5ª EDIÇÃO

Nuvem Commerce

Relatório anual do e-commerce em 2019 e tendências para 2020

nuvemshop

Introdução 3
O e-commerce no mundo 5
O e-commerce no Brasil 8
- Vendas 10
- Dispositivos 12
- Ticket médio 13
- Meios de pagamento e frete 14
- Segmentos 16
- Datas comerciais 18
- Atendimento ao cliente 21
- Marketing 22

Tendências para 2020 28
- Consolidação do omnichannel 29
- Popularização dos podcasts 30
- Potencialização da inteligência artificial 32

Considerações finais 34
Realização: Nuvemshop 36
Apoio 37

Introdução

Seja bem-vindo à quinta edição do NuvemCommerce, relatório anual da Nuvemshop, onde apresentamos **insights sobre o comércio eletrônico em 2019**, bem como perspectivas para este ano.

Para compor o conteúdo, contamos com pesquisas externas e **dados exclusivos da Nuvemshop** e dos usuários da plataforma.

Temos certeza de que, com essas informações em mão, você poderá fazer uma análise mais profunda do seu negócio e, assim, **potencializar sua história de sucesso** em 2020.

Vamos lá?

O e-commerce no mundo

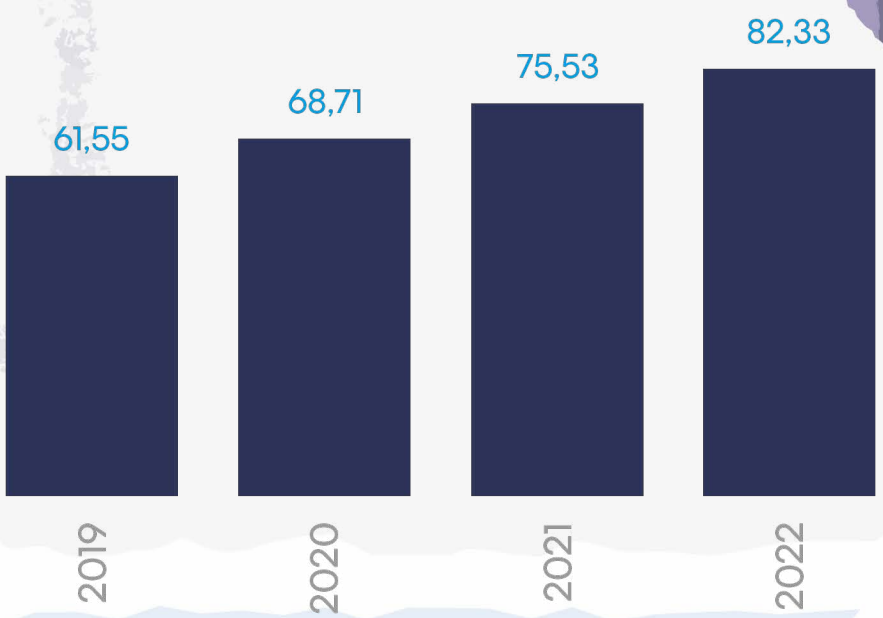
Começamos o NuvemCommerce com **resultados globais** positivos: de acordo com o Statista, a receita total (soma dos países onde o comércio eletrônico está presente) chegou a US$ 3,53 trilhões em 2019 — 17% a mais que o ano anterior. A expectativa é de que, até 2022, tal faturamento alcance US$ 6,54 trilhões!

Em relação à China — gigante do varejo online —, os números também foram animadores no que diz respeito a **vendas pelas redes sociais**: o crescimento foi de 110%, se comparado a 2018, arrecadando um montante de US$ 199 bilhões no último ano.

A **América Latina**, por sua vez, segue em ascensão ao conquistar US$ 61,55 bilhões em 2019, com perspectiva de chegar a US$ 82,33 bilhões até 2022 — aumento previsto de aproximadamente 34%:

Faturamento do e-commerce latino

(em bilhões de dólares)



Fonte: Statista

Por fim, vale ressaltar que, segundo a eMarketer, as **transações por dispositivos móveis** (smartphones e tablets) serão responsáveis por 50% da participação mundial em 2020 — ratificando a tendência mobile que vínhamos destacando desde a terceira edição do NuvemCommerce.

O e-commerce no Brasil

De acordo com o portal G1, **70% da população brasileira já está conectada à internet** — o que é um percentual favorável se comparado ao de países desenvolvidos da América do Norte e da Europa, que chega a 80%.

Atualmente, segundo a PwC, 1/3 dos brasileiros compra produtos online ao menos uma vez por semana. Além disso, conforme citado no NuvemCommerce 2019, estima-se que o Brasil terá um total de **87 milhões de consumidores digitais neste ano** — 19% a mais que 2018!

No que diz respeito ao perfil de tais compradores, é importante destacar que **30% deles são da Geração Z** (nascidos a partir de meados da década de 90). Esse público, em especial, tem sido responsável pela transformação no modo de consumo.

O favoritismo entre marcas já não é o ponto de partida para uma compra: **a autenticidade e o** marketing de inclusão (que aborda preservação ambiental, diversidade cultural, feminismo, desconstrução de estereótipos etc) estão se tornando mandatórios.

E aí, será que a sua marca está acompanhando essas e outras tendências do e-commerce brasileiro?

Para descobrir, **observe a lupa no ambiente da Nuvemshop** e, na sequência, as perspectivas para 2020.

Vendas

A nível nacional, os resultados da plataforma foram extremamente promissores: os empreendedores realizaram 2.028.827 vendas (79,5% a mais que 2018), acumulando um total de **R$ 457.722.344 em 2019** (cerca de R$ 182 milhões a mais que o ano anterior!).

Dessas vendas, 22% foram realizadas através das mídias sociais:

E, se dermos zoom no uso das principais redes sociais, fica bastante evidente o sucesso do **Instagram, que cresceu 16 pontos percentuais** (inversamente proporcional ao Facebook):

De acordo com a Ebit, **as mídias sociais são o segundo maior motivador de compra** para os brasileiros, ficando atrás apenas dos sites de busca, como o Google. Ademais, 80% dos consumidores, que fecham um carrinho a partir de uma indicação social, afirmam satisfação em relação ao preço.

Dispositivos

No que se refere aos dispositivos, na Nuvemshop, as visitas por smartphones e tablets **evoluíram em 25,3%** se contrapostas às de 2018:

Já as vendas por mobile **aumentaram cerca de 22%**, chegando a 65,6%:

Segundo a PwC, **metade da população brasileira** compra ao menos uma vez por mês através de dispositivos móveis. A previsão é de que, até o fim deste ano, o Brasil atinja a marca de 107 milhões de usuários de smartphones e tablets — 12% a mais que no ano anterior.

Ticket médio

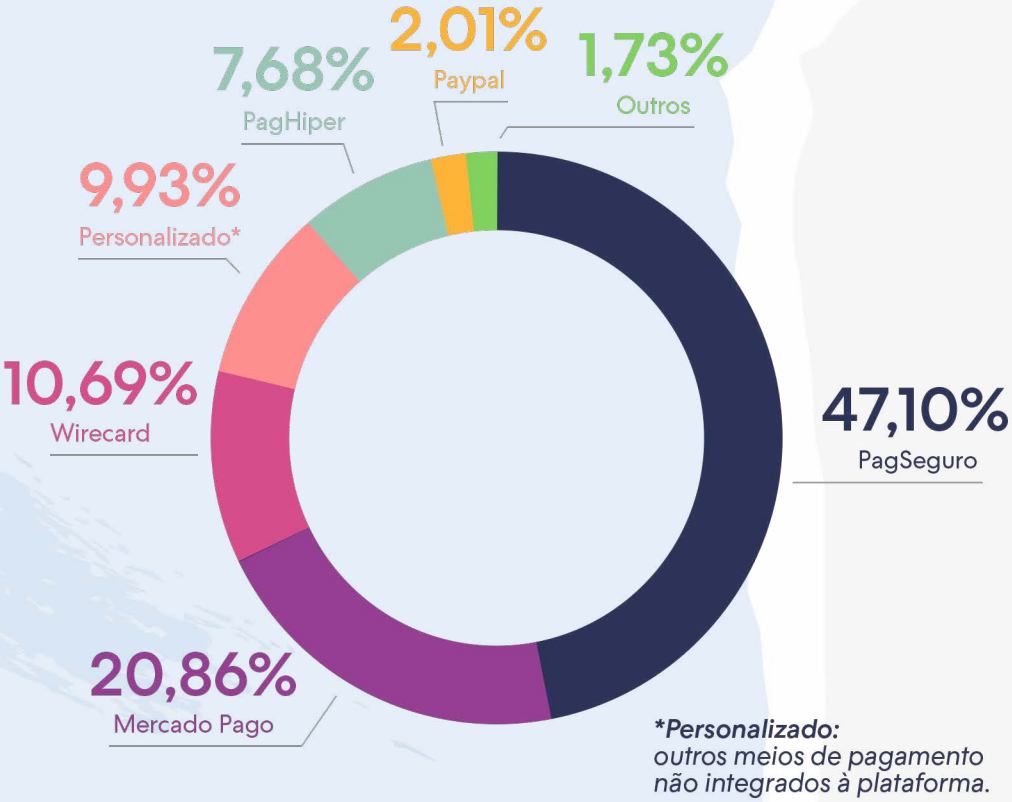
O ticket médio é um dos principais KPIs de um negócio. Por meio dele, é possível identificar o **valor mediano dos pedidos realizados** em uma loja virtual. Dependendo das metas anuais, ele pode servir como ponto de partida para insights nas áreas de marketing e finanças.

Por aqui, o ticket médio dos e-commerces foi de **R$ 225,60 em 2019** — revelando uma pequena diferença se comparado ao de 2018 (R$ 259). Se isolarmos apenas o valor de transações realizadas por dispositivos móveis, a quantia é de R$ 206,64.

Meios de pagamento e de frete

Conforme esperado, entre os meios de pagamento, **o PagSeguro, o Mercado Pago e a Wirecard** se destacaram novamente em 2019:

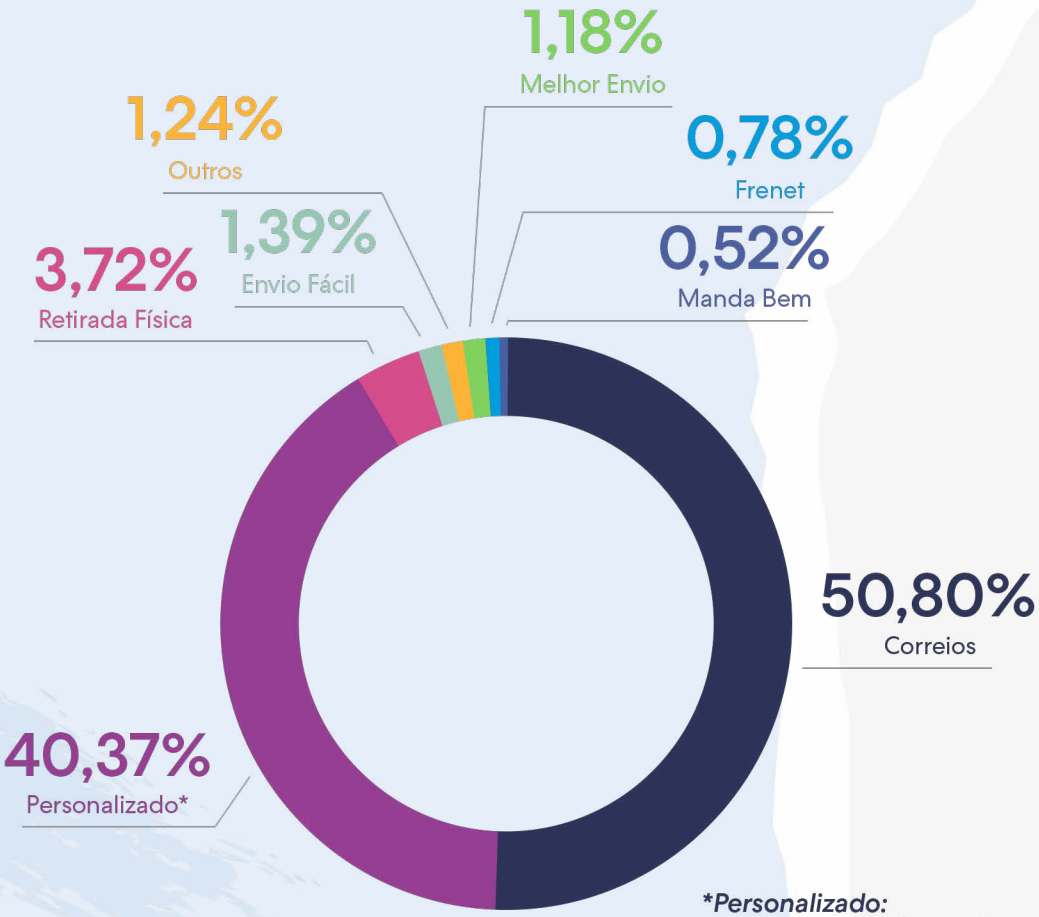
Vendas por meios de pagamento



O **cartão de crédito**, de acordo com a Ebit, foi o meio de pagamento mais utilizado, e mais da metade dos vencimentos online foram liquidados à vista.

Enquanto isso, nos meios de frete, tivemos uma novidade: **os Correios caíram em 7,2 pontos percentuais**, mostrando que os envios alternativos e personalizados estão ganhando espaço no mercado:

Vendas por meios de frete



***Personalizado:** outros meios de frete não integrados à plataforma.*

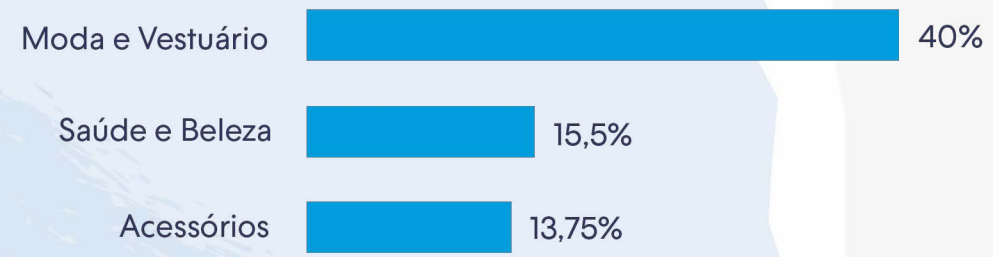
O Melhor Envio, a Frenet e o Manda Bem, por exemplo, são plataformas integradas à Nuvemshop com o objetivo de agilizar entregas, diminuir custos e **simplificar a gestão de logística**.

Vale ressaltar ainda duas tendências em relação aos envios: 60% dos consumidores preferem **pagar mais barato no frete**, mesmo que com prazos de entrega maiores, entretanto, 47% aceitariam pagar mais caro para receber o produto antes.

Segmentos

Mantendo a tradição, as verticais ***Moda e Vestuário, Saúde e Beleza e Acessórios*** seguiram no topo (e se comparadas a 2018, variaram entre 2 e 4 pontos percentuais apenas):

Vendas por segmentos



11,75% Outros

3,76% Casa e Jardim

3,7% Artesanato

2,46% Produtos Eróticos

2,4% Comidas e Bebidas

2,02% Livros

1,6% Esportes

1,57% Presentes

1,49% Eletrônicos

Todavia, se dermos um **zoom nos tickets médios desses segmentos da Nuvemshop**, notamos uma mudança radical na ordem do ranking:

Tickets médios por segmentos

(em Reais)

R$ 311 Casa e Jardim

R$ 291 Outros

R$ 240 Moda e Vestuário

R$ 201 Saúde e Beleza

R$ 195 Produtos Eróticos

R$ 168 Artesanato

R$ 163 Acessórios

R$ 157 Comidas e Bebidas

R$ 128 Livros

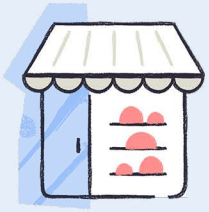
Tal como nos anos anteriores, essa alteração é justificável pelos **preços superiores** de *Eletrônicos* e aparatos de *Esportes*, se contrapostos aos de *Acessórios*, por exemplo.

Além disso, outras duas verticais que continuam se destacando com **tickets acima da média** são *Viagem* (R$ 3.104) e *Equipamentos e Máquinas* (R$ 699).

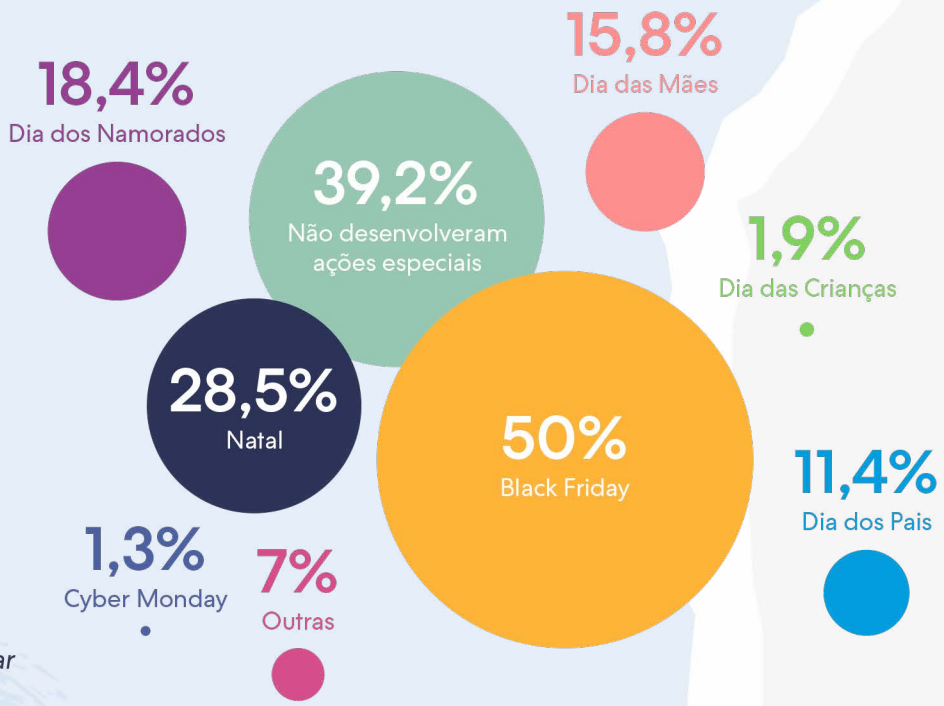
Datas comerciais

As épocas comemorativas são excelentes momentos para desenvolver novas estratégias de vendas, **investir em campanhas de marketing**, conquistar e fidelizar clientes e, consequentemente, aumentar a receita do negócio.

Abaixo, confira quais foram os **períodos comerciais que os empreendedores aderiram** por aqui em 2019:



Realização de campanhas em datas comerciais



**A soma excede 100% uma vez que os respondentes puderam selecionar mais de uma opção*

Como visto, **a Black Friday e o Natal foram os preferidos mais uma vez.** Por outro lado, a Cyber Monday (segunda-feira após a Black Friday) tem potencial de expansão, considerando que, segundo a Social Miner, apenas 36,1% dos consumidores a conhecem.

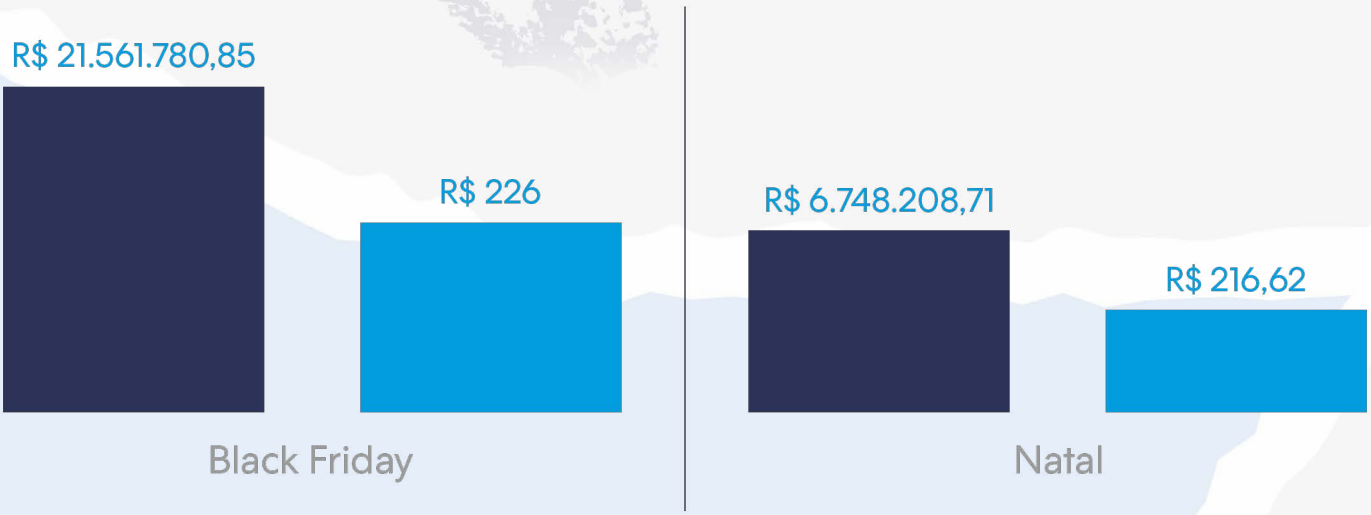
Contudo, o que mais surpreende nessa pesquisa é o volume de lojistas que não desenvolveram ações especiais em nenhuma data comercial (39,2%).

Se você não sabe como se programar em cada período, **acesse o nosso** Calendário 2020 e se prepare para este ano que está só começando. Nele, encontre dicas e uma versão gratuita para download.

Agora voltando à Black Friday e ao Natal, observe seus resultados neste último ano:

Resultados 2019

(em Reais)



A Black Friday 2019 foi um sucesso: faturou 49% a mais que a edição de 2018! Os pedidos chegaram a 8,74 por minuto — crescimento de 64% ano contra ano desde 2017. **As vendas mobile atingiram o share de 63,5%, ultrapassando, assim, a média nacional de 55%.**

O Natal 2019, por sua vez, teve uma receita 22,4% maior que a do ano anterior, além de **3,1 transações por minuto** na Nuvemshop. As conversões por dispositivos móveis ultrapassaram as da Black Friday em três pontos percentuais (67%).

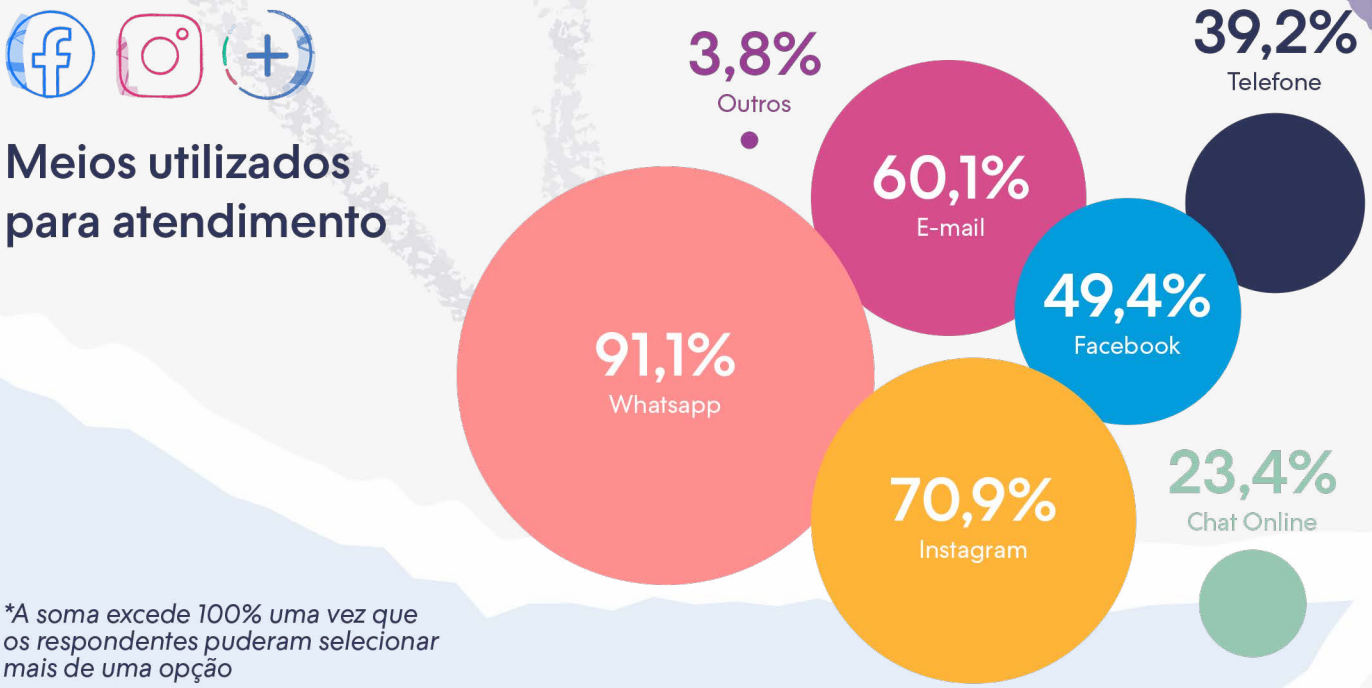
Por fim, segundo o TechCommerce #30, o **e-commerce brasileiro como um todo** conquistou R$ 14,1 bilhões e 31 milhões de pedidos nesse último Natal — aumento de 30% se comparado a 2018.

Atendimento ao cliente

Você sabia que as principais falhas no atendimento ao cliente são, em ordem, ter apenas um canal para comunicação, **não disponibilizar autoatendimento**, descontinuar o suporte (não unificar o histórico do consumidor) e demorar para retornar?

Por isso, é essencial que um e-commerce tenha **mais de um meio de atendimento** disponível, bem como uma central de suporte unificada e um FAQ (Perguntas Frequentes) para solucionar as dúvidas do público com agilidade e facilidade.

Com isso em mente, acompanhe a seguir **quais foram os canais mais usados** pelos empreendedores da Nuvemshop:



A soma excede 100% uma vez que os respondentes puderam selecionar mais de uma opção

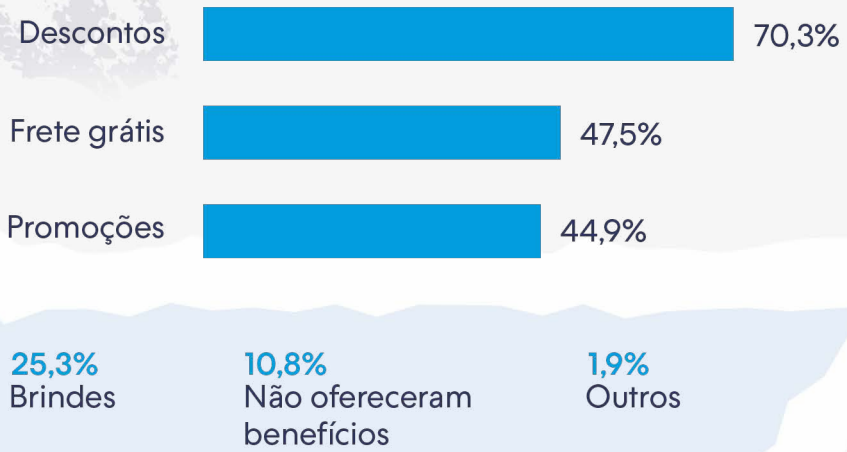
O **WhatsApp**, conforme observado, foi o meio mais empregado em 2019. No entanto, o destaque se dá ao Instagram, que ultrapassou o atendimento por e-mail e ocupou a segunda posição do ranking. Tal mudança reafirma o advento dos canais alternativos, que oferecem ao cliente um suporte mais dinâmico e flexível.

Marketing

O marketing é uma das principais áreas de um negócio, afinal, a partir de estratégias de **atração, retenção e fidelização**, você comunica a sua marca, oferece valor ao seu público (através dos seus produtos e serviços) e, por consequência, vende mais.

Para começar, vejamos os benefícios que os lojistas da nossa plataforma empregaram no ano que passou:

Benefícios oferecidos ao cliente



**A soma excede 100% uma vez que os respondentes puderam selecionar mais de uma opção*

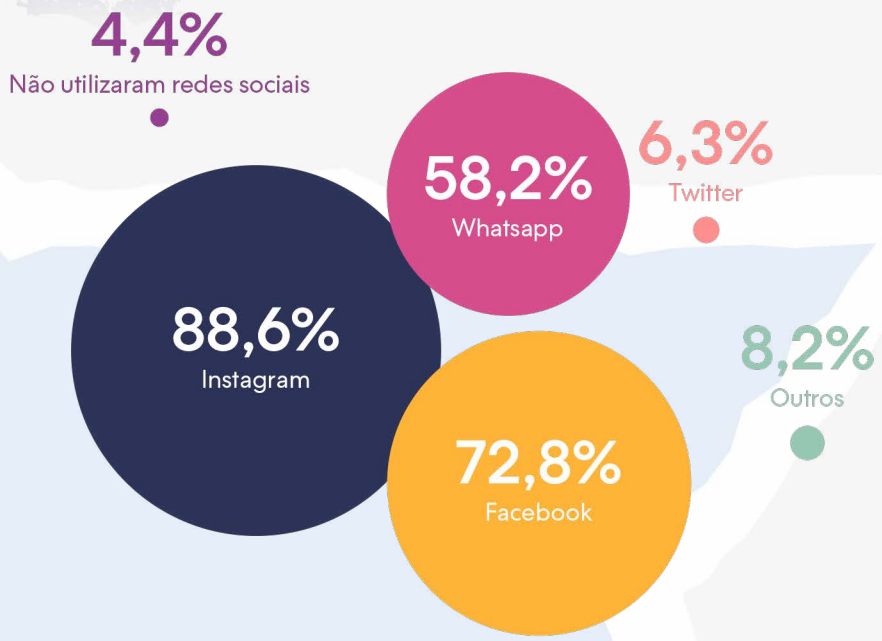
Diferentemente de 2018 (Promoções: 72,1%, Frete grátis: 50,9% e Descontos: 46,7%), *Descontos* ocupou o primeiro lugar, atingindo um **crescimento de 23,6 pontos percentuais**. Na Nuvemshop, disponibilizamos diversas opções para configurar ofertas — desde cupons a descontos para pagamento personalizado.

Já o desinteresse por investir em estratégias de e-mail marketing se intensificou quando comparado à edição anterior (de 11,5% para 16,5%). Isso se deu devido à — constante — **popularização das redes sociais** em meio ao público. As marcas acreditam ser mais fácil atingir seus

potenciais clientes no Instagram e no Facebook, por exemplo.

Como evidência, confira o gráfico abaixo:

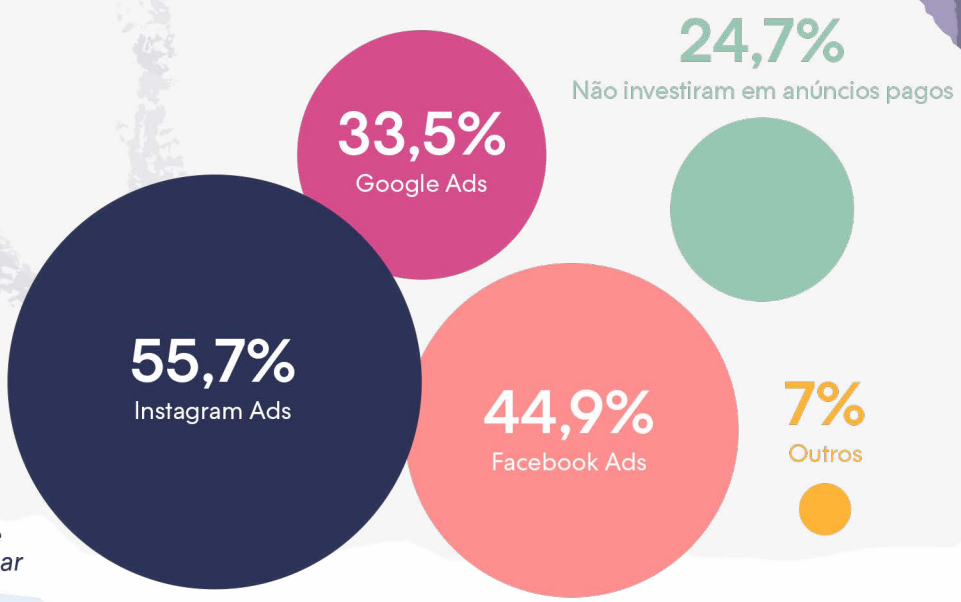
Redes sociais utilizadas para divulgação orgânica



**A soma excede 100% uma vez que os respondentes puderam selecionar mais de uma opção*

Em relação aos serviços pagos, especificamente, a **consolidação do Instagram** diante do Facebook se tornou mais uma vez irrefutável:

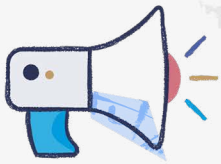
Serviços usados para anúncios pagos



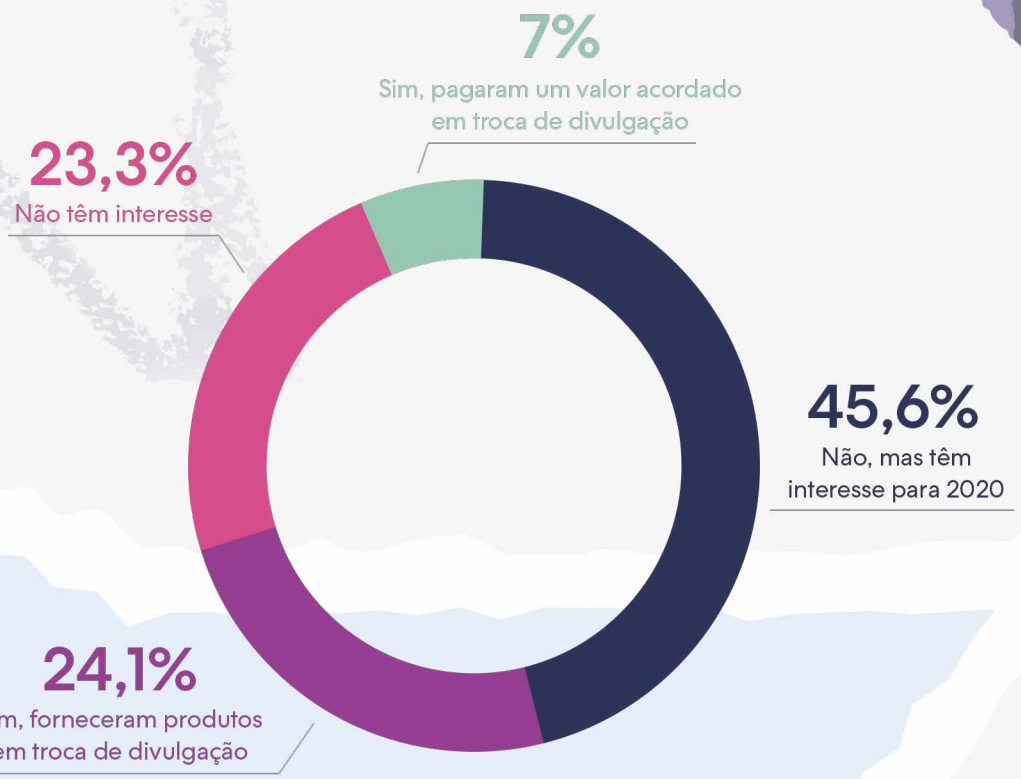
**A soma excede 100% uma vez que os respondentes puderam selecionar mais de uma opção*

Se comparado ao resultado de 2018, **o Instagram Ads cresceu 19% no ano passado**; o Facebook, por sua vez, decresceu em 11,7%. Ademais, a parcela daqueles que não se dedicaram a anúncios pagos caiu em 5,6 pontos percentuais.

Ainda salientando investimentos financeiros, vale ressaltar a **presença dos influenciadores digitais na estratégia de marketing** dos empreendedores da Nuvemshop:

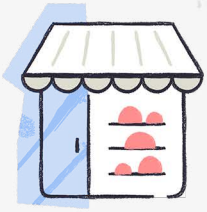


Parceria com influenciadores digitais

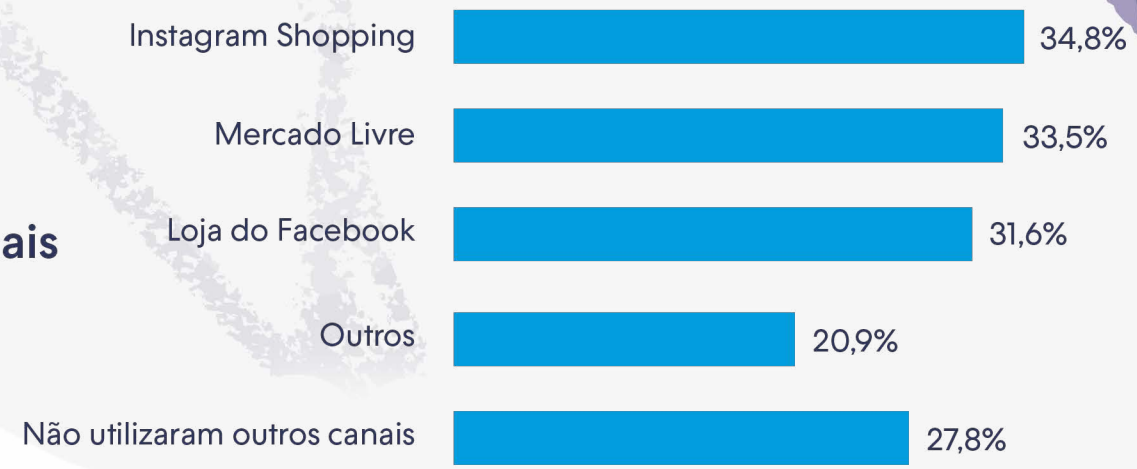


Como visto, 31,1% dos lojistas aplicaram esse tipo de abordagem em seu negócio em 2019, e 45,6% desejam colocá-la em prática este ano. Isso reitera a **importância do marketing** de influência e o poder da indicação, que nossa equipe de conteúdo destacou no NuvemCast #13.

Por fim, no que diz respeito a **canais de vendas online**, que são essenciais para potencializar as conversões de uma loja virtual, tivemos o Instagram à frente novamente:



Outros canais de vendas online



**A soma excede 100% uma vez que os respondentes puderam selecionar mais de uma opção*

Se você ainda não utiliza o Instagram a favor da sua marca ou acredita que não está aproveitando todo o potencial dessa rede social, **aprenda as principais estratégias para o seu negócio no nosso guia gratuito** Como vender pelo Instagram.

No próximo capítulo, antene-se sobre as tendências para o e-commerce em 2020. Será que você tem ideia de quais serão? Vem espiar!

Tendências

para 2020

Agora que você já se informou sobre os números mais importantes de 2019, chegou o momento de descobrir as perspectivas para este ano que se inicia. Separamos, a seguir, **três apostas para o varejo online**:

Consolidação do omnichannel

Na terceira edição do NuvemCommerce, havíamos citado o omnichannel — **integração entre canais online e offline** — como uma tendência que estava começando a despontar no mercado. E, de fato, ele se desenvolveu ao longo dos últimos anos, agregando a si outras diretrizes importantes, como o marketing personalizado.

Empresas como Riachuelo, Amaro e Iguatemi são exemplos da consolidação do omnichannel. Dentre as principais inovações, destacam-se lockers para **retirada de pedidos em lojas físicas**, provadores interativos (com ajustes de luz de acordo com o estilo da roupa) e área de customização (troca de tonalidade das peças com poucos cliques).

Além disso, outra frente que veio para avigorar e desburocratizar o omnichannel, no Brasil em 2020, foi a **aprovação do** Projeto de Lei Complementar 148/2019,

que regulariza e facilita as vendas entre canais, no que diz respeito a obrigações tributárias do vendedor e ao direito de troca do consumidor.

Por isso, se você ainda não se dedica a essa tendência, é tempo de se informar e dar os primeiros passos em direção à multicanalidade. Essa estratégia tem tudo para contribuir com a **experiência de compra do cliente** e, consequentemente, com a sua fidelização.

Popularização dos podcasts

Você sabia que 55% dos internautas escutam ao menos um podcast por mês?

Pois é, esse formato tem se difundindo (e muito!) entre os ouvintes de plataformas de *streaming*. Estima-se que, nos próximos anos, **20% do consumo de áudio no Spotify será conteúdo não-musical**.

Mas, para você que chegou aqui e ainda não sabe o que é podcast, te explicamos: podcast é um **material em forma de áudio**, entretanto, diferentemente de uma rádio, ele não é ao vivo. Você pode ouvi-lo a qualquer momento

e lugar (no trânsito, em casa, na academia etc) e quantas vezes quiser.

Os **temas abordados** são os mais variados: desde política, economia e esportes até diversidade cultural, saúde mental e feminismo — existem canais de podcasts para todos os gostos!

Aqui na Nuvemshop, por exemplo, temos dois podcasts: o NuvemCast e o TechCommerce. O primeiro é mensal e aborda temas sobre e-commerce, empreendedorismo e marketing digital. Já o segundo é produzido semanalmente e traz as notícias mais importantes do período.

Assim, por ainda estarem se popularizando, podcasts podem se tornar um diferencial na sua estratégia de marketing. Com esse formato, você tem a chance de apresentar uma **marca mais humanizada** através de um bate-papo casual (como com especialistas, o que ativa o gatilho mental de autoridade nos ouvintes) e de abordagens de storytelling.

Potencialização da inteligência artificial

Conforme apontado no NuvemCommerce 2019, as **assistentes virtuais** (como a Lu do Magazine Luiza, a Bia do Bradesco e a Alexa da Amazon) chegaram para ficar. De acordo com a PwC, 10% dos consumidores já as usam para realizar compras online semanalmente.

Além disso, segundo o E-Commerce Brasil, 15% das pesquisas no Google são feitas por voz — e, até 2020, **a perspectiva é de que esse share chegue a 50%**.

No e-commerce, especificamente, a inteligência artificial tem se expandido a partir dos robôs de atendimento, que não só podem encaminhar o consumidor para um atendente humano, mas também podem ser **programados para responder perguntas frequentes** (o que agiliza bastante a jornada do cliente).

Por fim, não devemos nos esquecer das visualizações interativas que têm ganhado força nos últimos anos. Atualmente, muitas lojas de móveis e decoração já possuem aplicativos que permitem que o consumidor veja, em **realidade aumentada**, o objeto desejado no ambiente da

própria casa — o que vai ao encontro de uma pesquisa da Gartner, que afirma que 60% dos e-commerces usarão inteligência artificial em 2020.

Preparado para o futuro? Caso queria se informar sobre outras perspectivas, confira a coleção Tendências de Consumo do Think with Google.

Considerações finais

E aí, gostou dos resultados? Como visto, 2019 foi um ano de **potencialização do e-commerce** no Brasil e ao redor do globo. Para 2020, as novas (e contínuas) tendências estão prontas para serem consolidadas e aplicadas em estratégias de marketing e de vendas.

Esperamos que as informações do NuvemCommerce tenham te animado e ajudado a fazer uma **análise mais profunda do seu negócio**.

A equipe Nuvemshop deseja a você **um ano repleto de sucesso**. Boas vendas!

REALIZAÇÃO

nuvemshop

Líder na América Latina com **+30 mil lojas ativas**, a Nuvemshop é a plataforma de comércio digital ideal para marcas que buscam aumentar suas receitas através do posicionamento online e da diversificação dos seus canais de vendas.

Com escritórios no Brasil, no México e na Argentina, e uma equipe de +150 especialistas, apresenta uma **plataforma robusta e flexível**, que permite fácil integração com as principais soluções do ecossistema.

Conheça a Nuvemshop

APOIO

AB
COMM
associação brasileira de
comércio eletrônico

bling!

manda bem

melhor
envio

mercado
pago

PROJETOS
Resultados Digitais

PagBank

polen

SmartHint

tiny ERP

TWOWEB

wirecard

nuvemshop

www.nuvemshop.com.br