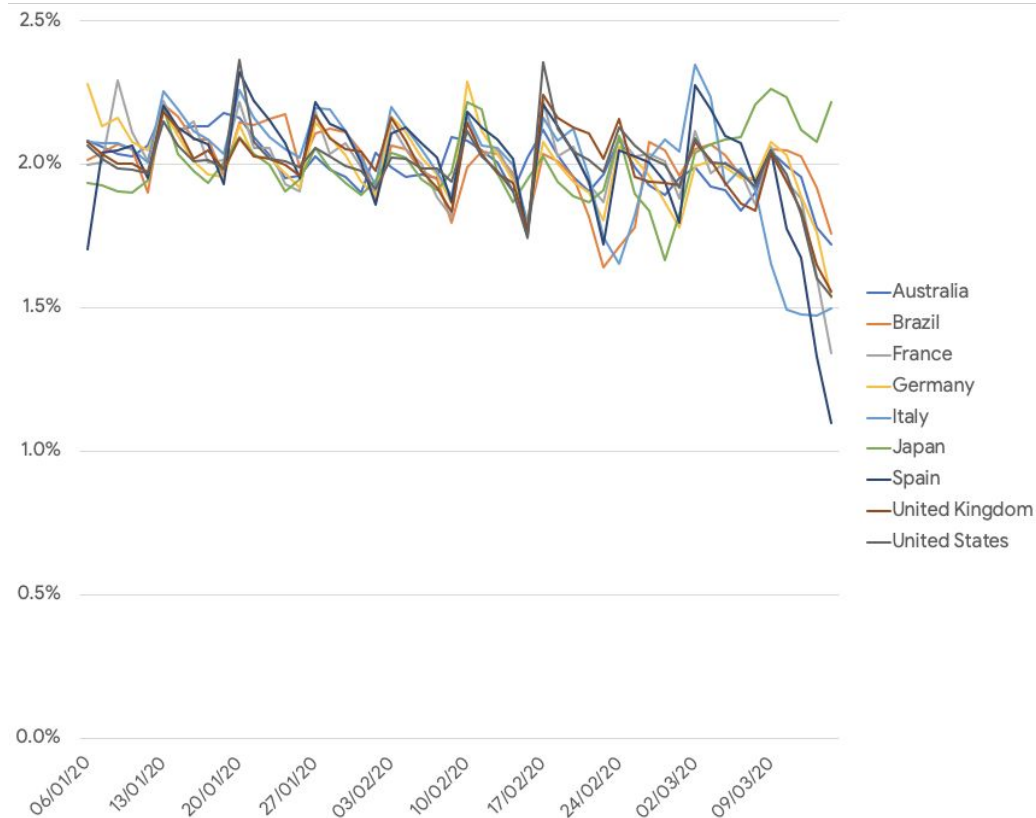
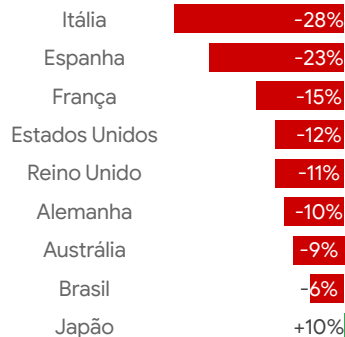


Apesar da alta base de comparação no início do ano para alguns países, categoria como um todo acompanha forte tendência de queda em buscas de outras categorias



Buscas por Decoração nas demais regiões

Varição Semana 09/Mar vs Jan'20



Decoração teve queda nas buscas da última semana, principalmente nos países mais afetados da Europa



Buscas de varejo no Brasil

Até o dia 13/03, as buscas pelas principais categorias do varejo não tiveram uma grande variação

Crescimento das Buscas - Categorias do Varejo

Comparando a média das semanas entre 11/01 e 31/01 com o volume de buscas entre 07/03 até 13/03

+5%

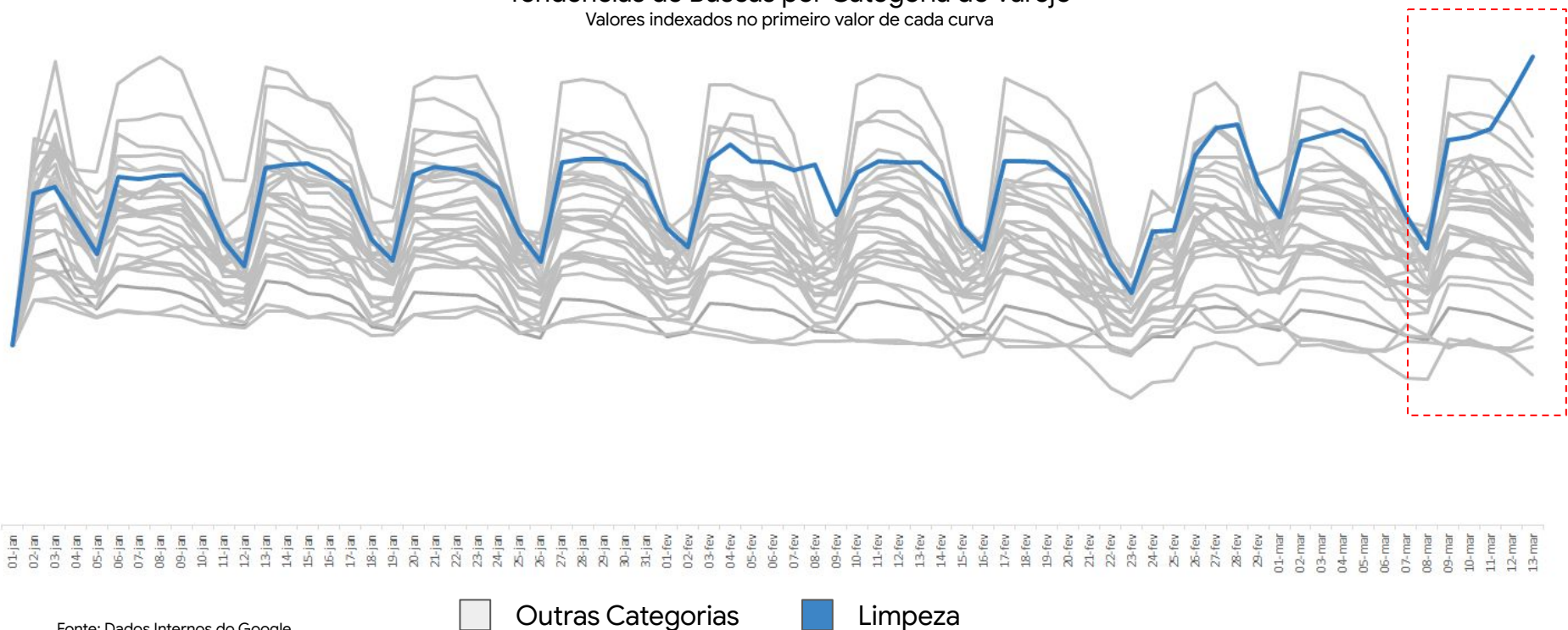
Crescimento das Buscas por Estado - Categorias do Varejo

Comparando a média das semanas entre 11/01 e 31/01 com o volume de buscas entre 07/03 até 13/07

Estado	Delta	Estado	Delta
Tocantins	17.5%	Ceará	6.9%
Rondônia	13.9%	Goiás	6.9%
Maranhão	12.6%	Rio Grande do Norte	6.1%
Amazonas	12.2%	Espírito Santo	5.6%
Pará	10.3%	Mato Grosso do Sul	5.6%
Bahia	10.2%	Paraná	5.3%
Distrito Federal	10.2%	Minas Gerais	5.2%
Paraíba	8.5%	Rio Grande do Sul	4.8%
Piauí	7.2%	Alagoas	4.3%
Mato Grosso	7.1%	São Paulo	2.6%
Pernambuco	7.1%	Rio de Janeiro	2.0%
Sergipe	7.0%	Santa Catarina	0.6%

Entre as Categorias do Varejo, Limpeza é a de maior destaque, com uma média de buscas 30% maior no período destacado

Tendências de Buscas por Categoria do Varejo
Valores indexados no primeiro valor de cada curva



Higiene e limpeza

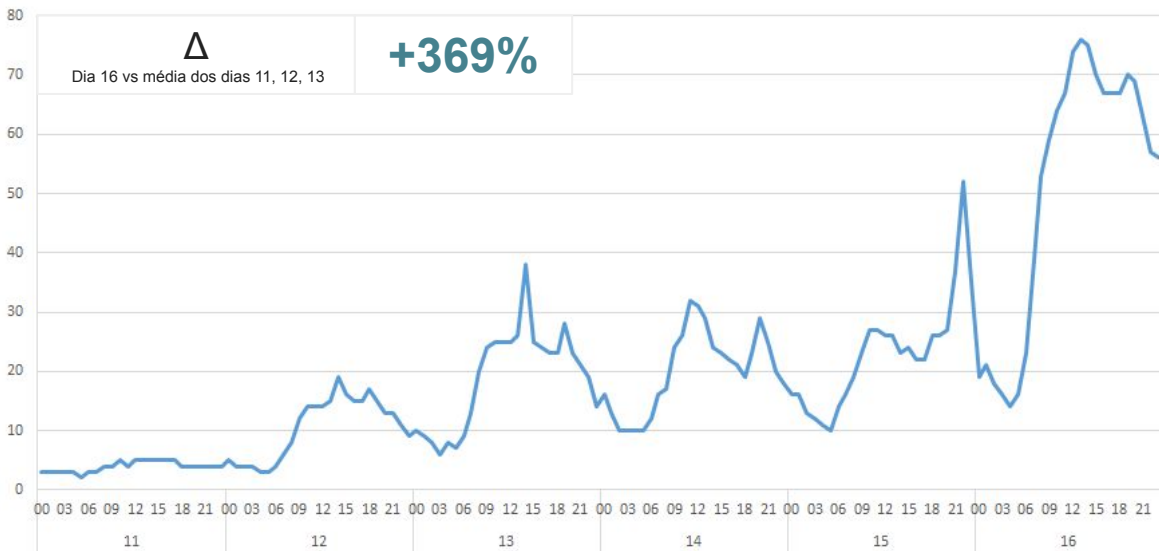
Dentro de Limpeza, produtos de higiene e o interesse por higienização em geral são o maior destaque:



Buscas Relacionadas em Crescimento

1. álcool gel ungido
2. álcool gel universal
3. universal vende álcool em gel ungido
4. álcool gel 70 comprar
5. valor álcool em gel
6. álcool gel 70 mercado livre
7. álcool em gel 70 comprar
8. onde encontrar álcool gel 70
9. álcool em gel caseiro
10. álcool 70 comprar
11. álcool em gel universal 500 reais

Buscas Indexadas - Álcool
Período: 11/03 até 16/03 (Comparando 08AM até 11PM)



Dentro de Limpeza, produtos de higiene e o interesse por higienização em geral são o maior destaque:

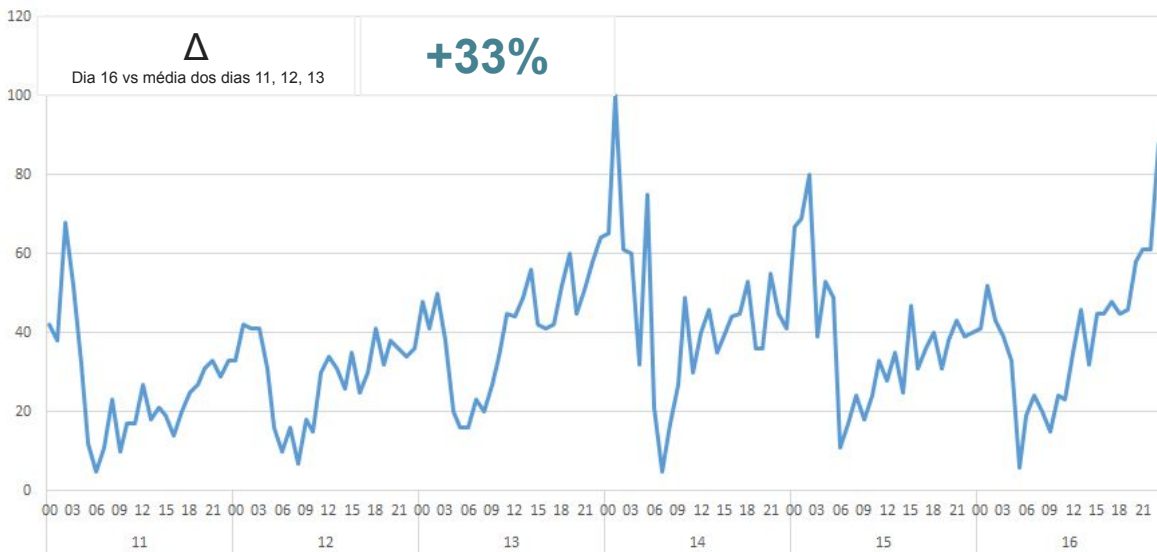


Buscas Relacionadas em Crescimento

1. piteira higienica
2. narguile
3. piteira narguile
4. piteira higienica narguile
5. piteira higiênica
6. piteira higienica hookah like

Buscas Indexadas - Piteira Higiénica

Período: 11/03 até 16/03 (Comparando 08AM até 11PM)



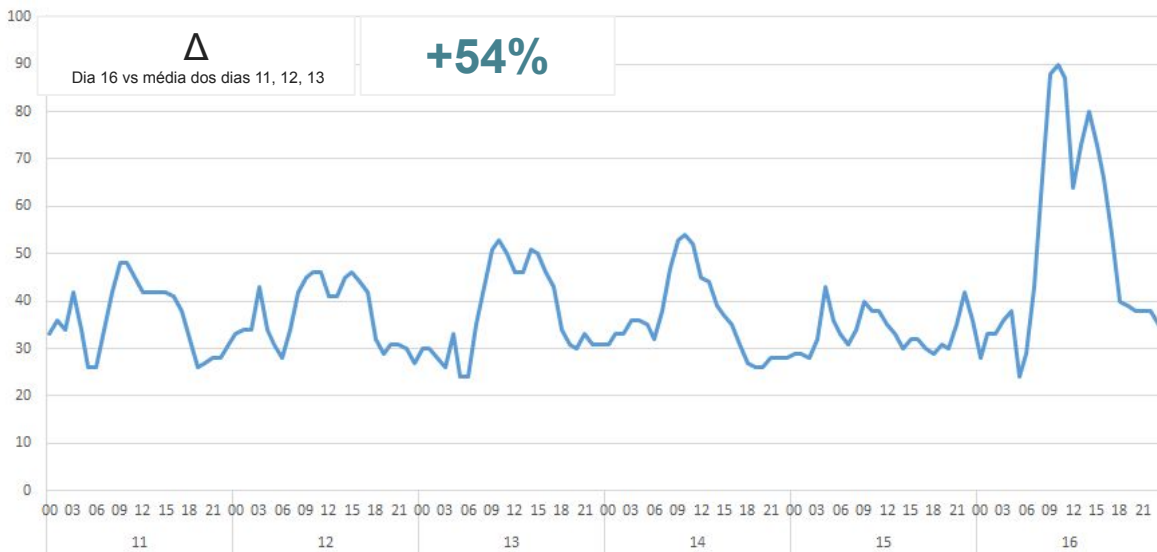
Dentro de Limpeza, produtos de higiene e o interesse por higienização em geral são o maior destaque:



Buscas Relacionadas em Crescimento

1. etanol pode ser usado para limpeza
2. álcool gel 70 limpeza
3. alcool gel de limpeza
4. como fazer álcool gel perfumado para limpeza
5. alcool em gel de limpeza
6. alcool gel limpeza
7. alcool em gel limpeza
8. álcool em gel de limpeza
9. álcool gel 5 litros
10. álcool 70 comprar
11. alcool 70
12. álcool gel para limpeza

Buscas Indexadas - Limpeza
Período: 11/03 até 16/03 (Comparando 08AM até 11PM)



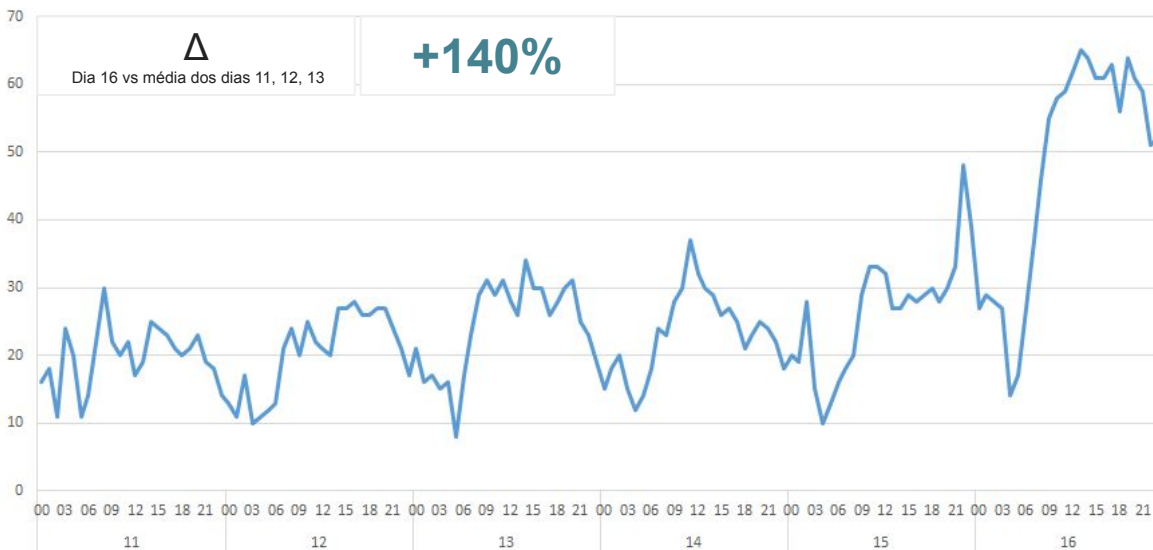
Dentro de Limpeza, produtos de higiene e o interesse por higienização em geral são o maior destaque:



Buscas Relacionadas em Crescimento

1. etanol pode ser usado para limpeza
2. álcool de posto coronavirus
3. álcool etílico 96° gl – 70%;
4. álcool de posto de gasolina para limpeza
5. álcool etílico 96 ou 70
6. para que serve o álcool 46%?
7. fórmula álcool gel 70
8. álcool 92 8 inpm desinfeta
9. porcentagem de agua no etanol combustivel
10. álcool etílico 96° gl
11. álcool de posto para limpeza

Buscas Indexadas - Etanol
Período: 11/03 até 16/03 (Comparando 08AM até 11PM)



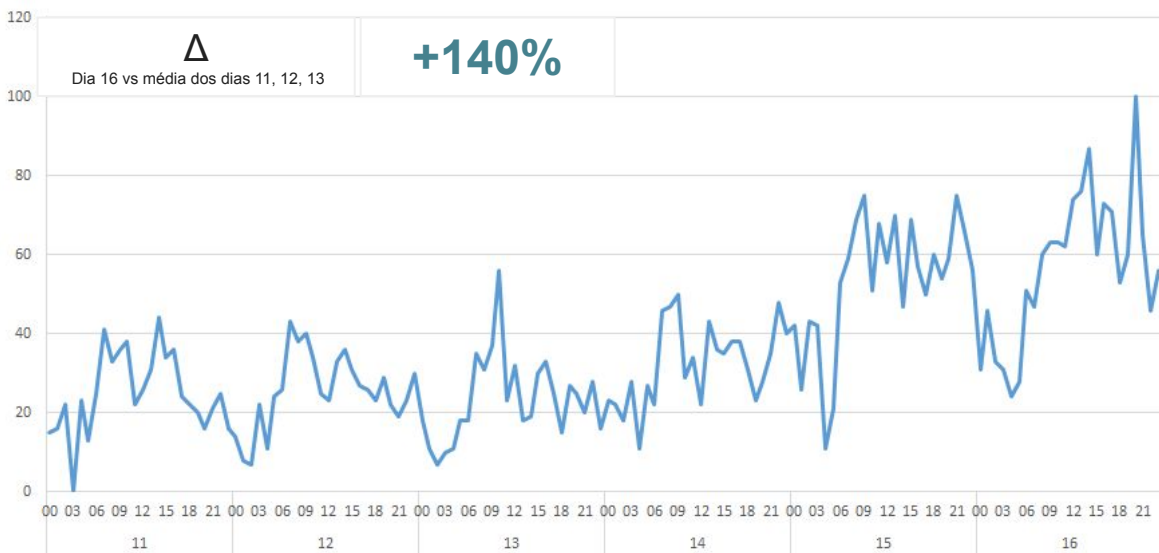
Dentro de Limpeza, produtos de higiene e o interesse por higienização em geral são o maior destaque:



Buscas Relacionadas em Crescimento

1. filtro de cafe como mascara
2. como fazer mascara de cafe
3. mascara com coador de cafe
4. mascara descartavel
5. como fazer mascara cirurgica
6. mascara de café para o rosto
7. mascara de filtro de cafe
8. mascara filtro de cafe

Buscas Indexadas - Filtro de Café
Período: 11/03 até 16/03 (Comparando 08AM até 11PM)



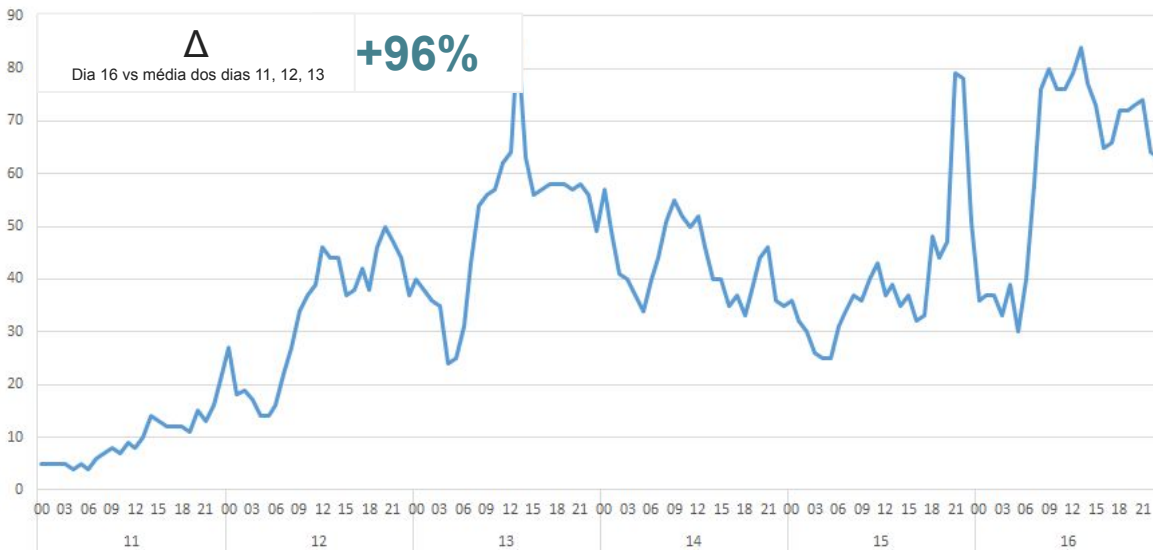
Dentro de Limpeza, produtos de higiene e o interesse por higienização em geral são o maior destaque:



Buscas Relacionadas em Crescimento

1. quanto tempo posso usar a mascara n95
2. respirador concha 3m 8801
3. quanto tempo dura uma mascara descartavel
4. como usar a mascara n95
5. quem deve usar a mascara n95
6. mascara descartavel n95
7. mascara descartavel
8. mascara descartavel farmacia
9. mascara n95 personalizada

Buscas Indexadas - Máscara N95
Período: 11/03 até 16/03 (Comparando 08AM até 11PM)



Dentro de Limpeza, produtos de higiene e o interesse por higienização em geral são o maior destaque:



Buscas Relacionadas em Crescimento

1. sabão azul e branco
2. sabao coronavirus
3. surfactante
4. lavar as maos com agua e sabao
5. lavar as maos com agua e sabao ou detergente
6. agua e sabao
7. água e sabão ou álcool gel

Buscas Indexadas - Sabão
Período: 11/03 até 16/03 (Comparando 08AM até 11PM)



Outras categorias

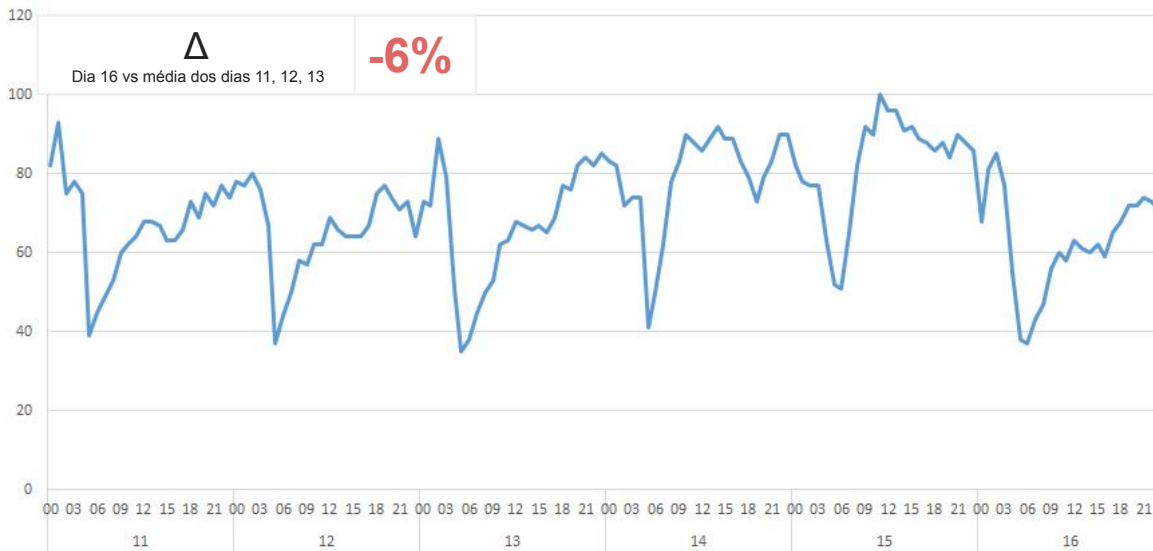
Nos últimos 7 dias, algumas das outras categorias do Varejo apresentaram variações que podem ser decorrentes do atual cenário



Buscas Relacionadas em Crescimento

1. constancio brinquedo
2. brinquedo stick como funciona
3. brinquedos recicláveis
4. brinquedos para meninas

Buscas Indexadas - Brinquedos
Período: 11/03 até 16/03 (Comparando 08AM até 11PM)



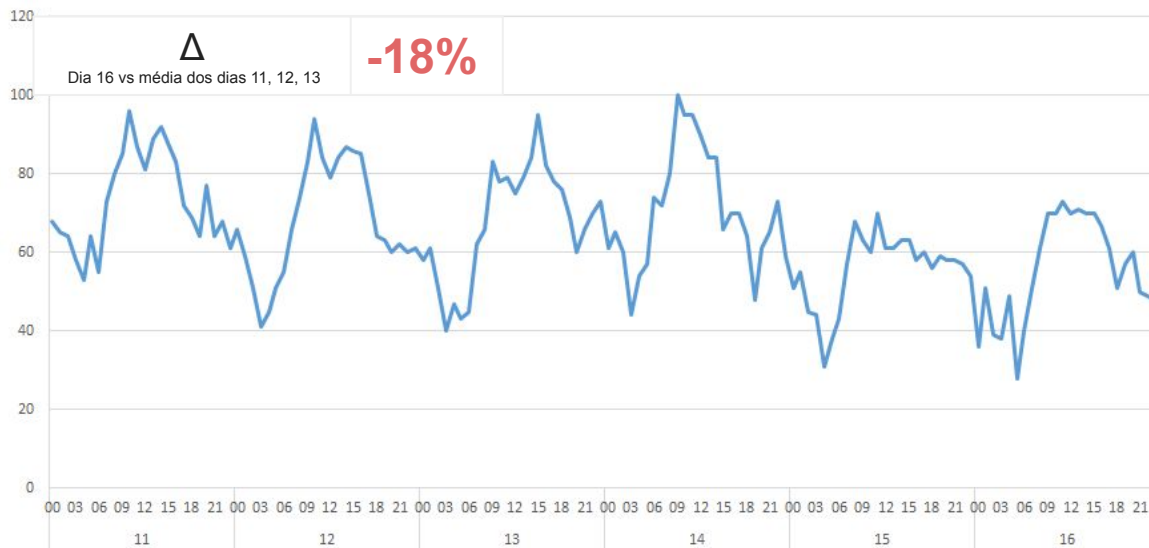
Nos últimos 7 dias, algumas das outras categorias do Varejo apresentaram variações que podem ser decorrentes do atual cenário



Buscas Relacionadas em Crescimento

1. calçado do mergulhador

Buscas Indexadas - Calçados
Período: 11/03 até 16/03 (Comparando 08AM até 11PM)



Nos últimos 7 dias, algumas das outras categorias do Varejo apresentaram variações que podem ser decorrentes do atual cenário



Buscas Relacionadas em Crescimento

1. fone de ouvido jbl t110 in ear pure bass preto
2. galaxy buds
3. headset sem fio
4. fone de ouvido akg
5. headset sony

Buscas Indexadas - Headphones

Período: 11/03 até 16/03 (Comparando 08AM até 11PM)



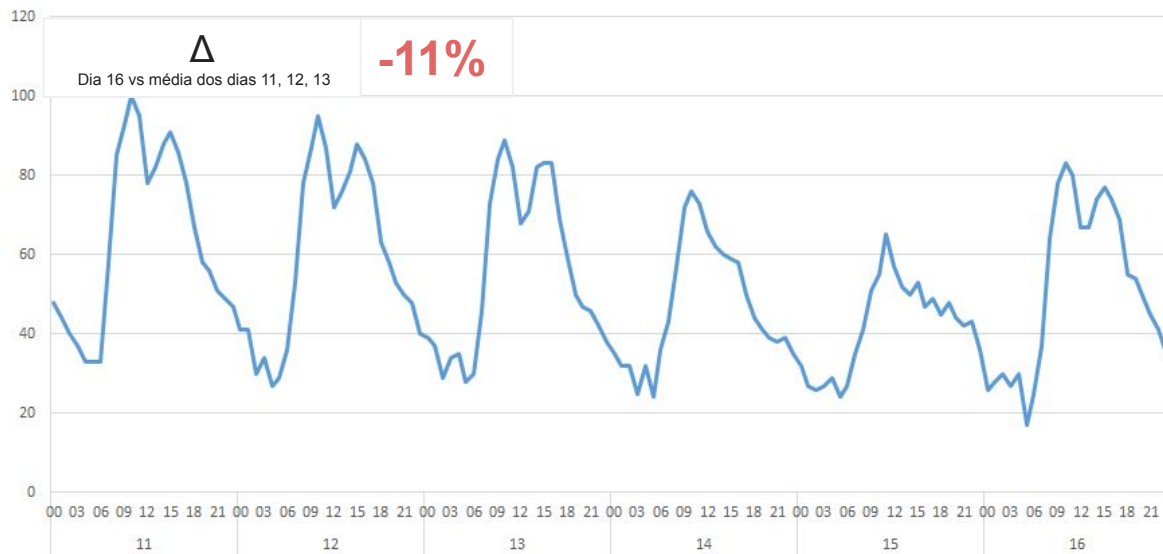
Nos últimos 7 dias, algumas das outras categorias do Varejo apresentaram variações que podem ser decorrentes do atual cenário



Buscas Relacionadas em Crescimento

1. impressora canon g3110
2. compartilhar impressora
3. impressora não fiscal
4. impressora kyocera

Buscas Indexadas - Impressoras
Período: 11/03 até 16/03 (Comparando 08AM até 11PM)



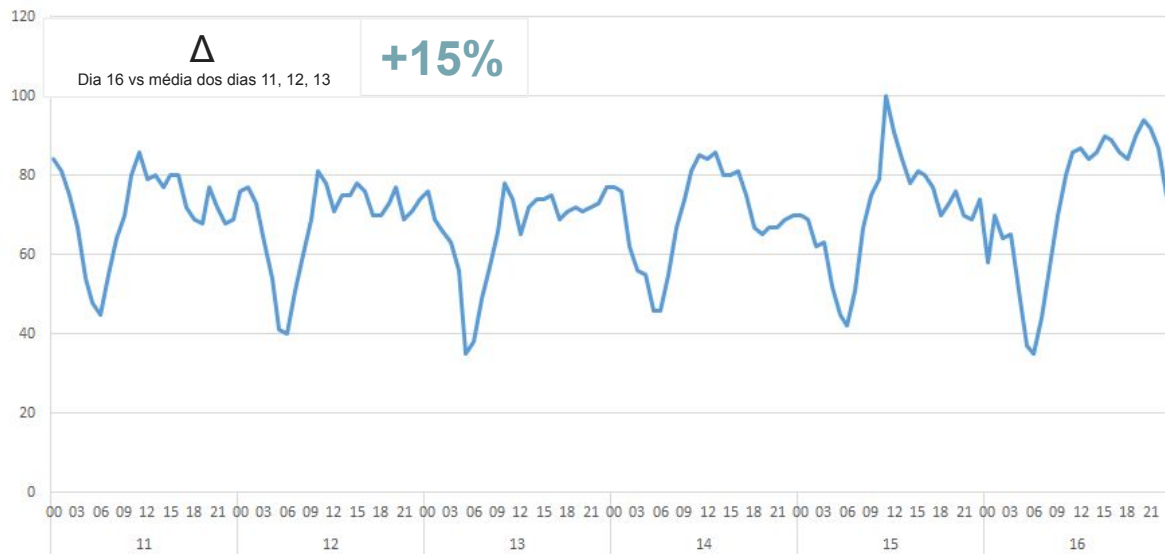
Nos últimos 7 dias, algumas das outras categorias do Varejo apresentaram variações que podem ser decorrentes do atual cenário



Buscas Relacionadas em Crescimento

1. locação de notebook
2. aluguel de notebook
3. notebook custo beneficio 2020
4. notebook hp i7
5. chromebook

Buscas Indexadas - Laptops
Período: 11/03 até 16/03 (Comparando 08AM até 11PM)



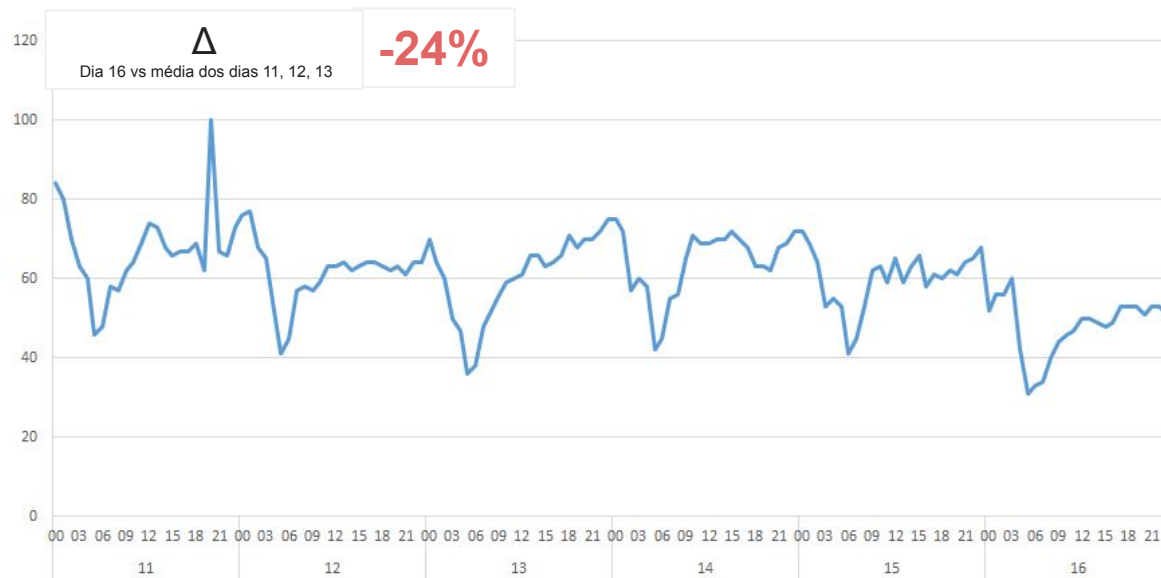
Nos últimos 7 dias, algumas das outras categorias do Varejo apresentaram variações que podem ser decorrentes do atual cenário



Buscas Relacionadas em Crescimento

1. perfume giovanna baby
2. perfume light blue
3. sauvage parfum
4. joop perfume
5. perfume miss dior

Buscas Indexadas - Perfumes
Período: 11/03 até 16/03 (Comparando 08AM até 11PM)



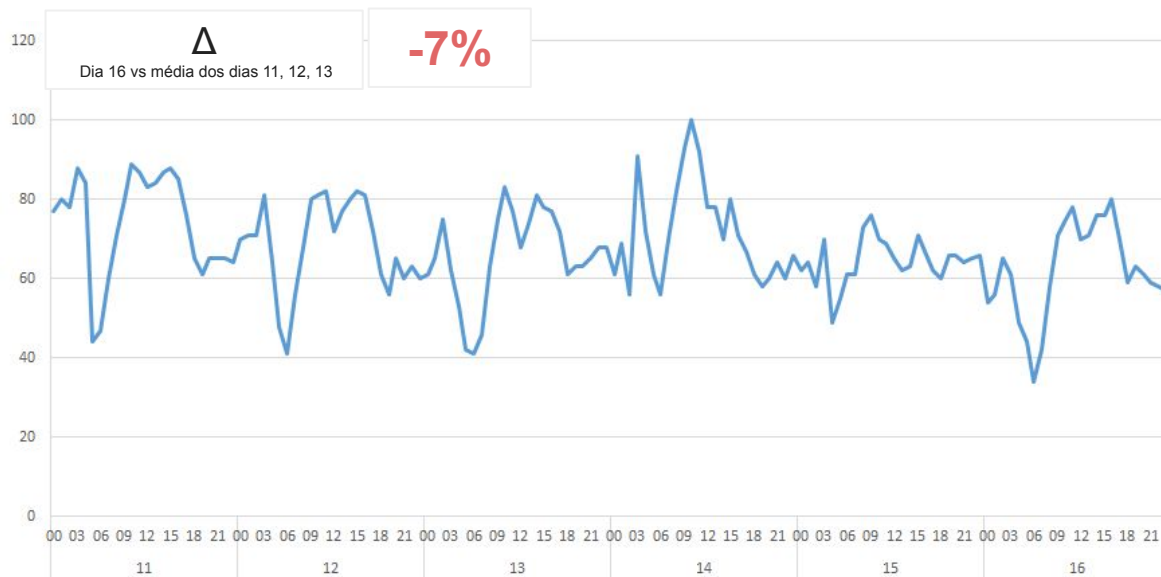
Nos últimos 7 dias, algumas das outras categorias do Varejo apresentaram variações que podem ser decorrentes do atual cenário



Buscas Relacionadas em Crescimento

1. loja moveis finos é confiavel
2. moveis de bambu

Buscas Indexadas - Móveis
Período: 11/03 até 16/03 (Comparando 08AM até 11PM)



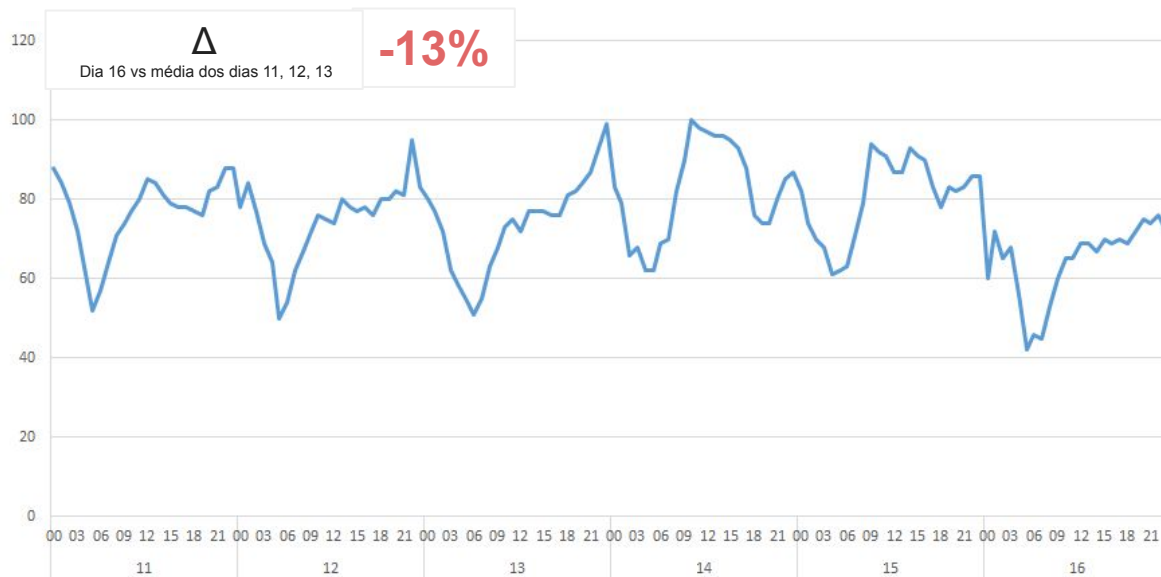
Nos últimos 7 dias, algumas das outras categorias do Varejo apresentaram variações que podem ser decorrentes do atual cenário



Buscas Relacionadas em Crescimento

1. coronavirus fica na roupa
2. roupa contra virus
3. roupa anti virus
4. roupa de proteção

Buscas Indexadas - Roupas
Período: 11/03 até 16/03 (Comparando 08AM até 11PM)



Nos últimos 7 dias, algumas das outras categorias do Varejo apresentaram variações que podem ser decorrentes do atual cenário

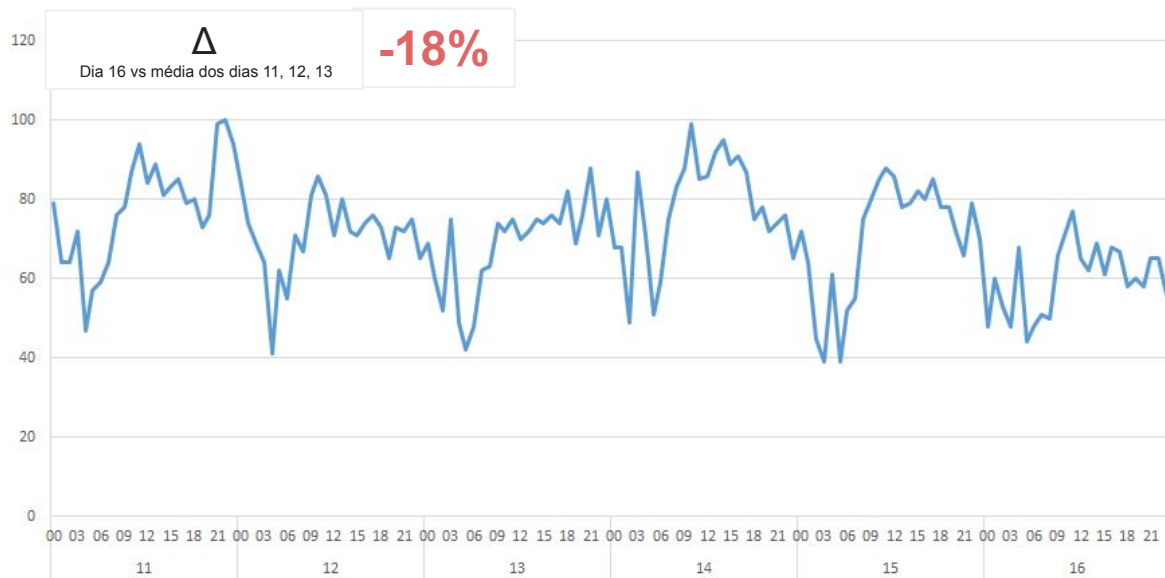


Buscas Relacionadas em Crescimento

1. secador de mãos elétrico
2. secador de mãos para banheiro
3. secador de mãos
4. secador daiso

Buscas Indexadas - Secador de Cabelos

Período: 11/03 até 16/03 (Comparando 08AM até 11PM)



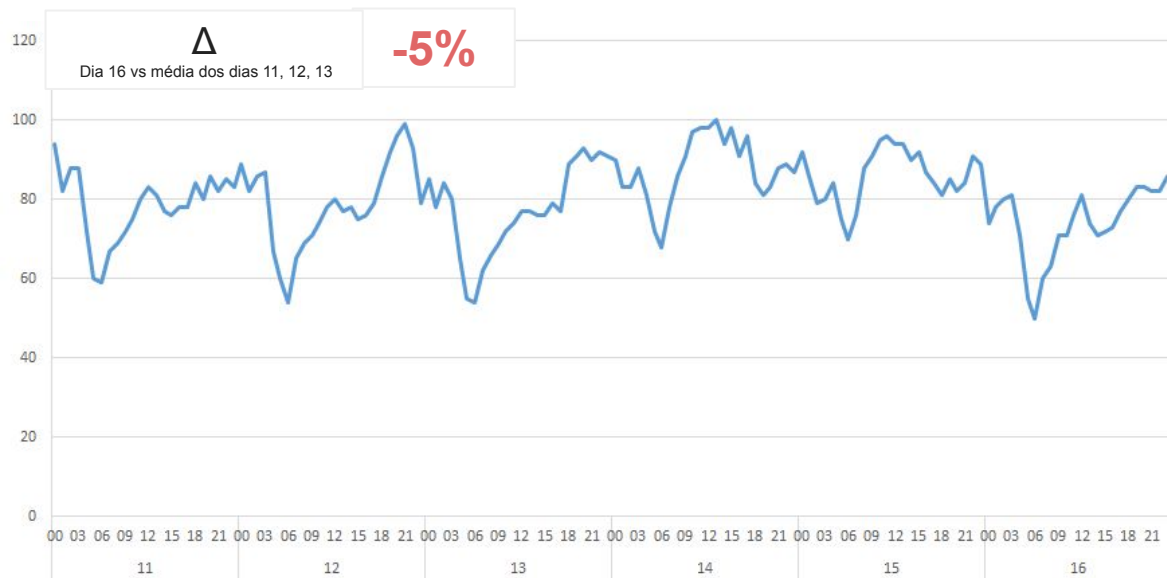
Nos últimos 7 dias, algumas das outras categorias do Varejo apresentaram variações que podem ser decorrentes do atual cenário



Buscas Relacionadas em Crescimento

1. como higienizar celular
2. higienizar celular
3. como desinfetar celular
4. álcool para limpar celular
5. como higienizar o celular
6. pode passar álcool em gel no celular
7. como limpar o celular

Buscas Indexadas - Smartphones
Período: 11/03 até 16/03 (Comparando 08AM até 11PM)



Nos últimos 7 dias, algumas das outras categorias do Varejo apresentaram variações que podem ser decorrentes do atual cenário

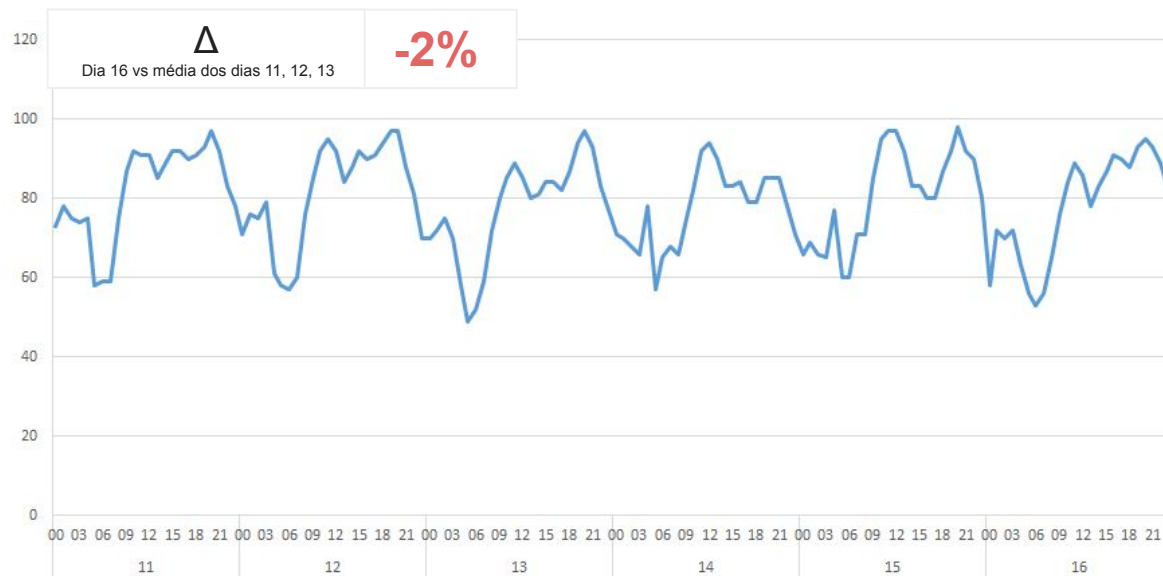


Buscas Relacionadas em Crescimento

1. o que estocar de alimentos
2. devemos estocar alimentos
3. devemos estocar alimentos coronavirus
4. alimentos para imunidade
5. vai faltar comida nos mercados
6. alimentos para aumentar a imunidade
7. alimentos que aumenta a imunidade
8. pode faltar comida por causa do coronavirus
9. alimentos aumentam imunidade
10. alimentos que aumentam a imunidade
11. alimentos que aumentam imunidade
12. estocar comida
13. vai faltar comida
14. vai faltar comida coronavirus
15. estocar comida coronavirus
16. coronavirus comida
17. alimentos para estocar
18. estoque de comida
19. o que estocar de comida
20. o que estocar de alimentos em caso de pandemia
21. estocar alimentos coronavirus
22. alimentos coronavirus

Buscas Indexadas - Alimentos

Período: 11/03 até 16/03 (Comparando 08AM até 11PM)



Como as marcas podem ajudar

Como as marcas podem ajudar

Comunicar claramente aos consumidores mudanças na operação

(alterações nos horários de funcionamento, tempo de entrega, limitações de compra, falta de produtos)

Onde: In-store, canais da marca, redes sociais, e-mail para base de clientes



To our global community,

We're living in unprecedented times and we're learning more about this virus every day. We feel it's important for all of us—our employees and our guests—to be able to stay at home and support their family, friends and loved ones.

In light of the rapidly changing COVID-19 developments, lululemon has made the decision today to close all stores in North America and Europe beginning March 16 through March 27. Our website and mobile app remain available.

We're taking this step to help protect our global community, guests and people, and ensure we are doing our part to prevent the spread of COVID-19.

Taking care of our people is our top priority, so we've ensured that our employees will receive pay for all hours they were scheduled to work. In addition, our Global Relief Pay plan will help anyone among our team that is directly affected by this situation.

I'm proud of how our teams are working to create space for our guests to connect through yoga and meditation classes online. Stay safe, and we look forward to connecting with all of our communities again soon.

Calvin

Calvin McDonald

CEO, lululemon

Como as marcas podem ajudar

Não permitir qualquer tipo de comunicação ou alteração de preço oportunista



Já o Google está bloqueando qualquer anúncio que pretenda capitalizar em cima do coronavírus. A rede também está ajudando a OMS e organizações governamentais a jogar luz sobre o tema. Na Google Play, desenvolvedores que desejem capitalizar com o tema criando aplicativos também serão banidos. Apps relacionados à temas de saúde já possuem uma política rigorosa em relação aos outros.

Como as marcas podem ajudar

Trazer mais opções de pagamento e linhas de crédito para viabilizar as pessoas em momentos desafiadores

Fonte: <https://www.marketingdive.com/news/ford-shifts-marketing-focus-to-coronavirus-relief-program/574297/>

BRIEF

Ford shifts marketing focus to coronavirus relief program



The Ford Motor Company Media Center

Dive Brief:

- Ford launched an ad campaign to raise awareness around a new program that provides assistance to customers impacted by the coronavirus pandemic, [according to a company news release](#).
- The automaker has an existing Ford Credit program that gives financial relief to buyers affected by federal and local disasters. Now, it's extending the service to those whose lives are disrupted by the novel coronavirus, which causes the illness COVID-19.
- Ford will drop all national ads around its vehicles to instead spotlight the relief campaign that was developed in just one week with agency Wieden + Kennedy New York, [Ad Age reported](#). The push debuts with two 30-second spots titled "[Built To Lend A Hand](#)" and "[Built for Right Now](#)."

Como as marcas podem ajudar

Mostrar o cuidado com o Ponto Físico

Starbucks China was one of the first non-endemic Western brands to get in front of the issue with (literally) hands-on tips on maintaining health and cleanliness.

× ... × 星巴克中国 ... × 星巴克中国 ...

星巴克和你一起，健康平安是最重要的事
星巴克中国 1月23日 [广告]

**星巴克和你一起
健康平安是最重要的事**

健康平安是我们对新年最深的期待。
在多地发生疫情的时候，星巴克已经紧急开始行动，致力于为全国所有门店的顾客和伙伴（员工）们提供安全的环境：

定时消毒



店内消毒全面升级，每两小时对店内所有公共区域

勤洗手



免洗消毒洗手液已经陆续到达门店，供大家使用。同时，伙伴们每隔30分钟洗手与消毒。

上岗前测量记录体温



伙伴上岗前均进行体温测量和记录，如有异常，立即安排暂停服务就医，温度达标才能上岗。

最后我们也衷心感谢每一位坚守在岗位上的伙伴，感谢顾客对我们的信任。让我们一起做好防护工作，保护自己，保护他人。健康平安度过春节假期。

谢谢大家一直和我们在一起。
武汉加油，我们一起！



阅读 10万+ 在看 2200

Links úteis

Google Trends - página COVID-19

https://trends.google.com.br/trends/story/US_cu_4Rjdh3ABAABMHM_en_pt-BR

Como o Google está ajudando?

<https://brasil.googleblog.com/2020/03/coronavirus-como-google-ajuda.html>