

4ª EDIÇÃO

Nuvem Commerce

*Relatório anual do e-commerce em 2018
e tendências para 2019*





03 Introdução

04 **Capítulo 01: O e-commerce no mundo**

07 **Capítulo 02: O e-commerce no Brasil**

- 10 Vendas
- 13 Ticket médio
- 13 Participação dos segmentos
- 15 Datas comerciais
- 17 Atendimento ao cliente
- 19 Marketing

22 **Capítulo 03: Tendências para 2019**

- 22 Geração Z e vídeo marketing
- 24 Consolidação das vendas pelas redes sociais
- 27 Era da assistência

29 **Considerações finais**

30 **Apoio**

31 **Sobre a Nuvem Shop**



Introdução

Olá, seja bem-vindo à quarta edição do NuvemCommerce!

Neste relatório, apresentaremos **os resultados mais importantes do comércio eletrônico nacional e internacional de 2018**, com base em pesquisas externas e também exclusivas com os usuários da nossa plataforma.

Além disso, indicaremos **as grandes tendências para este novo ano que se inicia**, oferecendo um panorama de estratégias que servirão de guia para tomadas de decisão mais assertivas e bem-sucedidas.

Vamos lá?



CAPÍTULO 01

**O e-commerce
no mundo**



O e-commerce no mundo

Os números do e-commerce ao redor do globo foram um tanto surpreendentes em 2018, especialmente por conta de uma reviravolta que tivemos entre as duas principais potências econômicas mundiais: **China e Estados Unidos**.

A China, que em 2017 havia alcançado US\$ 681 bilhões em faturamento, apresentou uma **queda de 7.6%** neste último ano, chegando a apenas US\$ 636 bilhões, segundo o [Linio](#).

Por sua vez, os Estados Unidos, que em 2017 bateu US\$ 438 bilhões (com uma queda de 9%), conquistou US\$ 504 bilhões no ano passado, atingindo uma **alta de 13.2%**. Apesar disso, as posições no ranking - por ora - seguem as mesmas, com o país asiático à frente.

A respeito da **receita global de vendas** (soma de todos os países onde o comércio eletrônico está presente), captou-se aproximadamente US\$ 3 trilhões em 2018, com perspectiva de mais de US\$ 4 trilhões até 2020.

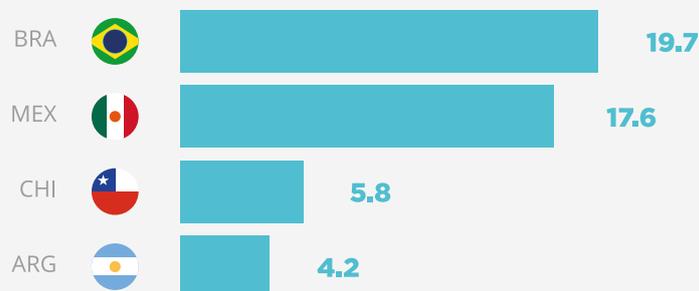
Já em relação à **América Latina**, de acordo com o [Statista](#), o faturamento foi de US\$ 54 bilhões neste último ano, com expectativa de chegar a US\$ 74.8 bilhões até 2020 - aumento previsto de mais de 38%.

A seguir, veja a comparação dos países em evidência na LATAM:



Faturamento dos destaques do e-commerce latino em 2018

(em bilhões de dólares)



Como é perceptível, o Brasil se distinguiu em nosso continente com uma diferença saliente quando contraposto às outras posições. Também é importante ressaltar que a América Latina foi responsável por **3% da receita do comércio eletrônico mundial** em 2018 e tem como perspectiva alcançar 3.5% este ano.

Com tais resultados positivos no âmbito global, você já deve estar aguardando muita coisa boa para os **números brasileiros**, não? Para conferi-los, siga até o próximo capítulo!



CAPÍTULO 02

**O e-commerce
no Brasil**



O e-commerce no Brasil

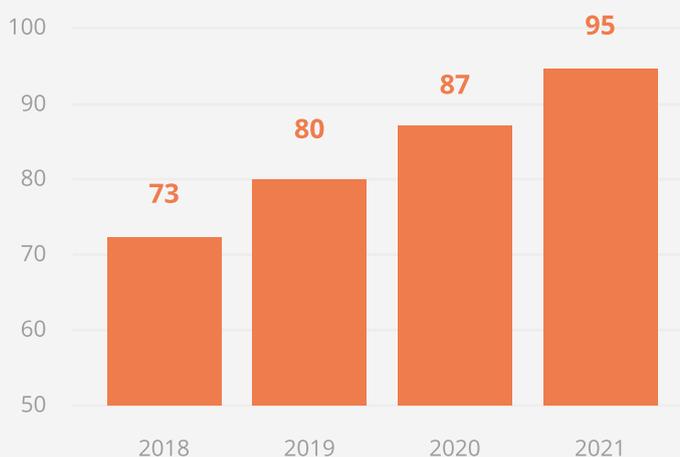
Independentemente da instabilidade nos cenários político, econômico e social, o comércio eletrônico brasileiro prosperou e **alcançou excelentes resultados no ano de 2018**. Esta resolução favorável muito se deu devido ao aumento de compradores digitais:



Compradores digitais no Brasil

(em milhões)

Fonte: Statista



Se compararmos ao número de 2017 (66 milhões), o **aumento foi de 10.6%** no ano passado. Além disso, como é visível no gráfico, as expectativas para os próximos anos são animadoras.

Até 2015, tínhamos cerca de 54.5% de **usuários de internet no Brasil**, contudo, em 2018, essa estimativa saltou para **58.3%** - em pontos percentuais, não parece uma grande diferença, certo?

No entanto, **se convertermos em quantidade de habitantes**,



considerando que hoje o nosso país conta com 208.5 milhões, chegamos a um resultado de aproximadamente oito milhões de pessoas - o que se torna uma ótima margem!

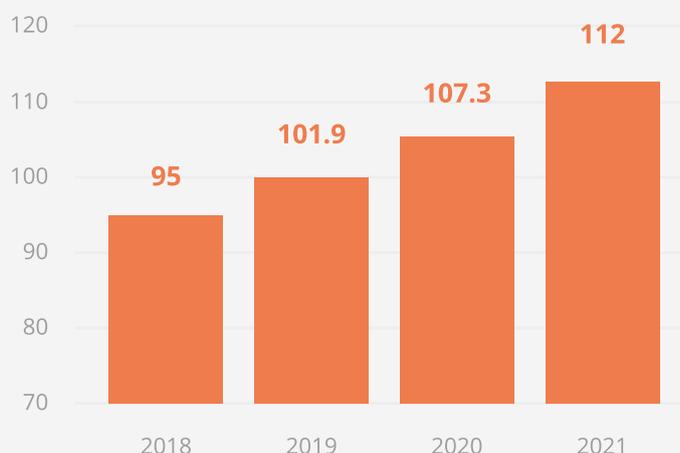
Na sequência, outro dado que muito colaborou para o progresso do e-commerce brasileiro foi o **total de usuários de dispositivos móveis** - tendência que destacamos na [última edição do NuvemCommerce](#):



Usuários de mobile no Brasil

(em milhões)

Fonte: Statista



Contraopondo aos números de 2017 (88.5 milhões), **o aumento foi de 7.1 pontos percentuais em 2018**. E a perspectiva de crescimento em três anos é de um salto de mais de 10%.

Enfim, como total de vendas do comércio eletrônico no Brasil em 2019, a expectativa é de US\$ 23.8 bilhões - **crescimento esperado 20.8%**.
Incrível, não?

Para mais informações sobre 2018, observe a lupa no nosso ambiente da Nuvem Shop a seguir.



Vendas

Conversão é o ponto alto de qualquer negócio. Além de compreender, pelas vendas, **se o faturamento está atingindo as metas esperadas**, é após o fechamento de uma compra que o empreendedor seguirá desenvolvendo estratégias para fidelizar o cliente.

Aqui na nossa plataforma, os resultados foram extremamente positivos: os lojistas da Nuvem Shop realizaram **1.130.149 vendas** (cerca de 307 mil a mais que o ano anterior), acumulando um total de **R\$ 275.853.470** (mais de R\$ 89.5 milhões se comparado a 2017).

As visitas por dispositivos móveis caíram 3%, se comparadas ao último ano (69% mobile):





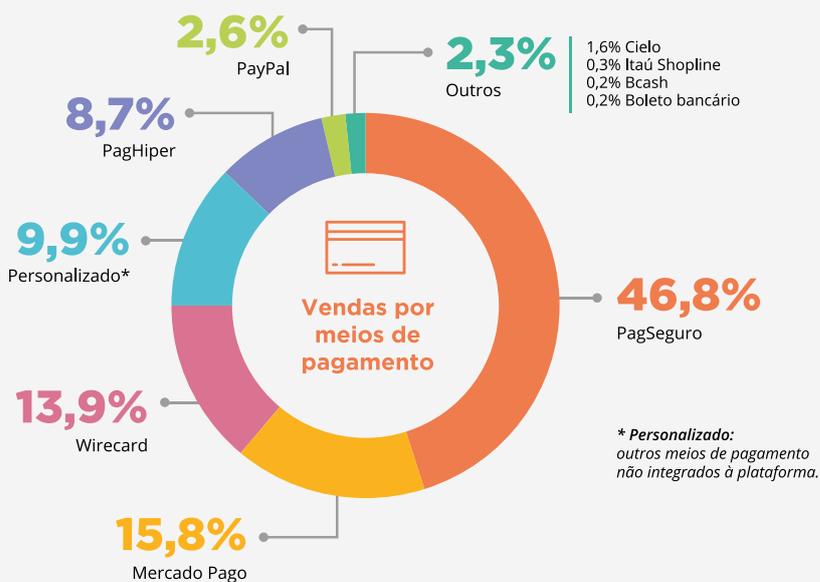
Contudo, **as vendas pelos celulares e tablets** aumentaram (em 2017, foram 45% mobile e 55% desktop):



Ademais, de todas as lojas da Nuvem Shop que alcançaram conversões, **84.8% delas venderam ao menos uma vez através dos dispositivos móveis** (aumento de aproximadamente 6% se comparado a 2017).

Tais dados só reafirmam a tendência m-commerce e a importância de **se adaptar às necessidades do consumidor**, que hoje cria sua própria jornada de compra por meio de [micro-momentos](#) em pesquisas rápidas no Google e interagindo com as marcas nas redes sociais.

Os meios de pagamento e de envio também têm uma contribuição fundamental na prosperidade de um negócio online, afinal, sem eles não seria possível concluir uma compra - nem por conta do checkout, nem pela entrega:



Em pagamento, o **PagSeguro** permaneceu sendo o preferido pelo quarto ano consecutivo.

E, em frete, os **Correios** abocanharam a posição em evidência com mais de 50% - vale destacar que de 9 a cada 10 lojistas utilizaram-nos como meio de envio.



Ticket médio

O ticket médio nada mais é que a soma dos valores de todas as vendas dividida pelo número de pedidos, ou seja, **o montante mediano das compras efetuadas pelos clientes.**

Essa é uma métrica essencial para qualquer empreendimento, pois através dela é possível **acompanhar o comportamento dos consumidores ativos.** Para mais, o ticket médio é um indicativo do (bom ou mau) funcionamento das táticas de vendas, como o [cross-selling e o upselling](#).

Aqui na Nuvem Shop, **o ticket médio das lojas virtuais foi de R\$ 259** em 2018, mantendo-se similar ao ano anterior (R\$ 258). Já se isolarmos o valor mediano apenas pelos dispositivos móveis, chegamos a R\$ 226 - crescimento de 12.8% se comparado a 2017.

Participação dos segmentos

Depois de passarmos pelas vendas e pelo ticket médio, analisemos com mais atenção as particularidades relacionadas aos **segmentos que se destacaram no ano de 2018:**

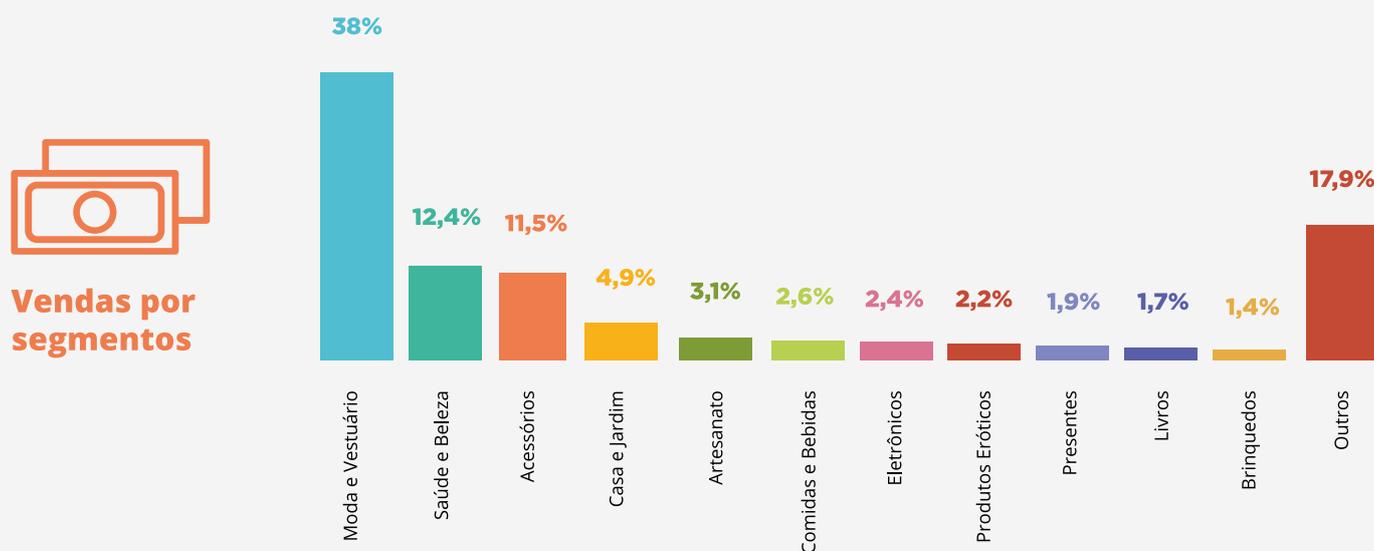


Top 10 segmentos

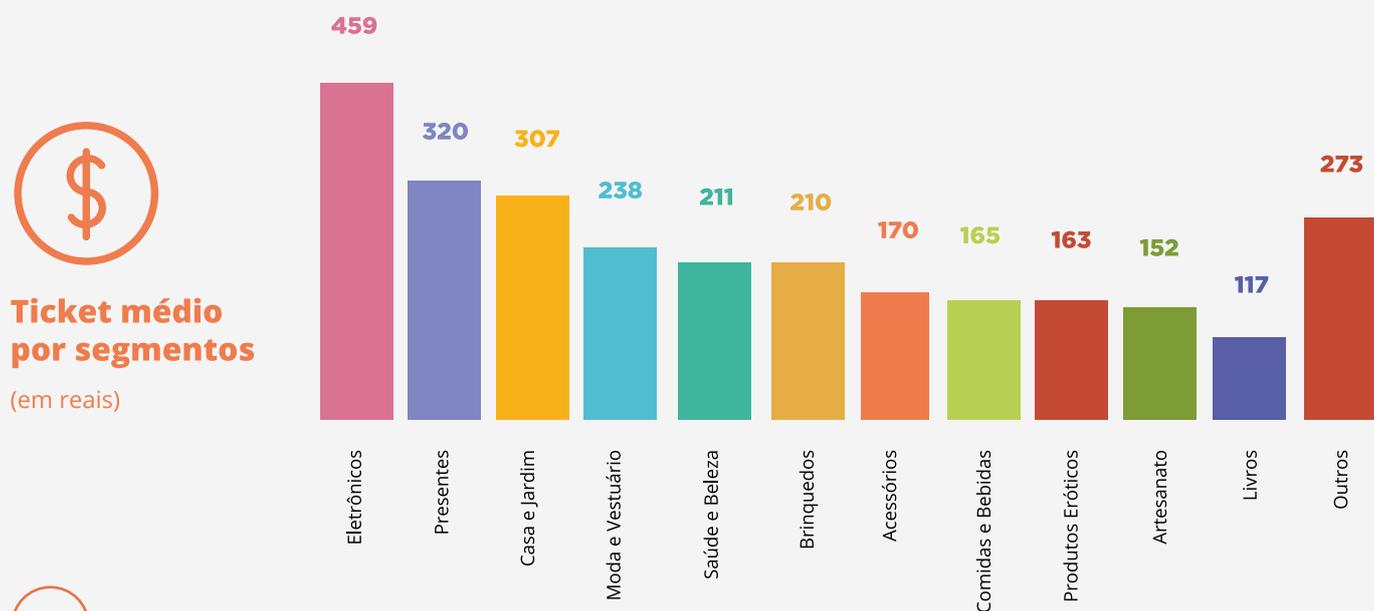




Apesar do Top 3 (*Moda e Vestuário, Saúde e Beleza e Acessórios*) ser bastante semelhante ao índice de vendas realizadas por segmentos, os nichos de **Produtos Eróticos, Livros e Brinquedos** se revelaram neste próximo ranking:



Agora fazendo um zoom no ticket médio dos segmentos acima, o resultado foi um tanto diferente e **a classificação se transformou**:





Além destes nichos, **três outros se destacaram com tickets acima da média**: *Viagem* (R\$ 3.529), *Esportes* (R\$ 924) e *Equipamentos e Máquinas* (R\$ 648) - e, como no ano passado, suas posições foram justificáveis devido aos serviços e produtos vendidos a preços superiores, se comparados a *Moda e Vestuário*, por exemplo.

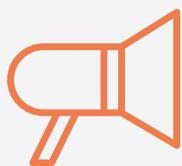
Viagem ainda se distinguiu por ter praticamente dobrado o ticket médio de 2017 (R\$ 1.625).

Por fim, vale ressaltar mais duas informações importantes: 1) os segmentos que mais venderam por mobile foram *Moda e Vestuário*, *Acessórios e Saúde e Beleza*; 2) de acordo com uma pesquisa entre os lojistas da Nuvem Shop, cerca de 75% deles alegaram possuir um negócio exclusivamente online - seguindo o padrão de 2017.

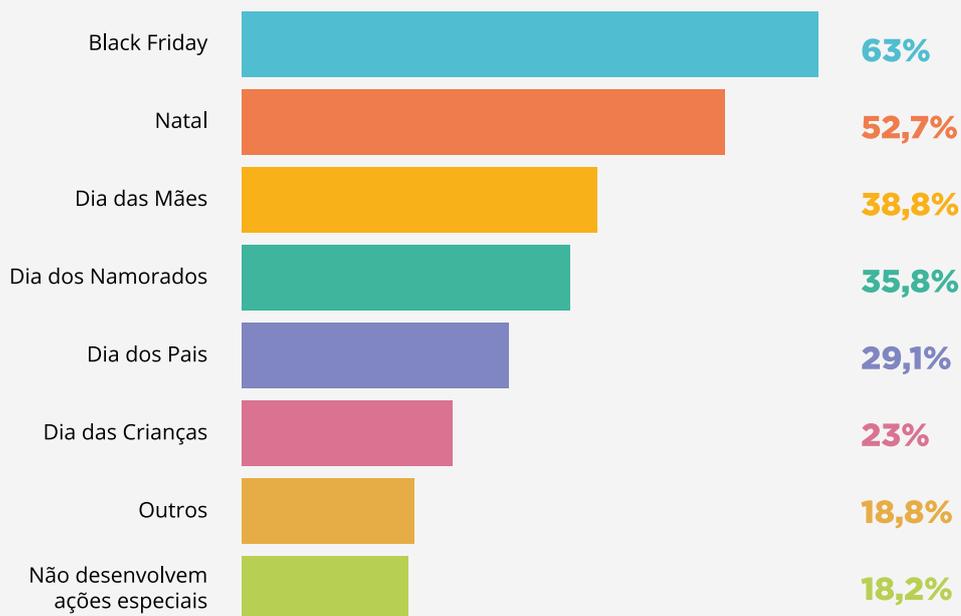
Datas comerciais

Como bem sabemos, as épocas comemorativas são indispensáveis ao varejo, afinal, é por meio de campanhas dedicadas a elas que os e-commerces têm a possibilidade de **conquistar mais (e novos) consumidores e alcançar grandes faturamentos**.

A seguir, observe quais datas os lojistas da Nuvem Shop mais aderiram em 2018:



Realização de campanhas especiais



Sem surpresas, a **Black Friday** e o **Natal** foram os períodos em que os empreendedores mais se dedicaram. Confira agora os lucros dessas duas principais épocas:

Black Friday x Natal

Total de vendas (em reais)

14.666.160



5.510.770



Ticket médio (em reais)

237



222





Como visto, a Black Friday foi o grande destaque do ano, especialmente no total de vendas. Contudo, não há motivo para sobressalto em relação à diferença com o Natal: devido à proximidade das datas, **muitos clientes aproveitaram o período para antecipar as compras natalinas.**

Segundo a [Social Miner](#), a **média de páginas visitadas** no período pré-Black Friday (18 a 21 de novembro) foi de 10.58, contudo, houve uma queda para 9.33 após o dia 25.

Tal dado traz um insight significativo: **a importância de preparar as estratégias de marketing e logística com precedência**, pois, antes mesmo da data principal, os clientes já estarão comparando preços e analisando as melhores ofertas.

Ademais, na plataforma da Nuvem Shop, alcançamos uma média de **6.25 vendas por minuto** no final de novembro (sendo que 51.3% delas foram feitas por dispositivos móveis), e o segmento que mais converteu foi o de *Moda e Vestuário*.

Já no Natal, tivemos uma média de 3 vendas por minuto, contudo, **chegamos a 63.2% em conversões por mobile** - isso pode ser justificado pelo frenesi do fim de ano e a necessidade dos consumidores fecharem as compras com facilidade e o quanto antes (desenvoltura essa que só os celulares e tablets podem oferecer).

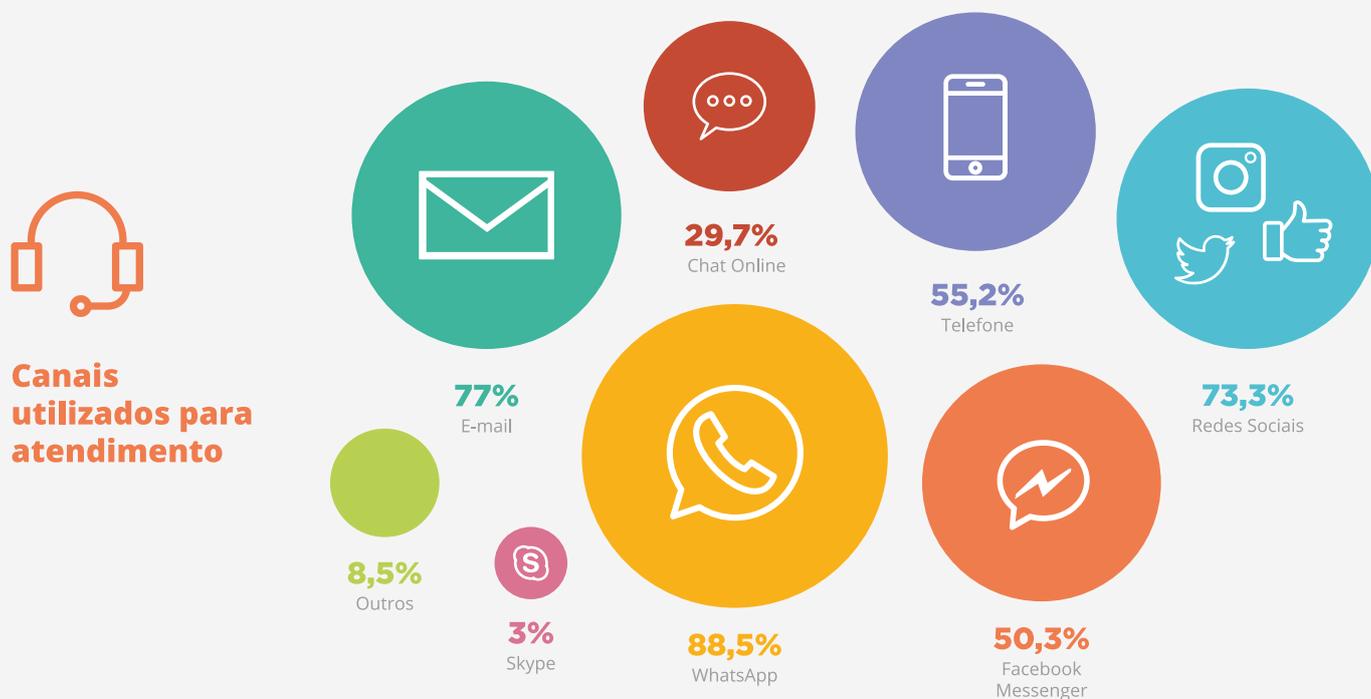
Atendimento ao cliente

Você sabia que [apenas 38% dos clientes](#) se sentem compreendidos em um atendimento? E que somente 14% dos profissionais de suporte consideram a relação de resultados positivos de um negócio com a **importância da assistência ao consumidor?**



Sim, são dados um tanto chocantes e mostram que os e-commerces ainda têm um longo caminho a percorrer no que diz respeito ao **aprimoramento da comunicação** - tanto nos formatos de canais, quanto na maneira de atender o público-alvo.

Com isso em mente, conferimos com as lojas entrevistadas da Nuvem Shop quais **foram os principais meios usados no suporte ao consumidor em 2018**. Acompanhe os resultados:



Assim como em 2017, os formatos mais utilizados foram o **WhatsApp, o e-mail e as redes sociais** (com um adendo especial ao Facebook Messenger) - a maioria, portanto, mostrou-se bastante alinhada com as tendências mais atuais do mercado.



Marketing

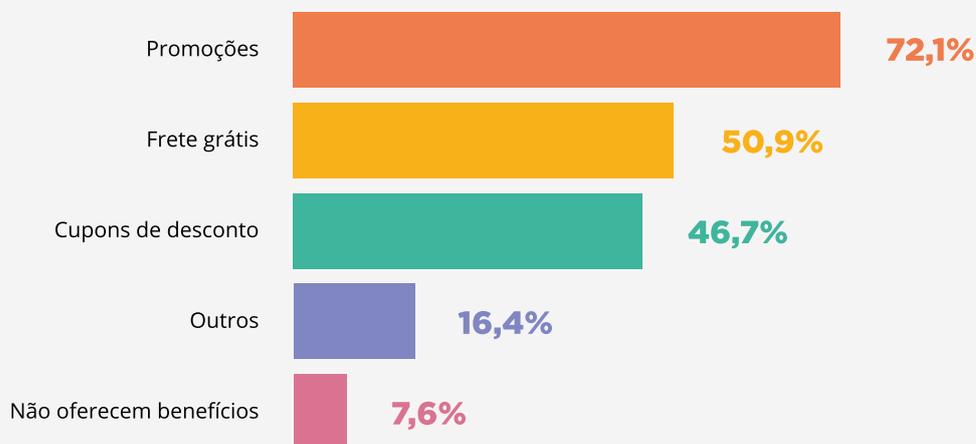
O que seria de um negócio sem o marketing, não é mesmo? De nada adiantaria ter meios de pagamento e de envio bem configurados, layouts e produtos incríveis, se os mesmos não se tornassem **adequados e conhecidos pelo público-alvo**. É como aquele antigo ditado popular: “Quem não é visto, não é lembrado.”

Por isso, nesta seção do NuvemCommerce, você descobrirá em detalhes **como os nossos lojistas têm se dedicado a essa diretriz essencial** e quais são os pontos que ainda podem ser melhorados.

Para começar, veja quais foram as principais vantagens concedidas por aqui:



Benefícios oferecidos ao cliente



Bem como na última edição, **as promoções seguem em evidência** e, em 2018, isso muito se deu devido a possibilidade de configurar ofertas como **“Leve X e pague Y”** na nossa plataforma.



Além disso, **o percentual daqueles que não ofereceram benefícios diminuiu cerca de 3 pontos**, se comparado ao ano anterior - o que é um sinal de maior consciência por parte dos empreendedores sobre a primordialidade dessa estratégia.

Na sequência, observe um dado um tanto preocupante: **69.7% dos lojistas entrevistados alegaram não se dedicar ao e-mail marketing** e, dessa parte, 11.5% mostraram desinteresse pela abordagem.

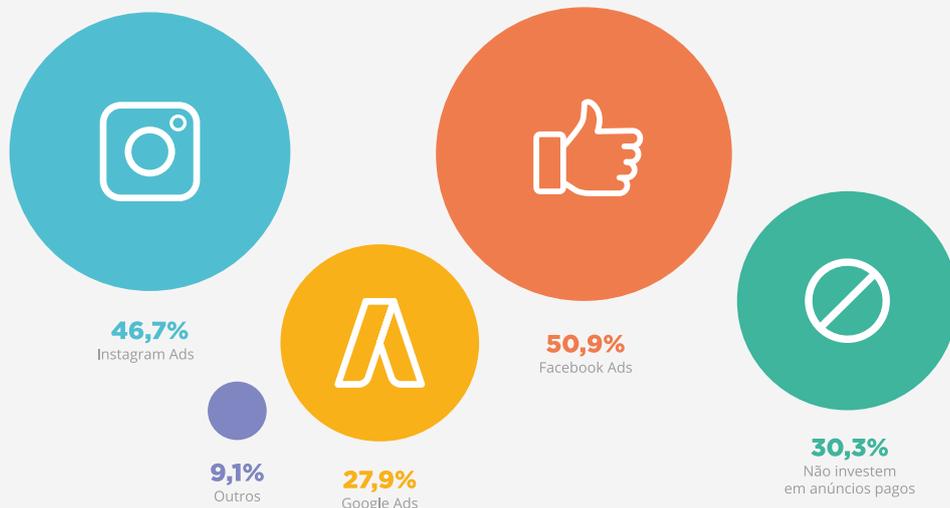
Para esses que ainda precisam se convencer de tal relevância, seguem duas informações instigantes: segundo a [Rock Content](#), 78.4% do público de newsletters declararam gostar de recebê-las, e **76.8% relataram realizar compras a partir de um e-mail marketing**. E aí, que tal começar a criar correspondências eletrônicas?

Em relação às redes sociais, **88% das lojas virtuais da Nuvem Shop mencionaram investir em divulgação orgânica pelas mídias**. Contudo, para os 12% que ainda não as utilizaram, fica o alerta de que esse tipo de abordagem é extremamente importante para alcançar mais visitas e, conseqüentemente, conversões.

Já sobre as plataformas de anúncios pagos, os destaques foram o **Facebook Ads** e o **Instagram Ads**:

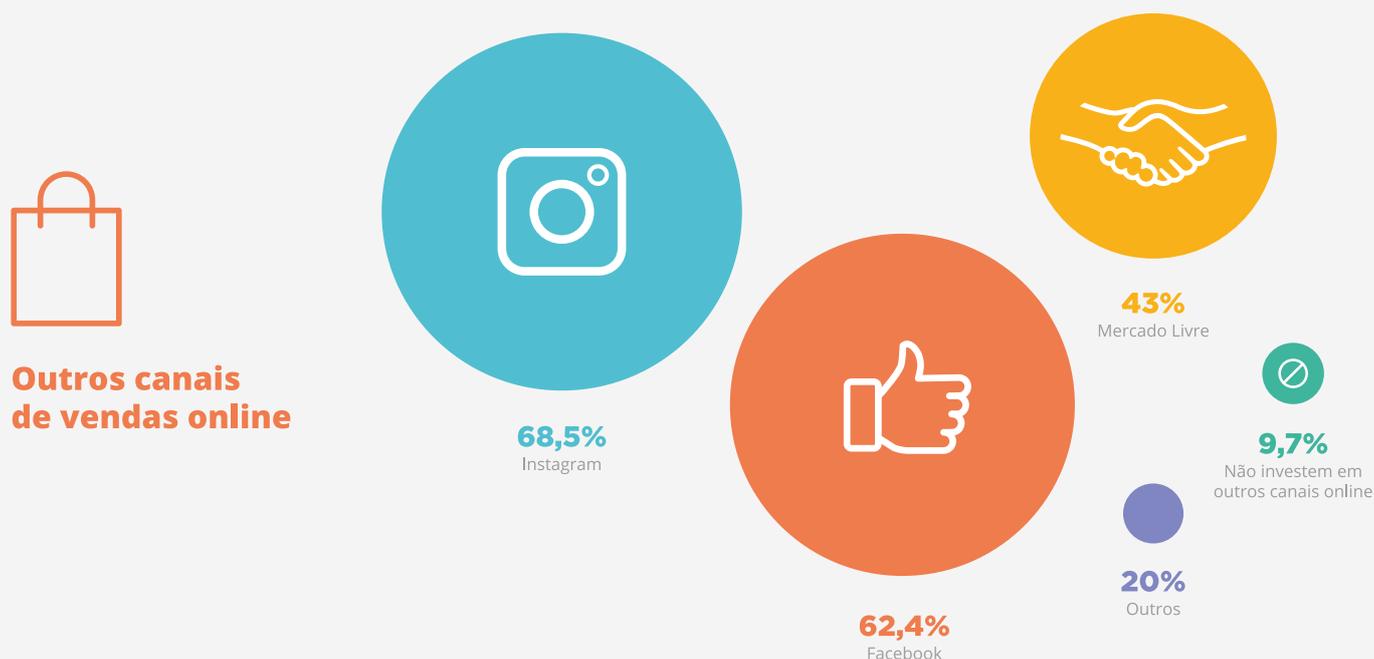


Serviços utilizados para anúncios pagos





Todavia, recuperando os números do último exemplar, é perceptível a **perda de espaço do Facebook Ads e do Google Ads**, que antes contavam, respectivamente, com 68.5% e 38.7%. Isso aconteceu em virtude do crescimento do Instagram em 2018:



Além de se destacar em publicidade paga, o Instagram se tornou a bola da vez devido a **funcionalidade de shopping, implementada no Brasil em março** do ano passado.

No próximo capítulo, você descobrirá **mais detalhes sobre a consolidação das vendas pelas redes sociais, entre outras tendências** para o e-commerce em 2019. Prossiga! ;)



CAPÍTULO 03

**Tendências
para 2019**



Tendências para 2019

Agora que você já conheceu os resultados mais interessantes de 2018, chegou o momento de descobrir as perspectivas para este ano que se inicia. Separamos, a seguir, **as apostas que servirão de norte para as próximas estratégias** do comércio eletrônico:

Geração Z e vídeo marketing

Você deve ter lido essa primeira tendência e se perguntado: o que *geração Z* tem a ver com *vídeo marketing*? Acredite, o vínculo entre esse dois tópicos é bem estreito e **vamos te explicar por quê**.

Segundo [estatísticas da ONU](#), a **geração Z (pessoas nascidas a partir do ano 2001) representará 32% da população mundial em 2019**, superando a dos millennials (ou geração Y, nascidos entre a década de 80 e o ano 2000) que será de 31.5%.

Diferentemente do grupo Y, que acompanhou o boom da internet, o Z já nasceu **em contato com as facilidades tecnológicas** e, desde muito novo, teve familiaridade com os smartphones e tablets.

Essa geração busca por mais identificação, autenticidade e liberdade de expressão, e, pelas redes sociais, essas necessidades são constantemente alimentadas através do famigerado **marketing de influência**.

Tal prática é uma abordagem de marketing que tem como imagem central um [influenciador digital](#) que dialoga com os interesses de determinadas personas. **E adivinha por qual canal** esse tipo de mensagem é geralmente transmitida? Sim, exatamente: por vídeo!



De acordo com o [Think with Google](#), **55% das pessoas entre 14 e 18 anos utilizam o YouTube diariamente** e 75% dos entrevistados usam mobile para assistir a vídeos online.

Além disso, o **YouTube se tornou o 2º maior destino para consumo audiovisual no Brasil**, ficando apenas 3 pontos percentuais atrás da líder, a TV Globo. Em quatro anos (2014 - 2018), o consumo de vídeos na web [cresceu 135%](#).

Agora imagina quanto um formato desse pode auxiliar no sucesso de uma marca! Segundo a [Search Engine People](#), incluir um vídeo em uma postagem **amplia o tráfego orgânico em 157%** e usá-lo em landing pages aumenta as vendas em 86% - chocante, não?

Se você é empreendedor, e ainda não começou a investir nessa nova tendência, esse é o momento para **criar e garantir mais vendas** (especialmente se seu público-alvo for a geração Z).

Consolidação das vendas pelas redes sociais

As redes sociais, ao longo dos últimos anos, se tornaram essenciais para o **fortalecimento das lojas virtuais**, pois, além de facilitarem o primeiro contato com potenciais clientes, podem ajudar (e muito) no aumento de visitas de um site.

Atualmente, de acordo com a [Tech Times](#), mais de **46% da população checa o celular antes de sair da cama** - e adivinha para onde vão a maioria desses acessos? Sim, para as mídias sociais! Quem nunca acordou e, na sequência, já deu uma espiadinha no Facebook e no Instagram, que atire a primeira pedra.



Estudos recentes do [Hubspot](#) também mostram que seres humanos têm a **capacidade de recordar 65% do conteúdo visual** que viram há cerca de três dias - imagina, então, quantas publicidades assimilamos em instantes.

Com isso em mente, as redes sociais começaram a adaptar suas propostas para descomplicar tanto o redirecionamento de tráfego para e-commerces, quanto a **consolidação das vendas**, surgindo assim funcionalidades de compra (conforme introduzimos no capítulo *Marketing*).

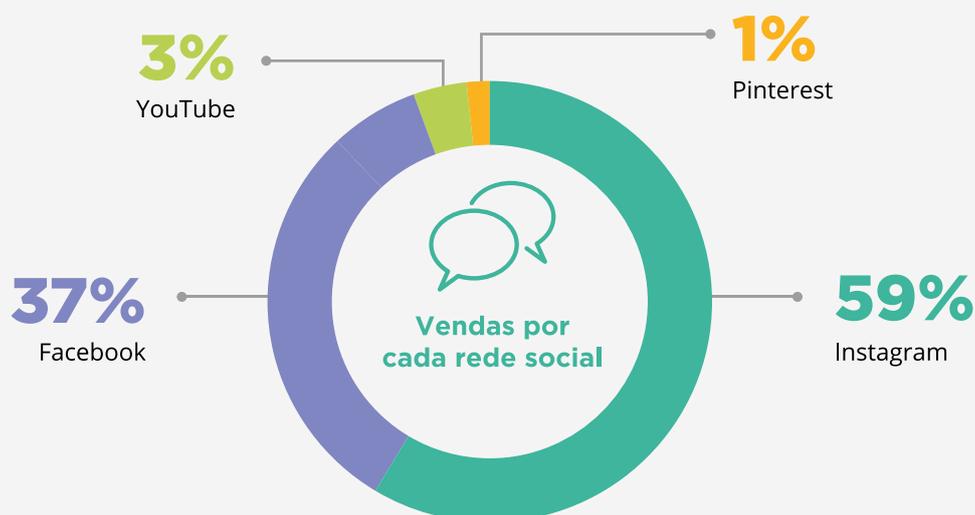
Essa tendência vem sendo adotada a todo vapor, pois, só em 2018, cerca de [28% das empresas](#) começaram a priorizar vendas sociais. Aqui na plataforma da Nuvem Shop, não foi diferente. Acompanhe:



As vendas sociais se fazem ainda mais promissoras se nos atentarmos **às variações entre os semestres**: no primeiro, o índice mensal mais alto foi de 21.2%, entretanto, na segunda metade do ano, o maior percentual chegou a 25.6% - crescimento de 4.4%.



Ademais, investigamos o uso das principais redes sociais entre os nossos lojistas:



O número do [Instagram](#) é incrível, não? Agora confira o zoom em suas variações mais altas entre os semestres: com um aumento de 12.7%, oscilou de 61.2 a 72.9%. **Inversamente**, o Facebook iniciou o ano com 55.2% e fechou com 33.2% - queda de 22%.

Além da função shopping já comentada, fica bastante claro que essas mudanças se deram também pela **abordagem mais autêntica e visual** que o Instagram proporciona (relacionada ao tópico anterior sobre vídeo marketing).

Portanto, vendas pelas redes sociais é mais uma oportunidade para as marcas que desejam conquistar e converter com **mais agilidade e assertividade** em 2019.



Era da assistência

Na última edição do NuvemCommerce, selecionamos o **omnichannel** como uma das principais tendências para 2018.

Destacamos sua relevância **no sentido de integrar** gestão, atendimento ao cliente e marketing em experiências online e offline. Essa continua sendo a palavra de ordem no mundo do e-commerce, contudo, com alguns adendos.

Atualmente vivemos a era da assistência: as buscas se tornaram conversas, uma espécie de **sistema de recomendações** - os consumidores não procuram apenas produtos, mas conselhos.

As consultas no Google já não são mais feitas somente por palavras-chave e, sim, por **perguntas completas**: de “melhor perfume” e “[marca de perfume]” para “qual perfume eu devo usar?”.

A Netflix e o Spotify, por exemplo, fizeram-se excepcionais devido às indicações que rapidamente nos sugerem a partir das nossas escolhas preliminares. Logo, **prever o que os clientes vão gostar e querer é regra**.

A automação se transformou em um dos grandes pilares de um negócio. Assistentes virtuais, como a Alexa (da Amazon) e a Siri (da Apple), hoje servem de **meio condutor** para compreender melhor o público-alvo.

Através de **padrões de informações construídos** ao longo do tempo (e uso), é possível auxiliar consumidores em suas dúvidas, entender tanto em qual etapa do funil eles se encontram (dependendo de suas interações), quanto o que realmente desejam.



Em 2018, segundo a [Adobe](#), apenas 15% das empresas usaram automação, mas **a partir de 2019, esse margem poderá subir para 31%**. O futuro está aqui, e você não vai ficar de fora dessa nova abordagem, certo?

Caso queira se informar ainda mais sobre esta perspectiva, confira as coleções [Era da Assistência](#) e [Chatbots](#) do Think with Google.



Considerações finais

E então, gostou das novidades? Como visto, 2018 foi um período de crescimento exponencial, repleto de **dados promissores**. Para 2019, as novas tendências estão aí, prontas para serem colocadas em prática e fazerem dele um ano ainda melhor.

Esperamos que as informações deste relatório tenham te animado a seguir inovando e aprimorando a **experiência de compra** para os seus clientes - afinal, eles devem sempre ser o foco principal de um negócio.

A equipe Nuvem Shop deseja a todos uma nova temporada repleta de sucesso. ;)

Boas vendas!



Apoio

wirecard

melhor
envio

bling!

jivochat

PagHiper
Soluções em pagamentos

web
peak

tiny ERP



ABCOMM
Associação Brasileira de Comércio Eletrônico

Loggi

Smart
Hint

pagseguro
uol

TD



Sobre a Nuvem Shop

A Nuvem Shop é uma empresa de tecnologia que tem como missão **potencializar histórias de sucesso**.

Nesse sentido, o principal serviço que oferecemos é uma plataforma de e-commerce, que possibilita a consolidação de qualquer negócio.

Sem a necessidade de conhecimentos técnicos, é possível deixar a loja pronta para vender adicionando produtos ilimitados, integrando meios de pagamento e frete, personalizando layouts responsivos e aproveitando ferramentas de marketing online.

Além disso, oferecemos **relacionamento com o ecossistema e educação gratuita via especialistas** para que todos possam crescer com seus empreendimentos.

Ficou interessado?

[Conheça a Nuvem Shop!](#)

