
safety 1st™

História da marca



Criação da marca nos Estados Unidos. “Bebê a bordo”

1984



Dorel Juvenile, parte do grupo Dorel Industries

2000



Inserida no setor de produtos infantis

Mercado



Nova identidade visual

2024

Safety 1ST

safety 1st

Charcoal
C: 74 M: 66 Y: 62
PMS 426C

C: 15 M: 14 Y: 17 K: 0
PMS Warm Gray 1C

Teal
C: 100 M: 64 Y: 50 K: 43
PMS 548C

Light Teal
C: 100 M: 22 Y: 42 K: 2
PMS 321C

Yellow
C: 0 M: 23 Y: 100 K: 0
PMS 7548C

Green
C: 40 M: 0 Y: 63 K: 0
PMS 359C

Pink

Objetivos

Geral:

- **Garantir a segurança das crianças em todas as fases** do desenvolvimento infantil, desde o nascimento até o início da sua carreira de exploração

- **Oferecer soluções práticas** e **acessíveis** que permitem que os pais a vivam sua rotina com **mais tranquilidade** e autonomia

Específico:

- **Produzir produtos** que priorizem a **segurança** da criança

- **Promover praticidade** e **conforto** tanto para as crianças quanto para os responsáveis

- Proporcionar uma **variedade** de produtos de maneira **funcional**

- **Conscientizar** famílias sobre **segurança infantil**

AVALIAÇÃO DA MARCA

A **Safety 1st** possui uma imagem muito sólida no mercado, sendo um dos **destaques no segmento de segurança infantil**. Essa percepção é reforçada tanto por avaliações de consumidores quanto por menções em veículos especializados.



AVALIAÇÃO DA MARCA

Avaliação dos produtos na Amazon

A marca apresenta uma **média alta nas avaliações** no site da Amazon Brasil, especialmente em seus **modelos mais icônicos**



Safety 1st, Travel System Mobi NV Trio, Grey Denim Silver

4,8 ★★★★★ (1,2 mil)

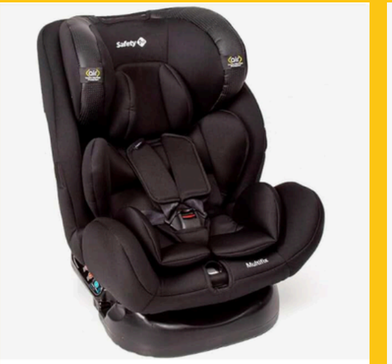
Mais de 100 compras no mês passado



Safety 1st, Espelho Back Seat, Black

4,5 ★★★★½ (2,2 mil)

Mais de 1 mil compras no mês passado



Safety 1st, Cadeirinha Multifix, 0 a 36kg, com Isofix, Black Urban

4,8 ★★★★★ (2,7 mil)

Mais de 900 compras no mês passado



Safety 1st, Trava para Cinto de Segurança, Black

4,5 ★★★★½ (3 mil)

Mais de 1 mil compras no mês passado



Safety 1st, Berço Mini Play, Grey Denim

N.º 1 entre os melhores avaliados

4,8 ★★★★★ (2,4 mil)

Mais de 200 compras no mês passado

AVALIAÇÃO DA MARCA

Publicações de veículos midiáticos

Essas publicações ajudam a **consolidar a imagem** da marca através de **opinião especializada**.

Comentou o sucesso da **Multifix** na matéria ***'Confortável' e 'fácil de instalar': por que esta cadeirinha faz sucesso***

Além disso, o carrinho **Next** da Safety1st foi recomendado entre os 8 modelos de carrinho de bebê em outra matéria

uol

Cadeirinha **Multifix** é a **“melhor cadeirinha para custo-benefício”.**

Destacando a flexibilidade de instalação (cinto ou Isofix), a reclinação em 4 posições e a capa lavável

RadarCasa

Cadeirinha **Multifix** da Safety 1st aparece como **“a mais bonita e popular”**

Avaliada também como **bem acabada, de qualidade, segura, confortável e de bom custo-benefício.**

USE CADEIRINHA

Cadeirinha **Multiflix** escolhida como 6ª melhor cadeirinha.

Adaptável à todas as fases da infância, facilidade de instalação e o conforto

cadeirinha de carro

Reputação da marca

8.8/10 No ReclameAqui

PRÊMIO RA2025 EMPRESA INDICADA

Recebeu **368** reclamações em 9 anos.

Respondeu **97.8%** das reclamações recebidas.

204 reclamações avaliadas, nota média **8,42**.

83% voltariam a fazer negócio.

Resolveu **88.8%** das reclamações recebidas.

Tempo médio de resposta de **14 dias e 21 horas**.

safety 1st ReclameAQUI

Sua confiança nos trouxe até aqui.

Agora **precisamos do seu voto** no Prêmio Reclame Aqui



Presença online

Site safetyfirst.com.br



Pontos positivos

- **E-commerce** funcional, com produtos bem categorizados
- **Vídeos e imagens** valorizam os produtos
- **Facilidade de navegação**

Pontos a melhorar

- **Banners e imagens muito grandes** que dificultam o carregamento
- **Organização** e disposição das informações

Presença online

Outros e-commerces

Além do próprio website, a **Safety1st** também vende os produtos através de outras lojas.



amazon

A Safety1st possui uma página própria com menus, categorias, vídeos, campanhas, entre outros

No MercadoLivre a marca também tem uma loja cadastrada, com selos de avaliações positivas

magalu

A Safety1st não possui loja cadastrada porém os produtos são revendidos por outras lojas

Presença online

Instagram

81,2 mil
Seguidores

2193
Posts

- **Seguidores e engajamento dos posts** proporcional à maioria dos concorrentes
- **Parcerias com Influenciadores** conseguem bons números
- **Identidade visual consistente**, feed e destaques bem organizados





Segmentação e Público-Alvo



SEGMENTAÇÃO DEMOGRÁFICA

A **Safety 1st** direciona seus produtos principalmente a:

- **Pais** e **mães** de crianças de **0 a 10 anos** que buscam segurança e praticidade
- **Gestantes** que antecipam a compra do enxoval
- Adultos de **25 a 45 anos,** com renda **média a média-alta**
- Famílias diversas: pais de primeira viagem, famílias com mais de um filho...

SEGMENTAÇÃO PSICOGRÁFICA

Os **consumidores** da marca compartilham **valores** e **hábitos** ligados à proteção infantil:

- **Segurança**, certificação, tecnologia e alta qualidade
- **Prevenção** de acidentes domésticos
- Busca por **informação confiável** (pediatras, blogs, YouTube, testes)
- Preferência por marcas com **credibilidade e tradição**





SEGMENTAÇÃO GEOGRÁFICA

A **Safety 1st** tem maior aderência entre famílias localizadas em:

- **Grandes centros urbanos →** praticidade, autonomia, rotina acelerada
- **Regiões com comércio infantil forte →** lojas especializadas, e-commerce e marketplace
- **Mercados regulados (EUA, Europa, Brasil) →** segurança infantil, padrões europeus e americanos, alta exigência

Os **comportamentos de consumo** se organizam em três perfis predominantes:

- **Pais planejadores →** antecipação, organização
- **Pais práticos →** funcionalidade, facilidade e agilidade no uso
- **Pais conectados →** avaliações online e comparativos



SEGMENTAÇÃO COMPORTAMENTAL





Persona da Safety 1st

Mariana e Patrick, 32 anos, pais de primeira viagem

Quem é

- Pais urbanos, jovens e conectados
- Ambos trabalham e se revezam no cuidado
- Práticos, objetivos e bem informados
- Pesquisam, comparam e escolhem marcas seguras e modernas

Motivações

- Garantir segurança real para o filho
- Buscar praticidade e economia de tempo
- Optar por marcas claras e funcionais
- Fazer escolhas inteligentes

Expectativas da Marca

- Acabamento impecável e materiais certificados
- Facilidade de uso e instruções claras
- Design moderno alinhado ao estilo urbano
- Tecnologia que simplifica a rotina



Segmentação
O que a marca pode inovar?





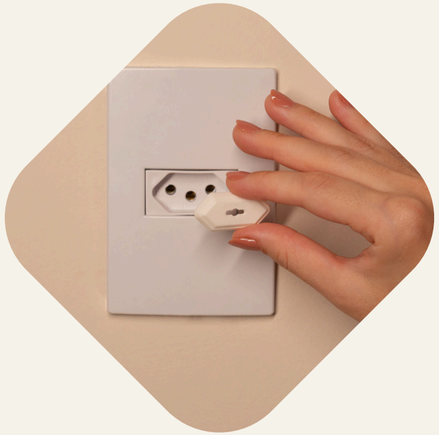
Além das categorias tradicionais, a **Safety 1st** pode segmentar pais com **diferentes estilos de vida**:

- **Pais solo →** Necessidades específicas de suporte e praticidade
- **Famílias LGBTQIA+ →** Segmento crescente e pouco atendido por marcas infantis
- **Pais expatriados →** Buscam orientação sobre regulamentações de segurança do país novo
- **Pais eco-conscientes →** Preferem materiais recicláveis e processos sustentáveis



Posicionamento Relacional

Percepção Desejada



Aliada dos pais na prevenção de acidentes



Simplifica a vida familiar, proporcionando autonomia e conforto



Solução acessível, robusta e de alta qualidade



Especialista confiável em segurança para bebês e crianças

Proposta de Valor

01



Segurança Certificada

02



Praticidade e Usabilidade

03



Apoio de Informação aos Pais

“Entregar segurança confiável, praticidade e suporte real para pais que querem proteger seus filhos em todas as fases da primeira infância.”

Diferenciais Competitivos

- Marca Global e Tradicional
- Portifólio Amplo e Personali-zado
- Foco em Prevenção e Informação
- Equlíbrio entre Preço e Qualidade
- Produtos com Testes Rigorosos
- Reconhe-cida em Varejo Global

Objetivos de Relacionamento

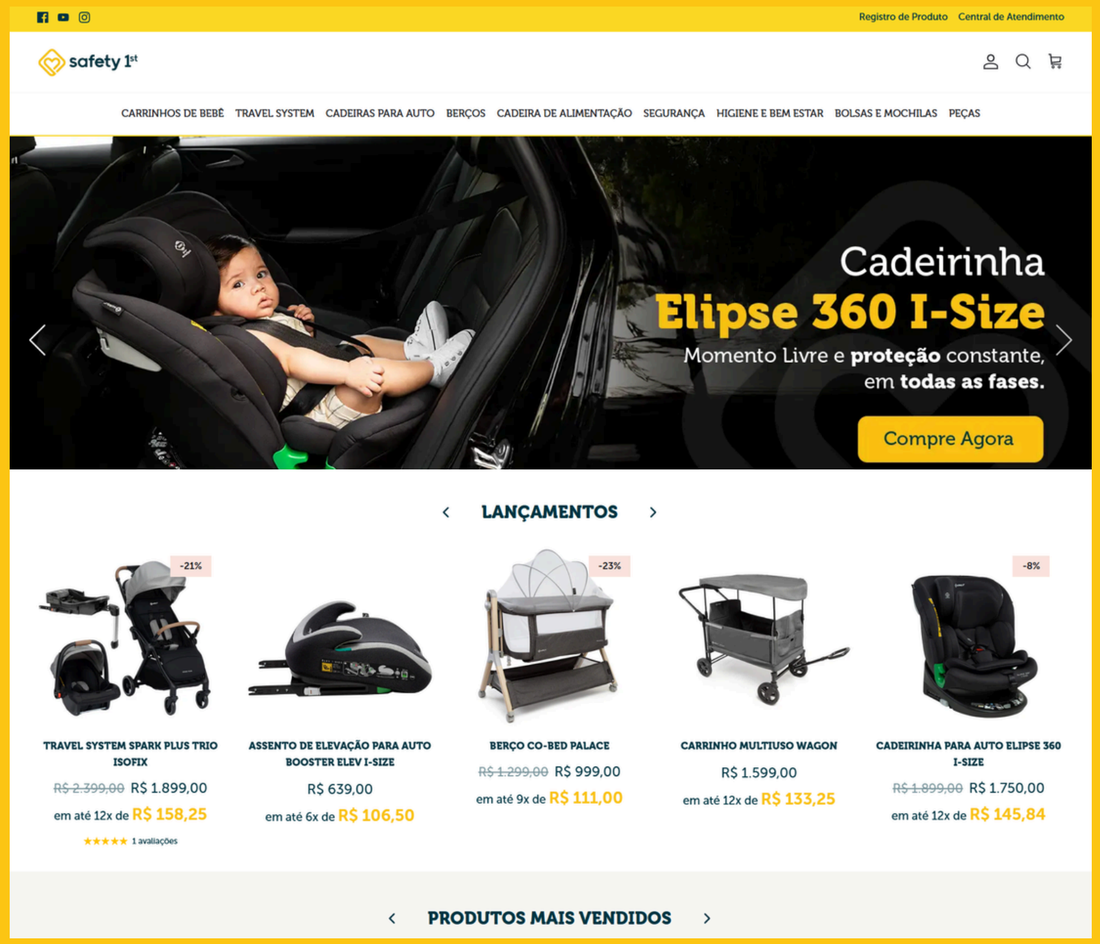


Metas

PERFIL	Metas Iniciais	Metas Futuras
PAIS E MÃES DE PRIMEIRA VIAGEM	→ Reduzir insegurança acerca do conteúdo educativo → Criar **vínculo emocional** de suporte	→ **Fidelizar** famílias para voltarem a comprar para filhos futuros
PAIS E MÃES MAIS EXPERIENTES	→ Oferecer upgrades e produtos complementares → Incentivar conteúdo **colaborativo** e participação **comunitária**	→ Indicações a conhecidos → **Aumento no engajamento** e criação de conteúdo sobre a marca
GESTANTES NO PERÍODO DE PLANEJAMENTO	→ Criar hábito de compra por meio das necessidades iniciais → **Conduzir** para conteúdo educativo, comunidade e produtos essenciais	→ Criar percepção de **acolhimento** e **suporte** para famílias desde o período de gestação
PÚBLICO NOVO	→ **Facilitar** descoberta dos produtos e conteúdos → Criar primeira experiência **positiva** e **acolhedora** de maneira **personalizada**	→ Fidelizar e **conectar nova parcela do mercado** pouco atingida pelo mercado geral de produtos infantis

Estratégias de Marketing de Relacionamento

Reestruturação do site



Transformar o site em um local **confiável** de fonte de **informações** sobre os produtos e **métodos de segurança infantil** em geral

Criar um **ambiente de referência** em segurança infantil de fácil acesso:

- Home Page mais **intuitiva**
- **Nova seção** para vídeos, guias e tutorias mais acessível
- Ferramenta de **Sugestão de Produtos**

Comunidades em redes sociais

Criar **comunidades coletivas** em redes como Facebook, Instagram e WhatsApp, com conteúdos exclusivos:

- **Acesso antecipado** a conteúdos e lançamentos novos
- Criação de **canal de comunicação** entre pais
- Dicas e **diálogos** com especialistas



Programa de colaboradores





Convidar **influenciadores** e **famílias** para utilizar produtos e **compartilhar** nas redes:

- Envio de kits de **experiência**
- Incentivo de **conteúdo orgânico**
- **Confiança do público** de conteúdo infantil das redes sociais
- Foco no **ampliamento do público alvo**, com a busca por influenciadores pais solo, de famílias LGBT+, expatriados e ecológicos

Programa de fidelidade

Criar **benefícios** e **ofertas especiais** para clientes de longa data:

- **Descontos** em compras futuras
- **Brindes** em compras acima de um determinado preço
- Acesso a **conteúdos exclusivos** e acesso especial nas comunidades





Táticas, Métricas e Avaliação

Definição de canais

Principal canal de relacionamento, concentrando conteúdos educativos, lançamentos de produtos e campanhas de conscientização sobre segurança infantil

Foco estratégico ampliado para alcançar **varejistas**, **revendedores** e consumidores de faixa etária mais alta, além de servir como **apoio para anúncios de e-commerce**

Canal de **vídeos técnicos**, especialmente tutoriais de montagem e **vídeos institucionais** voltados ao varejo e marketplaces

Canal **emergente** na estratégia, buscando **atingir novos consumidores** por meio de trends, formatos espontâneos e **reviews orgânicos** de usuários

Propostas de aprimoramento

Mais **conteúdos lifestyle** e informativos
+
Formatos **criativos** e narrativas do **dia a dia**
+
Story e **Comunidade** para fortalecer a marca como **parceira ativa** dos pais

Abordagem mais **comercial** e **objetiva** para alcançar **varejistas**
+
Conteúdos **relacionais** que engajem pais **mais velhos** e avós

Evoluir o canal com conteúdos e educativos
+
Podcasts, entrevistas e participações de **especialistas**
+
Centro **confiável** de informação

Collabs com influenciadores e UGCs
+
Produtos sendo **apresentados** de forma **cotidiana**
+
Fortalecer a **identificação** e a confiança

Cronograma

Quantidade de **publicações semanais**:
3 postagens no **Feed** e 1 sequência de **Story**

TIPO DE POSTAGEM	Tipo de Conteúdo	Objetivo
CARROSSEL	**Educativo**, temas socioeducacionais ligados ao cuidado infantil, podendo ou não estar vinculado a um produto	**Informar** e **conscientizar** os pais, sendo canal confiável de aprendizado
REEL E/OU CARROSSEL	**Engajamento e alcance**, explorando SEO, com frases de impacto e temas de alto interesse para o público	**Captar a atenção** dos seguidores e alcançar novos consumidores na plataforma
STORY	**Foco relacional**, buscando fortalecer o vínculo já estabelecido com os seguidores	**Promover** confiança, **diálogo** e fidelização com a marca

KPIs que refletem os objetivos centrais da Safety 1st



Indicadores de performance sugeridos

- **Curtidas** e comentários por post
- **Salvamentos** em carrosséis educativos
- **Compartilhamentos** de reels
- **Retenção** média de vídeo
- Qualidade dos **comentários**
- **Cliques** em links e CTAs do Instagram
- **Frequência** de interação nos stories
- **Sentimento** geral da audiência





Critérios de sucesso propostos

- **Aumento** perceptível de **interações** qualificadas
- **Maior frequência** de salvamentos e compartilhamentos
- Crescimento orgânico **consistente**
- Ampliação do **reconhecimento** de autoridade
- **Fortalecimento** da comunidade
- **Redução** de **dúvidas** repetitivas
- **Melhoria** da **reputação** digital

Conclusão



safety 1st™

Uma análise de:

Ana Sofia Perrotta
Chandra Dias
Clara Araujo
Julia Soares
Wend Araujo




I-NXT 360 da Safety