

AVALIAÇÃO DO PERFIL DE CONSUMIDORES DE TV'S NO E-COMMERCE EM UM SITE DE VENDAS

Polyane Crhistie Nunes Quinarelli¹

Marcelo Tavares²

RESUMO

Entender o perfil do consumidor e seu comportamento de compra é uma estratégia de extrema importância para qualquer loja. Com o aumento do número de comércios eletrônicos e de produtos novos que são disponibilizados todos os dias no mercado, se tornam inúmeras as possibilidades de escolha dos usuários de internet. Em função desta premissa, este trabalho teve por objetivo contribuir para a construção de uma estratégia de abordagem de clientes na venda de Tv's no *e-commerce*, a partir da análise do perfil de clientes que adquiriram televisores no ano de 2012 no *e-commerce* por meio da análise descritiva dos mesmos, estratificados por região, tipo de consumidor, tipo de Tv e outras características. Por meio dos resultados pode-se verificar que as Tv's que se destacaram no estudo, como os itens mais vendidos são as com melhores tecnologias, como a de tela LED e com maiores tamanhos de tela, ficando este tamanho em torno de 37 polegadas. Outro fato importante foi que a distribuição de vendas entre os estados não foi uniforme. Este fato mostra que falta uma divulgação institucional da loja, para o fortalecimento de sua marca e assim, tornar relevantes as campanhas em todos os estados, garantindo então maior reconhecimento e credibilidade para seus clientes. Para a categoria de televisores, verificou-se também que o melhor período para vendas é o primeiro semestre do ano, o que pôde auxiliar as áreas de compras e logística a manter os produtos em estoque.

Palavras-chave: *Marketing, E-Commerce, Perfil do Cliente, Televisores.*

¹FAMAT - Universidade Federal de Uberlândia. Email: polyanequinarelli@hotmail.com

²FAMAT - Universidade Federal de Uberlândia. Email: mtavares@ufu.br