3ª Edição

Nuvem Commerce

Relatório anual do e-commerce em 2017 e perspectivas para 2018

nuvemshop

Introdução 3

O e-commerce no mundo 5

O e-commerce no Brasil 12

- *Geração de tráfego* 14
- *Vendas* 19
- *Ticket médio* 23
- *Participação dos segmentos* 24
- *Datas comemorativas* 27
- *Atendimento ao cliente* 32
- *Marketing* 34

Perspectivas para 2018 40

- *Realidade mobile* 41
- *Micro-momentos* 43
- *Atendimento humanizado* 44
- *Omnichannel* 45

Considerações finais 47

Sobre a Nuvem Shop 49

Apoio 50

Introdução

O e-commerce continua a se expandir em todo o mundo. A facilidade de **adquirir o que se deseja com apenas um clique**, seja da tela do computador ou do celular, vem se popularizando a cada ano.

Em busca de acompanhar o comportamento e suprir as necessidades do consumidor, que vive em constante contato com os avanços tecnológicos, **o comércio está sempre em frequente transformação**.

Hoje não basta ter uma loja virtual para **conquistar a clientela e se destacar diante da concorrência**, é preciso ir além! Investir em diferentes canais de relacionamento, oferecer benefícios verdadeiramente interessantes e desenvolver campanhas especiais são algumas das muitas estratégias dos nossos empreendedores.

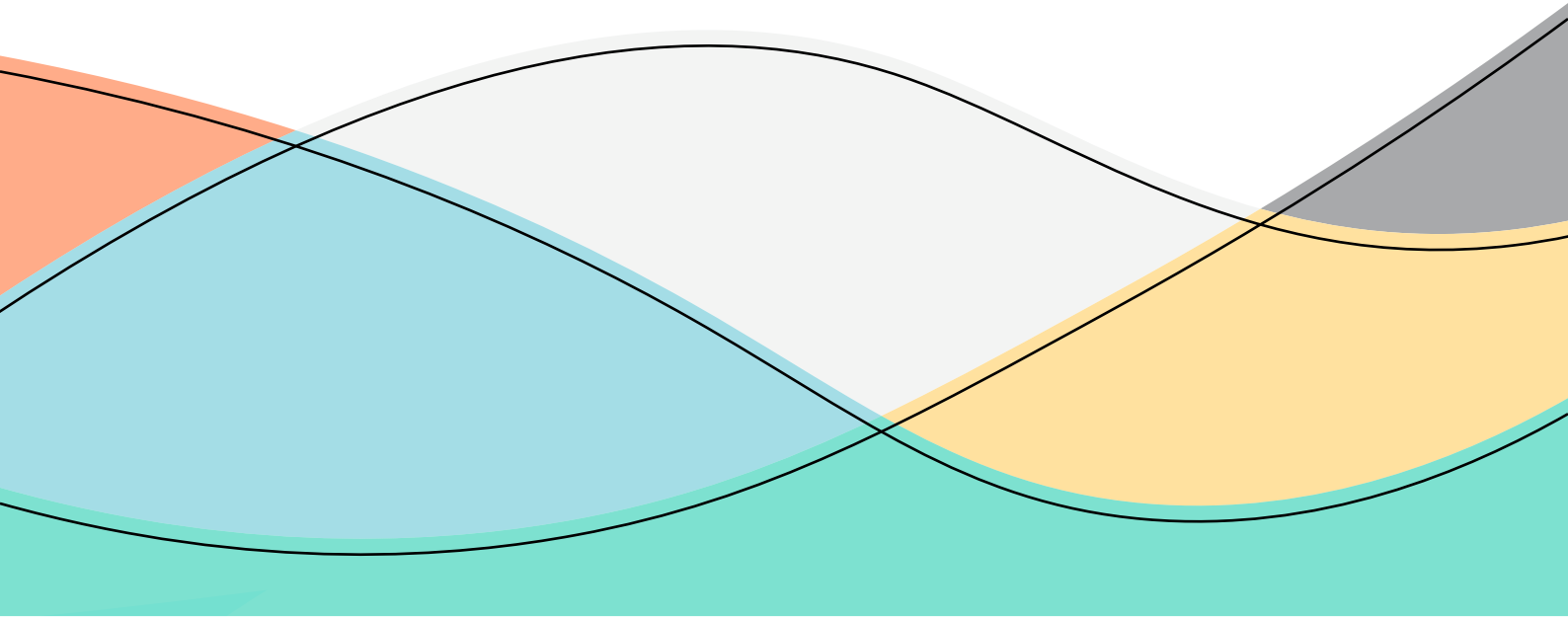
E aí, será que as suas ações estão afinadas com o que está em alta?

Para contribuir com tal análise, desenvolvemos este

relatório com informações de pesquisas externas e também exclusivas dos usuários da nossa plataforma, projetando um **panorama geral do crescimento do e-commerce e as perspectivas do mercado**. Esperamos que você goste.

Boa leitura!

O e-commerce no mundo



Os números do e-commerce em volta do globo foram surpreendentes. Os consumidores, ano a ano, vêm aderindo à **nova experiência de compra online**. Registros nos fazem crer que 2018 tem tudo para ser ainda melhor.

Em 2017, **o crescimento médio do comércio eletrônico mundial foi de 17%**. Mas um dos grandes destaques foi a evolução da Ásia como líder incontestável do setor e, em particular, da China. Essa é uma tendência observada desde os últimos anos e, aparentemente, continuará a aumentar.

Segundo os relatórios do Ecommerce Foundation, esse país oriental permaneceu como o maior mercado de comércio eletrônico *Business-to-Consumer* (de empresa para consumidor) com mais de **U$S 681 milhões em faturamento**, seguido pelos Estados Unidos com U$S 438 milhões (que caiu em 9% se comparado ao ano anterior) e pelo Reino Unido com US$ 196 milhões.

Outra novidade foi **o crescimento dos e-commerces da Turquia e da Austrália**, respectivamente, 40% e 31%.

Uma grande revelação! E estima-se que essa margem só continue a aumentar.

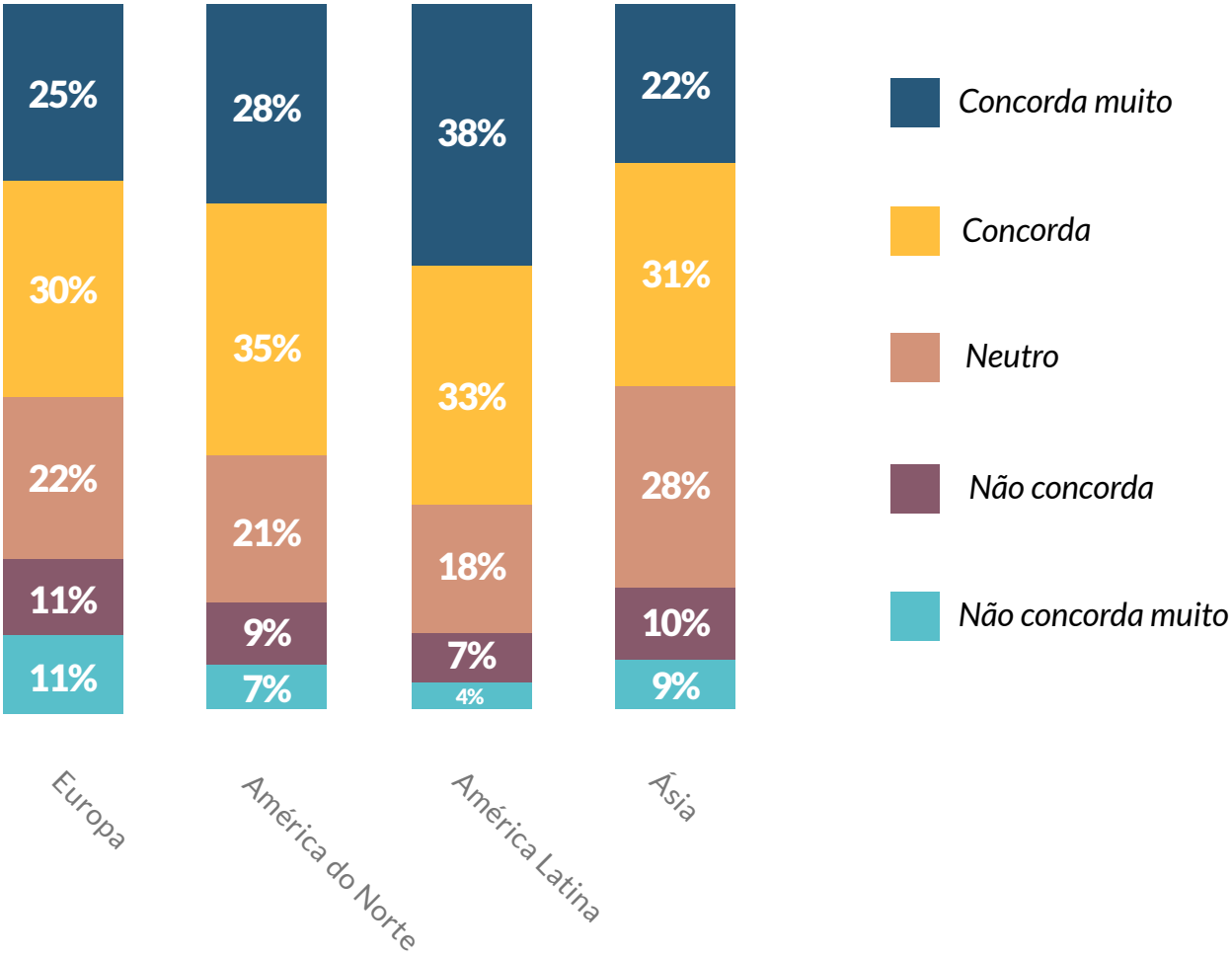
A respeito das mídias sociais, ainda de acordo com as pesquisas do Ecommerce Foundation, notou-se que existe uma relação direta entre elas e o comércio eletrônico:

- Mais de 53% dos consumidores globais disseram que as redes sociais influenciaram sua decisão de comprar online;

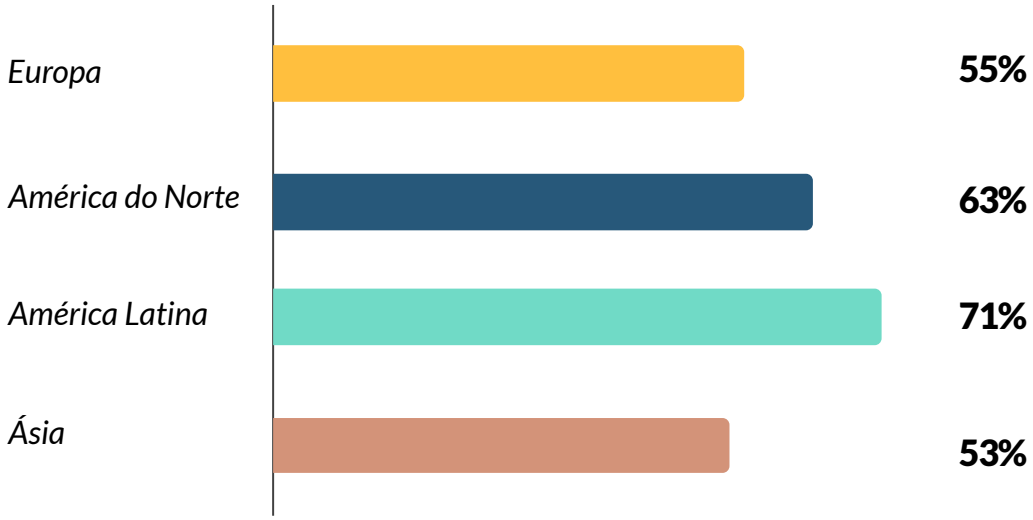
- E mais de 34% afirmaram compartilhar a compra feita de seus celulares através do Facebook ou Instagram.

Para mais detalhes, confira os gráficos abaixo:

Impacto das redes sociais na decisão de compra online



Porcentagem total de quem concorda



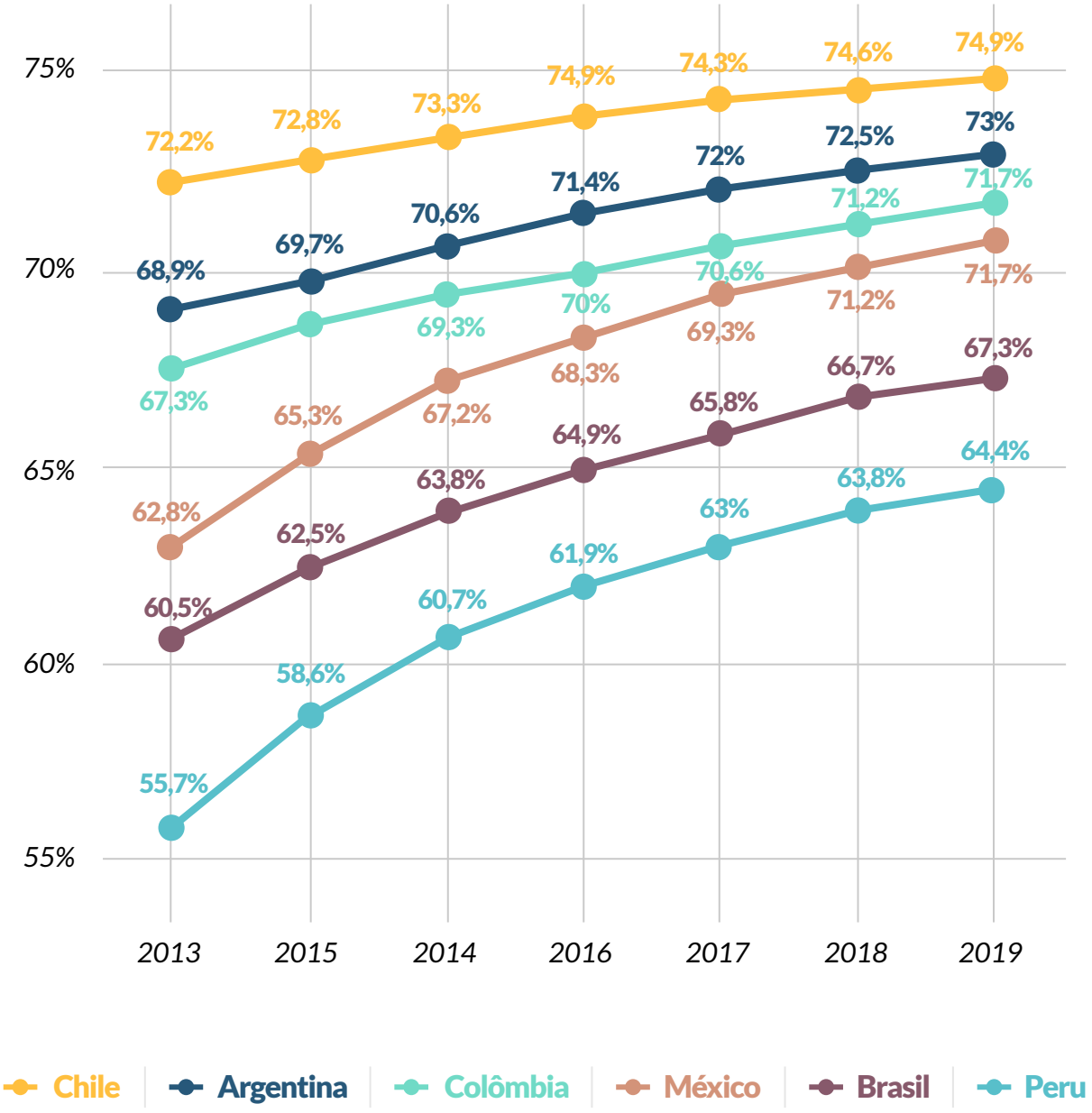
Como foi possível constatar, **a região com maior influência de compra pelas mídias é a América Latina (71%)**, seguida pela América do Norte (63%), Europa (55%) e Ásia (53%).

Em 2021, estima-se que essa tendência cresça e, pouco a pouco, outros países da Ásia, como a Índia, ganhem terreno no mundo do comércio eletrônico.

Já em relação aos dispositivos móveis, foi possível perceber que a penetração/uso desses aparelhos é de aproximadamente **39% na América Latina** - um dos principais fatores que impulsionaram o e-commerce nesse território em 2017.

Desde 2013, o Chile tem uma taxa de posse móvel de mais de 70%, seguido por Argentina, Colômbia, México, Brasil e Peru. Observe a seguir:

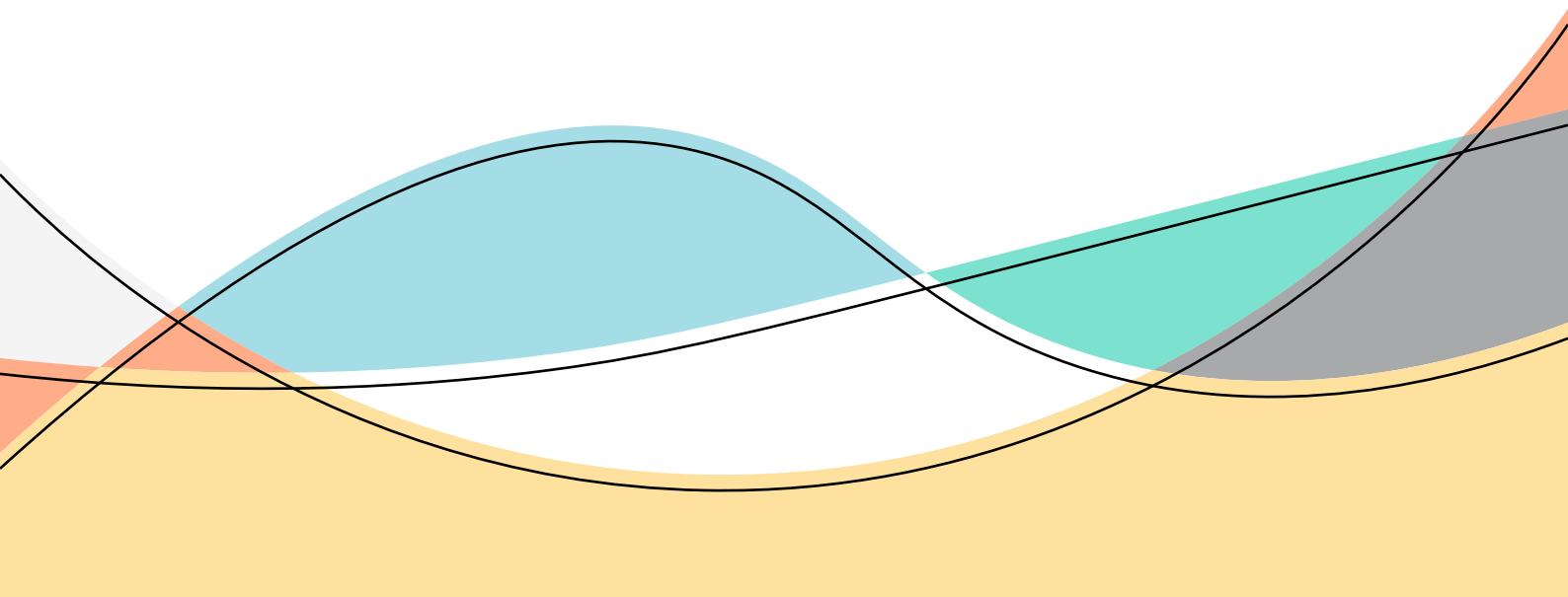
Penetração de dispositivos móveis na América Latina



Estima-se ainda que a taxa de posse desse subcontinente alcançará 43,2% em 2019, um ponto que poderá beneficiar (e muito) **o crescimento do m-commerce**.

Gostou dos dados animadores? Pois bem, continue acompanhando - o nosso próximo capítulo será inteiramente dedicado ao Brasil!

O e-commerce no Brasil



Se comparadas ao ano anterior, as atividades econômicas no Brasil avançaram em 2017 - ainda que considerando os resquícios da crise e a instabilidade do governo. Assim, fazendo parte desse cenário, **o e-commerce brasileiro acompanhou a mesma linha de evolução**.

Um exemplo dessa mudança foi o crescimento palpável no período do Natal: segundo a Revista PEGN, o faturamento do comércio eletrônico nessa época cresceu 13%, **somando R$ 8,7 bilhões** frente aos R$ 7,7 bilhões registrados em 2016 (considerando o período entre 15 de novembro e 24 de dezembro).

Em especial, **a Black Friday correspondeu a 25% do rendimento do setor** - gerou um faturamento de R$ 2,1 bilhões no e-commerce (alta de 10,3%) e o número dos pedidos cresceu em 14%, de acordo com o Ebit. Além disso, o aumento do m-commerce sextuplicou em quatro anos!

Para mais detalhes sobre esse ano, confira agora a nossa lupa no ambiente da Nuvem Shop.

Geração de tráfego

Assim como estabelecimentos físicos, o comércio eletrônico também precisa de movimento - e é disso que se trata a geração de tráfego. Um dos maiores objetivos de um empreendedor é **gerar visitas para o seu e-commerce e, consequentemente, vendas**.

Durante o ano que passou, as lojas que utilizam a nossa plataforma acumularam inúmeras visitas da América do Sul. Observe a comparação em **níveis latino (incluindo o Brasil) e somente brasileiro**:

Visitas nas lojas da Nuvem Shop

Total na América do Sul
116.893.544

Somente no Brasil
116.238.696

Olhando esse público mais atentamente, podemos perceber que **as visitas se concentram na região Sudeste**, seguida por Sul, Nordeste, Centro-Oeste e Norte:

Visitas por estado

Top 3

São Paulo - **32,50 %**

Rio de Janeiro - **11,96 %**

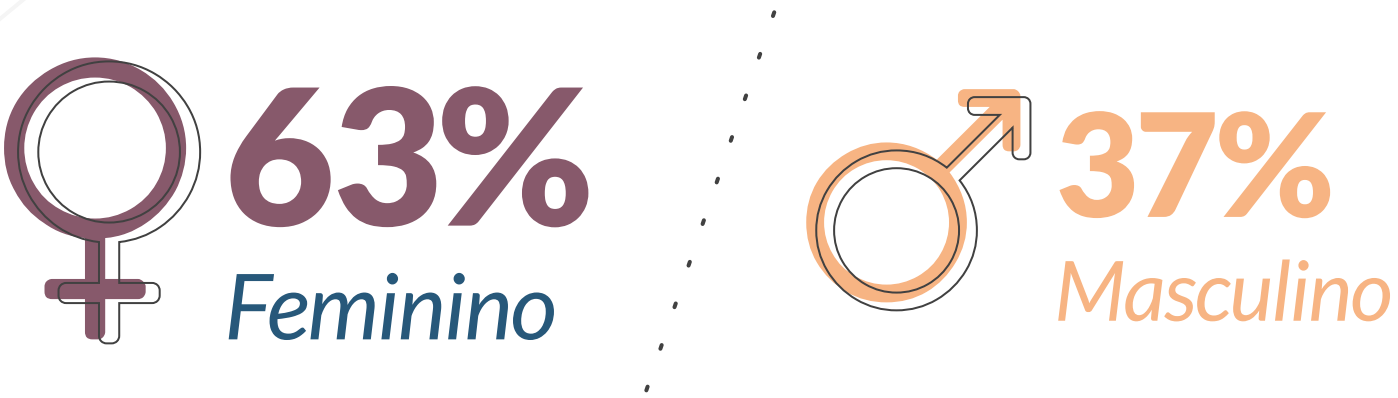
Minas Gerais - **10,87 %**

4 Paraná - 6,43 %
5. Rio Grande do Sul - 5,62 %
6. Bahia - 4,71 %
7. Santa Catarina - 3,82 %
8. Pernambuco - 2,94 %
9. Goiás - 2,94 %
10. Ceará - 2,87 %
11. Distrito Federal - 2,80 %
12. Espírito Santo - 1,70 %
13. Mato Grosso - 1,27 %
14. Pará -1,27 %
15. Paraíba - 1,12 %
16. Mato Grosso do Sul - 1,10 %
17. Rio Grande do Norte - 0,96 %
18. Amazonas - 0,90 %
19. Maranhão - 0,89 %
20. Alagoas - 0,88 %
21. Piauí - 0,64 %
22. Sergipe - 0,60 %
23. Rondônia - 0,46 %
24. Tocantins - 0,37%
25. Acre - 0,14 %
26. Amapá - 0,14 %
27. Roraima - 0,10%

Considerando que **a população do Sudeste é proporcionalmente maior** e que esse é um dos principais pólos econômicos do Brasil, as porcentagens se justificam.

Já em relação à participação dos gêneros, tivemos uma surpresa: diferentemente dos números de 2016 - em que os públicos masculino e feminino estiveram quase que igualmente divididos -, 2017 foi das mulheres:

Visitas por gênero

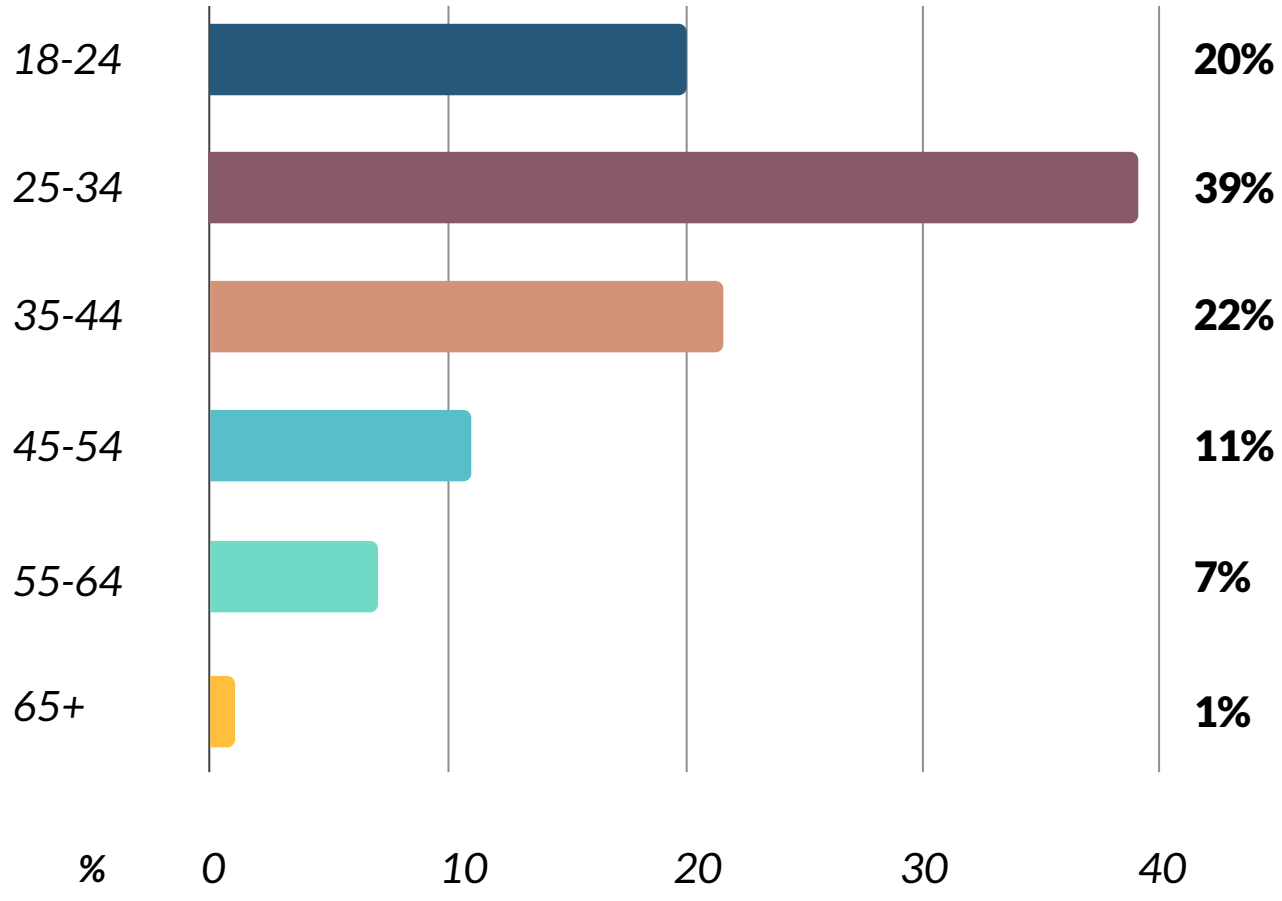


Esse é um bom índice para aqueles que possuem negócios em segmentos considerados mais femininos, como Moda e Beleza.

Outro dado interessante, ainda sobre os gêneros, foi que ambos os grupos estão cada vez mais aderindo à tendência mobile: **72% das mulheres e 56% dos homens visitaram as nossas lojas virtuais pelos seus celulares e tablets**.

Por fim, é possível também perceber que a **geração *millenium*** segue entre as mais engajadas quando se trata de comprar virtualmente. Mas outras não ficam para trás:

Visitas por idade



Em comparação ao ano anterior, podemos perceber uma baixa significativa da presença de pessoas entre 25-34 anos, que antes representavam 43%. Isso ocorreu devido ao **pequeno aumento nas faixas de 45-54 e 55-64**.

Vendas

O total de vendas é um dos termômetros de que o negócio está indo bem e atingindo o faturamento esperado. Tais concretizações são o caminho para a **fidelização do cliente** e a garantia de muitas outras finalizações de compra.

Aqui na Nuvem Shop, os números levantados foram extremamente positivos: **os empreendedores realizaram 823.342 vendas, acumulando um montante de R$ 186.320.544**. Além disso, tivemos alguns layouts que se destacaram nas taxas de conversão:

Layouts com as melhores taxas de conversão

Boxy - **1.72%**

Trend - **1.69%**

Lifestyle - **1.65%**

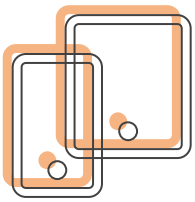
Simple - **1.60%**

Já a plataforma, como um todo, marcou nessa mesma taxa o valor de 0,4%, consonante ao mercado.

Para mais, tivemos dados curiosos sobre as **vendas e visitas por dispositivos**:

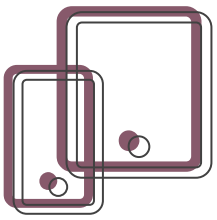
Vendas por dispositivo

55%
Desktop



45%
Mobile

Visitas por dispositivo



69%
Mobile

31%
Desktop

É perceptível que o m-commerce **está em constante expansão** - basta compararmos ao ano passado, onde

a marca de vendas por dispositivos móveis era de 30%. Porém, se colocada em perspectiva com o número de visitas, nota-se ainda uma pequena resistência em adquirir produtos pela tela do celular.

Os meios de pagamento também contam com papéis diferentes nessa composição. O PagSeguro continua sendo o preferido da maior parte dos usuários, seguido pelo Moip:

Vendas por meio de pagamento

Top 3

PagSeguro

Moip

MercadoPago

4 - Personalizado
5 - Boleto PagHiper
6 - PayPal
7 - Cielo

8 - Boleto bancário
9 - BCash
10 - Itaú Shopline
11 - PayU

Ticket médio

Outro indicador importante de rendimento para um e-commerce é o ticket médio: **por meio dele é possível compreender o sucesso das vendas** e o que pode ser feito para melhorar ainda mais a desenvoltura do negócio.

As técnicas para aprimorá-lo são inúmeras - dentre as mais usadas estão **frete grátis, cupons de desconto e ofertas com senso de urgência**. Porém, cabe a cada lojista analisar com cuidado e em detalhes o rendimento da sua loja virtual e aplicar a estratégia que achar mais conveniente.

Para ajudar com essa reflexão, separamos alguns dados para servir de base: em 2017, **o ticket médio dos e-commerces brasileiros que usam a plataforma da Nuvem Shop foi de R$ 258,27**.

Além disso, se isolarmos o ticket médio de vendas por mobile, o cenário é de R$ 200,19 - **cerca de 79% das nossas lojas venderam pelos dispositivos móveis!** Animador, não? Esses dados só reafirmam a presença dessa tendência no mercado.

Participação dos segmentos

Depois de termos um panorama mais geral, agora observaremos com mais cuidado os pormenores, começando pelos **segmentos que mais se destacaram no ano de 2017:**

Visitas por segmento

Top 3

Moda e Vestuário

Saúde e Beleza

Acessórios de moda

4 - Eletrônicos
5 - Comidas e Bebidas
6 - Casa e Jardim
7 - Presentes

8 - Artesanato
9 - Serviços
10 - Outros

Embora o Top 3 continue praticamente igual, as categorias de Produtos Eróticos, Brinquedos e Esportes ganham destaque no **ranking dos segmentos por vendas realizadas**. Confira:

Vendas por segmento

Top 3

Moda e Vestuário - **41,8%**

Saúde e Beleza - **14%**

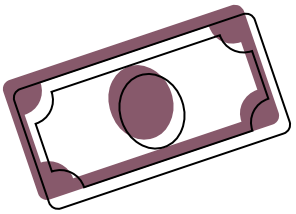
Acessórios de moda - **6,8%**

4 - Casa e Jardim - 6,1%
5 - Artesanato - 3,2%
6 - Comidas e Bebidas - 3%
7 - Produtos eróticos - 2,3%

8 - Brinquedos - 2%
9 - Esportes - 1,8%
10 - Eletrônicos - 1,5%
11 - Outros - 17,5%

Em relação ao ticket médio os números também mudam bastante:

Ticket médio por segmento



Top 3

Viagem - **R$ 1.625**

Esportes - **R$ 895**

Equipamentos e Máquinas - **R$ 636**

4 - Eletrônicos - R$ 557
5 - Antiguidades - R$ 433
6 - Automotivo - R$ 368
7 - Industrial - R$ 320
8 - Casa e Jardim - R$ 307
9 - Outros - R$ 284,50
10 - Moda e Vestuário - R$ 272
11 - Pets - R$ 271
12 - Presentes - R$ 244
13 - Produtos digitais - R$ 241
14 - Serviços - R$ 210
15 - Brinquedos - R$ 200
16 - Jóias - R$ 197
17 - Gráfica - R$ 187
18 - Acessório de moda - R$ 183
19 - Saúde e Beleza - R$ 172
20 - Comidas e Bebidas - R$ 166
21 - Materiais de escritório - R$ 160
22 - Artesanato - R$ 158
23 - Música e filmes - R$ 151
24 - Produtos eróticos - R$ 142
25 - Livros - R$ 134
26 - Educação - R$ 117

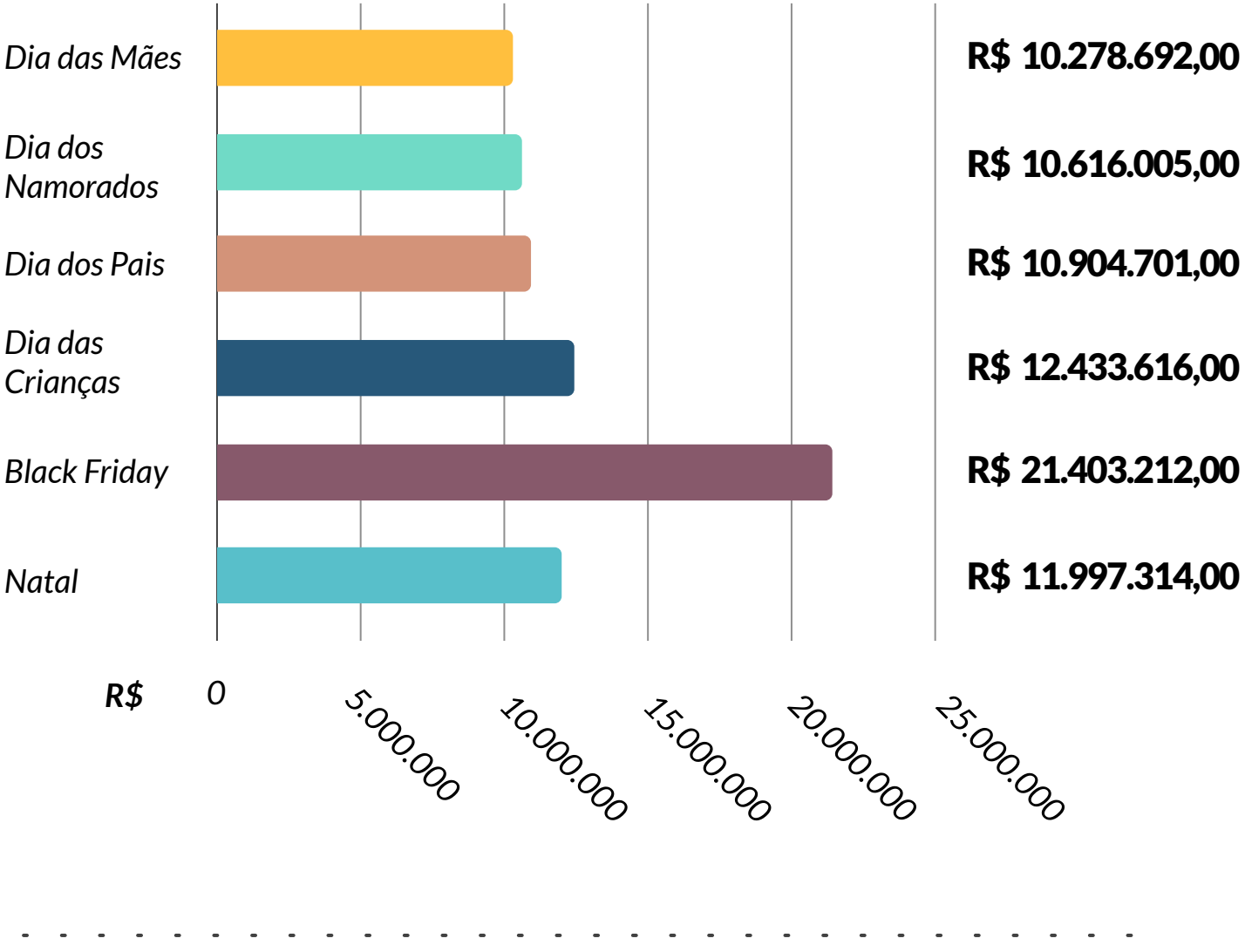
A posição dos segmentos nesse aspecto, contudo, é facilmente justificável. **Os campeões são aqueles que comercializam produtos com preço superior**, como pacotes de viagem e adereços esportivos. Inclusive, esse dobrou em valor se comparado ao ano passado (R$ 434).

Datas comemorativas

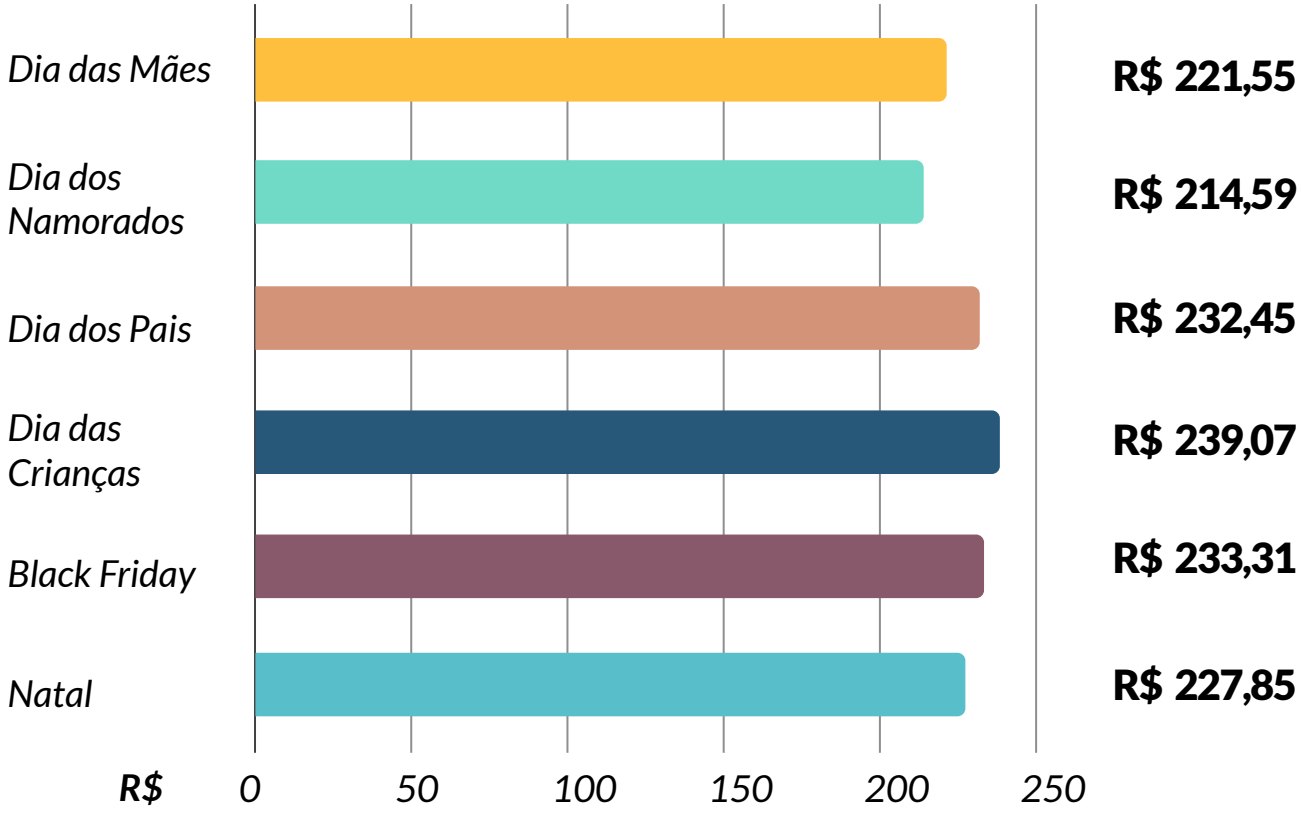
As datas comemorativas são essenciais ao comércio, pois são nesses períodos que os grandes faturamentos acontecem. Para se diferenciar da concorrência **é necessário desenvolver campanhas criativas e, ao mesmo tempo, coerentes à marca e ao consumidor**.

Aqui na Nuvem Shop os valores em vendas e ticket médio foram interessantes e servirão de indicadores para 2018. Acompanhe:

Quantidade total de R$ em vendas nas datas comemorativas



Ticket médio nas datas comemorativas

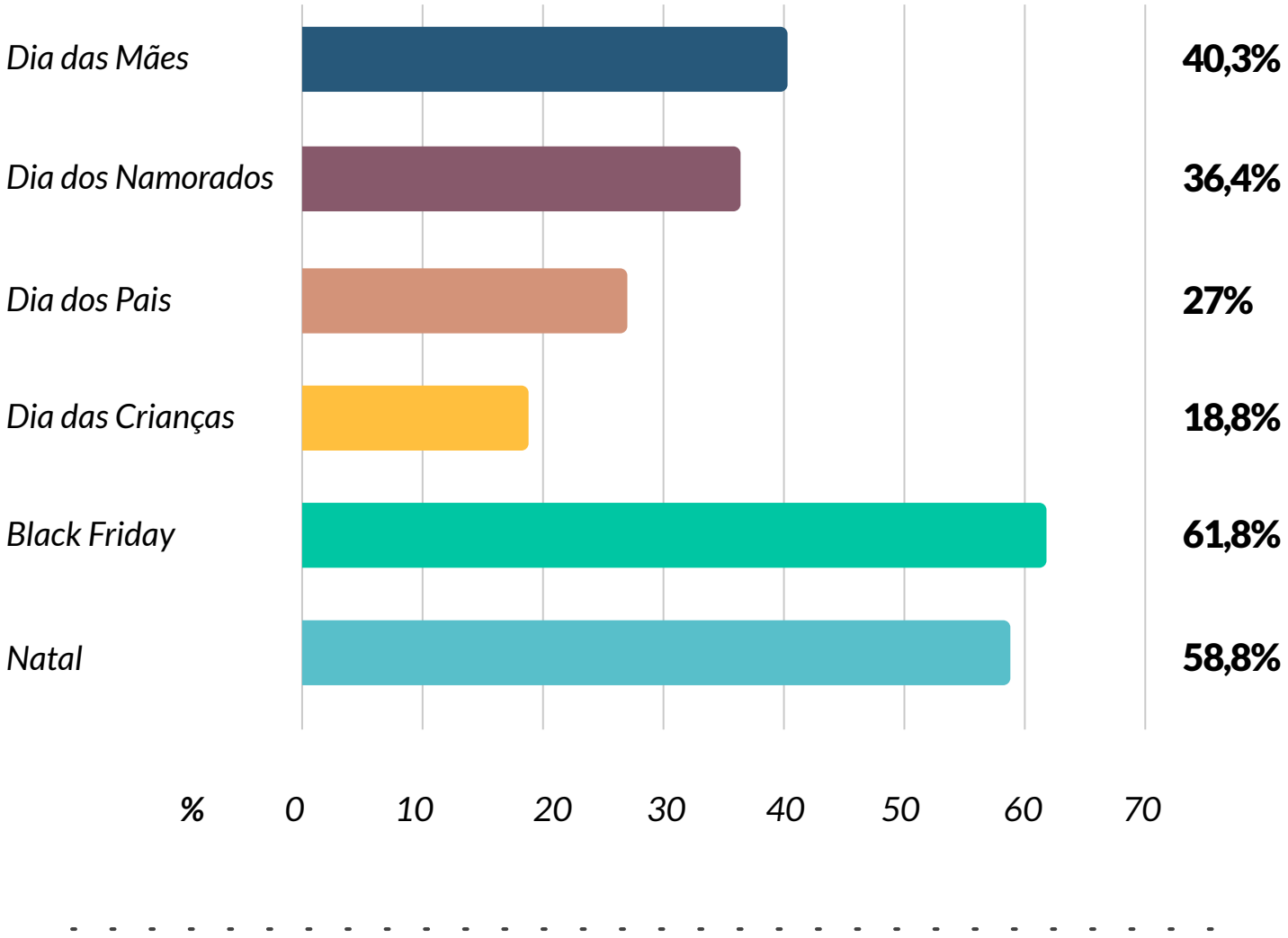


Mais uma vez, **o destaque foi a Black Friday**. Porém, não se deve deixar de lado as outras comemorações, pois são períodos de bom rendimento também.

Por fim, **o segmento predominante durante essas datas foi Moda e Vestuário**, variando de 40 a 47%. Além disso, **o desktop dominou as vendas por dispositivos**, permeando entre 52 e 58%.

Resolvemos assim perguntar para os lojistas **a quais desses períodos eles realmente dedicaram esforços**. Fizemos uma pesquisa com algumas centenas de usuários e eles se manifestaram:

Lojas entrevistadas que realizam campanhas especiais



Surpreendentemente, mesmo o **Dia dos Pais** não recebendo tantos esforços em 2017, foi uma data que teve um faturamento favorável. Imagina, então, o quanto se poderá alcançar com campanhas mais segmentadas? Fica o conselho para os empreendedores esse ano.

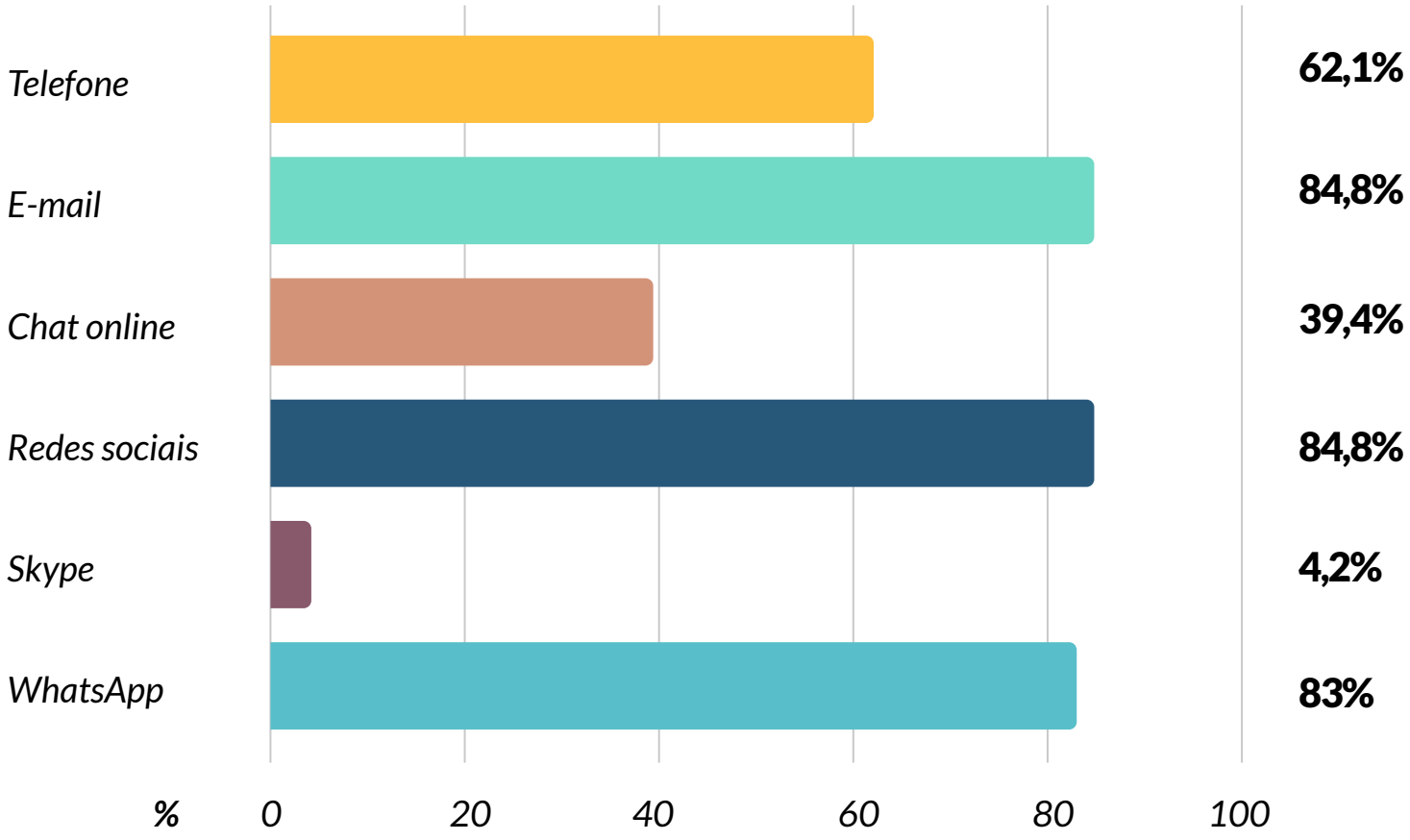
Atendimento ao cliente

Uma das grandes frentes do comércio eletrônico é o suporte ao consumidor - seja por **canais convencionais**, como telefone e e-mail, seja por **meios alternativos**, como redes sociais, chat online e WhatsApp.

Estar em contato com o cliente e atendê-lo da melhor maneira possível é o caminho para a fidelização, além de ser o principal indicador de como a sua empresa é interpretada, de **qual é a imagem que ela transpassa**.

Pensando nisso, fomos conferir com as lojas entrevistadas da Nuvem Shop em **quais canais elas investem**:

Canais utilizados para atendimento pelas lojas entrevistadas



Como foi possível notar, os nossos lojistas estão totalmente alinhados com as tendências mais atuais do mercado. E a preferência, assim como no ano anterior, continua entre **e-mail, redes sociais e WhatsApp**.

Marketing

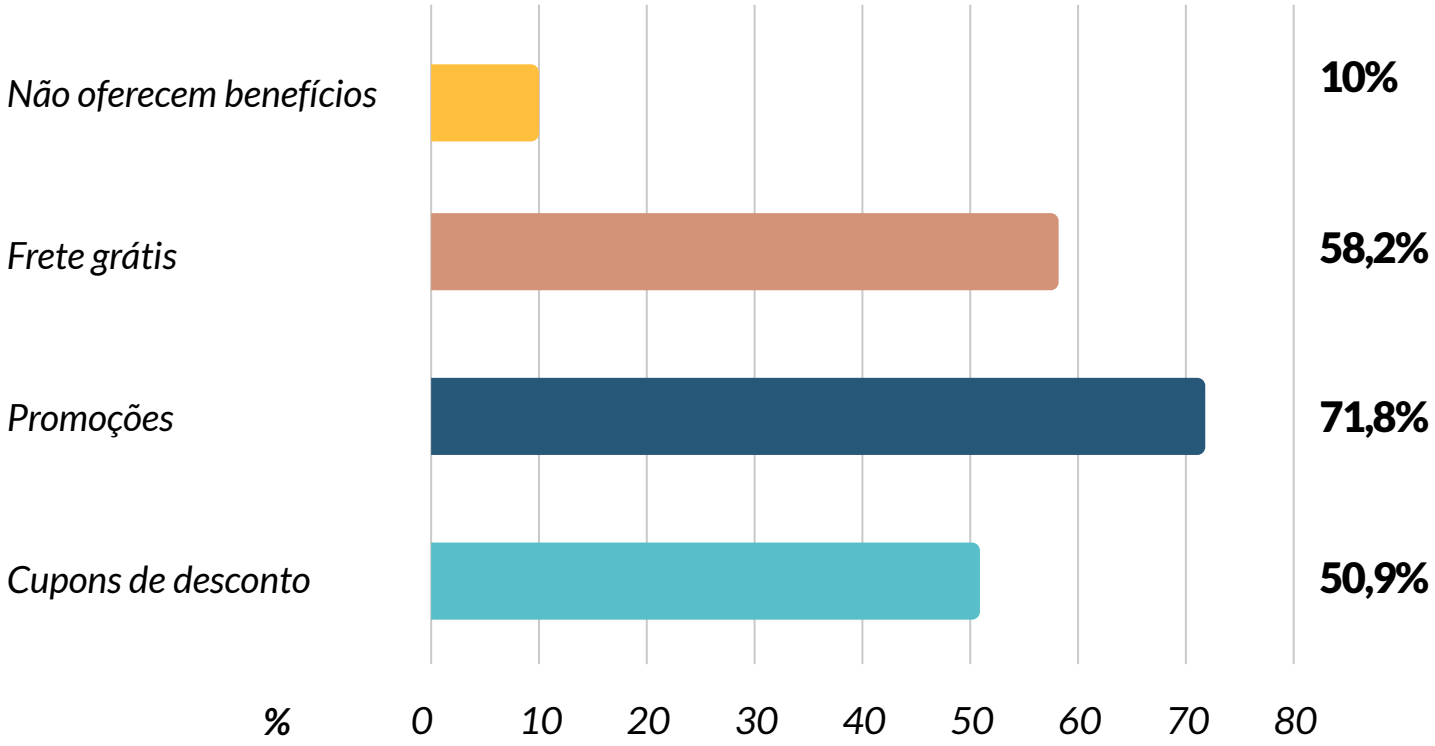
Enfim, falemos de um tópico essencial para o sucesso de qualquer negócio. Hoje não basta ter um e-commerce, é necessário divulgá-lo para obter clientes fiéis e garantir o faturamento.

Marketing nada mais é que um conjunto de estratégias comerciais para atrair e converter desconhecidos em consumidores dos seus produtos e serviços. **Mas, para isso, é preciso compreender seu público-alvo e suas necessidades, para então delimitar conteúdos e campanhas que sejam relevantes a ele.**

Para tais ações indica-se divulgações em redes sociais, ofertas com diferentes benefícios, dedicação ao e-mail marketing e, se possível, investimento em anúncios pagos.

Pensando nisso, resolvemos descobrir como os lojistas da Nuvem Shop têm desenvolvido essas estratégias. A primeira questão foi sobre **quais benefícios eles geralmente oferecem**:

Benefícios oferecidos pelas lojas entrevistadas

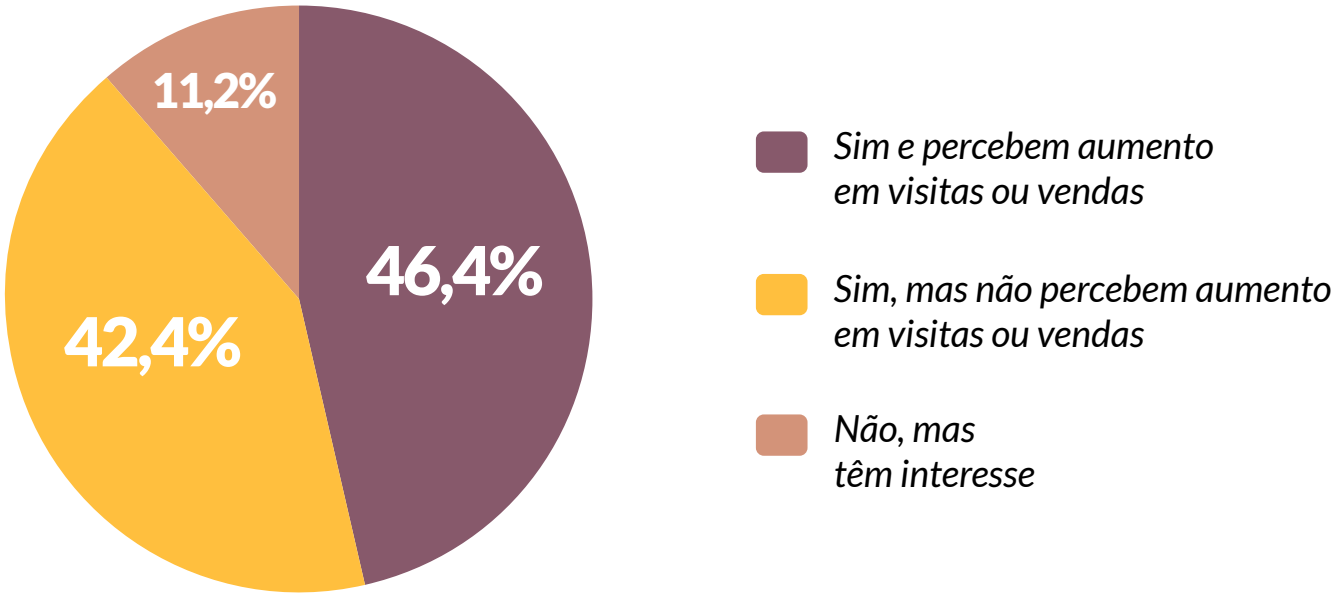


As promoções ocupam o primeiro lugar com folga, e realmente são um ótimo recurso. Os cupons de desconto ainda têm um grande espaço para crescer, mas estão no caminho - se comparado ao ano passado (47,3%), tiveram um pequeno avanço. Fica o alerta para os que

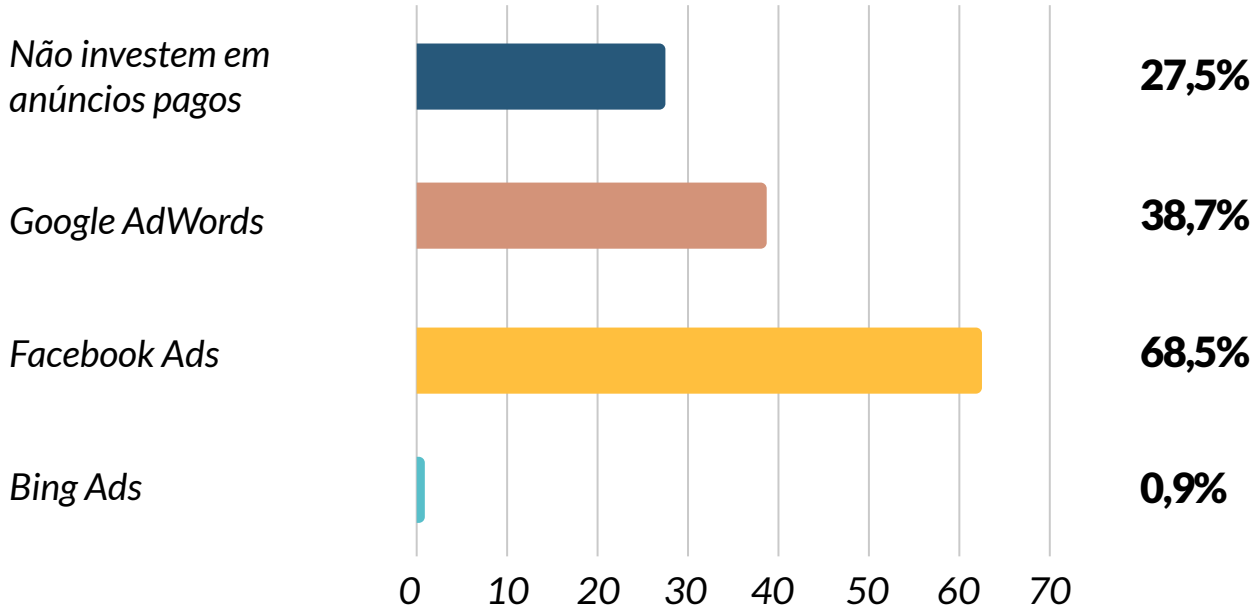
ainda não lançam mão de nenhuma estratégia, pois isso é fundamental.

Já para a divulgação online, perguntamos aos lojistas da Nuvem Shop o que eles preferem e se realmente percebem resultado. Observe:

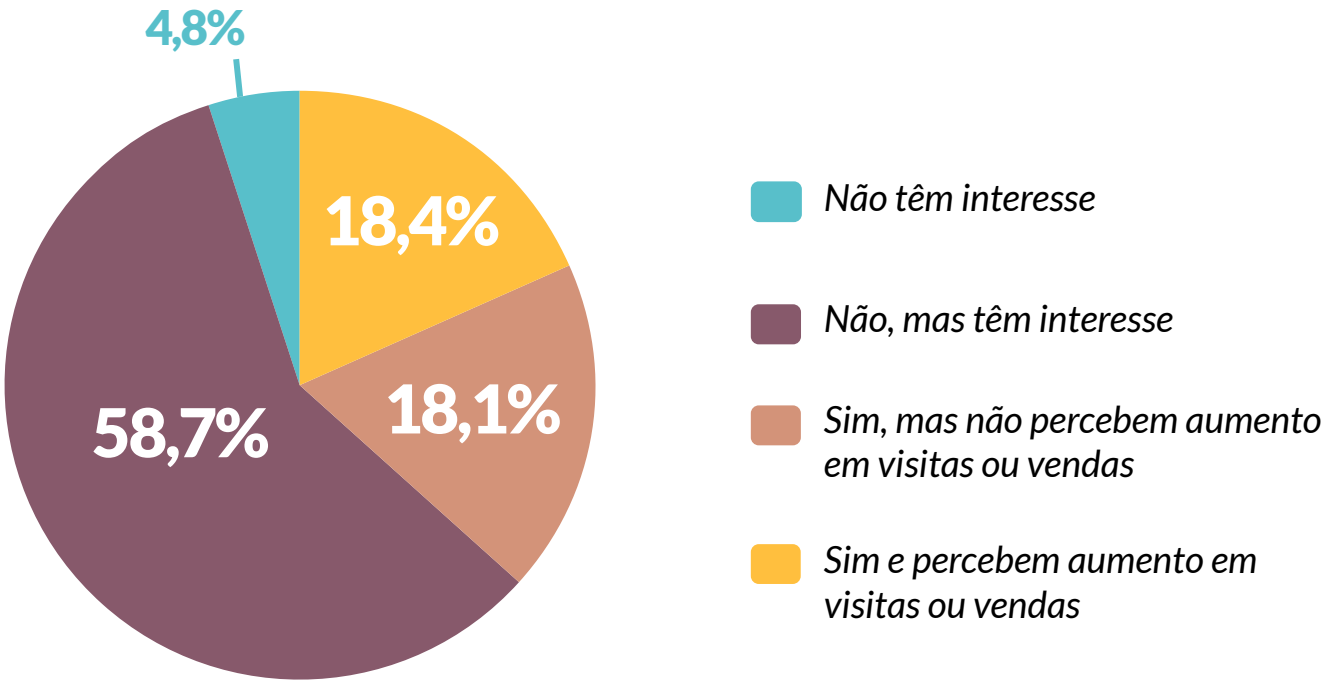
Uso de redes sociais para divulgação



Plataformas pagas usadas para anúncios



Uso de e-mail marketing



Na sequência acima, **o primeiro gráfico revela que a maioria dos nossos empreendedores divulga a marca pelas redes sociais e percebe resultado**. Mas para aqueles que divulgam e não notam mudanças, uma dica: postem em horários diferentes para perceberem quando o seu público está mais presente. Além disso, invistam em postagens sortidas, sempre com a Lei do Pareto em mente (80% publicações de conteúdo ou entretenimento e apenas 20% de propaganda).

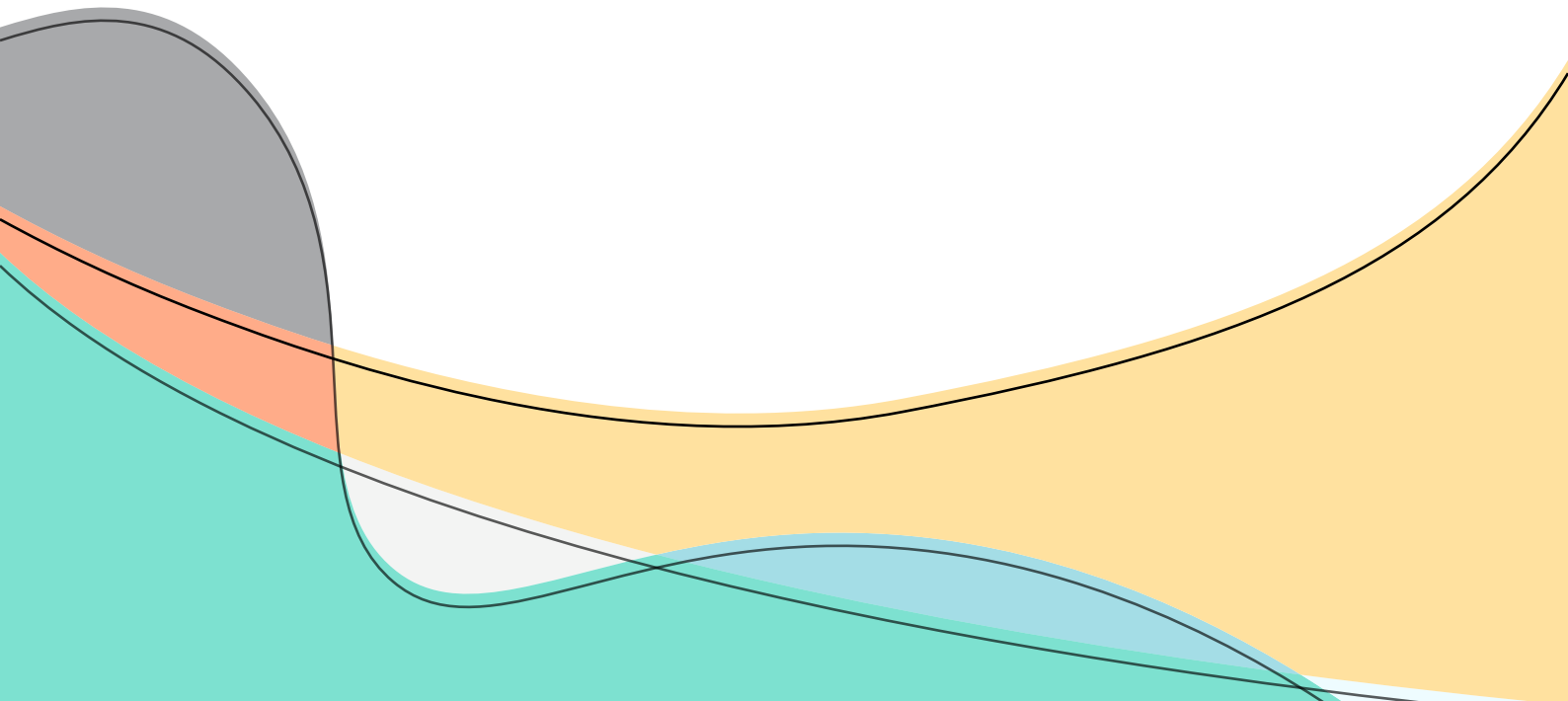
Já no segundo quadro, podemos constatar que, entre os diferentes serviços, o favorito é mesmo o Facebook Ads, assim como no ano passado. **E no último gráfico**, percebemos que o e-mail marketing atrai a atenção dos empreendedores, mas ainda não se popularizou à mesma proporção.

Por fim, nessa pesquisa entre as lojas da Nuvem Shop, cerca de **74% alegaram ser exclusivamente online**, ou seja, não possuem lojas físicas. Porém, 51% são integradas com o Facebook e 49% com o MercadoLivre. Na sequência, com um número mais reduzido, temos ainda o Google Shopping e o Buscapé.

E aí, gostou dos dados? Nossa equipe está feliz com os resultados, contudo, para que o ano de 2018 seja ainda mais produtivo, concluímos que há muito o que ser melhorado - na medida do possível, claro, e com as devidas priorizações. **Esse é o caminho para quem deseja avançar em um ritmo mais acelerado do que a média do mercado.**

Por isso, no próximo capítulo você conhecerá as tendências mais quentes para esse ano que se inicia. Acompanhe!

Perspectivas para 2018



Além de apontar questões atuais que merecem maior atenção das empresas, este relatório nos permite traçar algumas tendências para o futuro. Destacamos algumas delas:

Realidade mobile

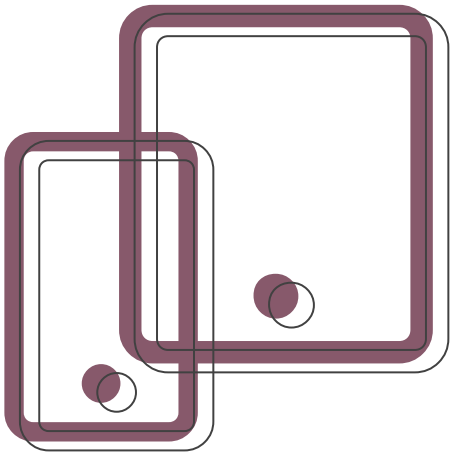
A primeira tendência na verdade não é uma novidade, não é mesmo? O uso de smartphones e tablets já se tornou algo corriqueiro em nossas vidas, bem como adquirir produtos e serviços por essas telas, estejamos onde estivermos. **A praticidade se tornou o ponto-chave dessa realidade.**

De acordo com o novo comportamento dos consumidores, os e-commerces devem investir nesse aspecto, pois aqueles que não aproveitarem essa oportunidade, ficarão para trás diante da concorrência.

Entre as lojas da Nuvem Shop, além dos dados mobile que já apresentamos no capítulo anterior comprovando o avanço do m-commerce ano a ano, surpreenda-se com mais esse: **só em 2017, foram contabilizados cerca de 41 mil downloads do nosso aplicativo para Android e iOS!**

O segmento que mais vendeu nesse formato continua sendo o de Moda e Vestuário. Confira o nosso Top 3:

Top 3 segmentos que mais venderam por dispositivos móveis



Moda e Vestuário

Saúde e Beleza

Acessórios de moda

Porém, para que o empreendedor e o cliente possam aproveitar essa abordagem, é necessário investir em **políticas de segurança**. Serviços antifraude com certeza evitarão futuras dores de cabeça.

Micro-momentos

Consonante à realidade mobile, o marketing está sendo "reescrito": a necessidade de servir o cliente aqui e agora, compreendê-lo rapidamente e mostrar o que há de novo e interessante está em um **ritmo totalmente acelerado**. Esperar tornou-se algo do passado.

Em nossa era imediatista, as decisões são tomadas em instantes, em contatos fragmentados: verificamos e-mails, redes sociais, horário, enviamos mensagem, olhamos sites que nos interessam, tudo ao mesmo tempo - **em casa, no trabalho, na rua**. (Você sabia que a geração Y checa o celular cerca de 150 vezes por dia?).

E são nesses exatos momentos de **engajamento social** que as marcas devem se ater: em postagens no Stories do Instagram e no Facebook, por exemplo. Contudo, como já dito, não se deve demorar.

Chamar a atenção do seu consumidor o mais rápido possível tornou-se regra. Prendê-lo com **facetas de emoção, divertimento e satisfação** é a principal chave

que você poderá usar nessa nova tendência.

Hoje o cliente busca muito mais que produtos e serviços: ele procura ideias, uma lista de possibilidades para se inspirar e, por fim, um marca com que ele se identifique.

E aí, se interessou? Saiba mais em Think with Google.

Atendimento humanizado

O uso de chats e assistentes virtuais para se comunicar com o cliente vem se tornando cada vez mais popular. **A facilidade de interação e a praticidade** para ambos os lados são os principais pontos positivos.

Segundo previsões da Gartner, **até 2020, cerca de 100 milhões de consumidores comprarão por realidade aumentada**. Agregando uma experiência mais completa, será possível experimentar maquiagens e testar móveis dentro da sua própria casa a partir de tecnologias imersivas. Incrível, não?

Porém, enquanto essa inovação não se concretiza,

as estruturas de atendimento dos e-commerces permanecerão focalizadas no suporte permanente 24x7 - **seja por chats, redes sociais ou até mesmo WhatsApp** - auxiliando em dúvidas na escolha de produtos até questões do pós-venda.

Por isso, foco no consumidor: ele precisa estar bem amparado e receber um atendimento exclusivo; **sentir-se só mais um em meio à multidão não é opção**.

Omnichannel

Relacionando-se a todos os tópicos anteriores, falemos finalmente sobre a sensação do momento: o omnichannel. Permanecendo como destaque desde o ano passado, essa experiência de interação e compra continua sendo **uma principais tendências no mundo do comércio**.

A geração *millenium* mudou o modo de consumir. **Hoje o consumidor não quer apenas comprar, ele quer co-criar e decidir tudo:** o que, onde e quando tal produto/serviço chegará em suas mãos. Por isso, o surgimento de novos canais que buscam proporcionar essa tão desejada

experiência combinada.

O cliente multicanal procura interagir ao máximo com a marca de interesse: ele pesquisa informações sobre origem, referências e inspirações, se o empreendimento possui um ambiente físico, se tem parceria com *influencers* (e se ele se identifica com tal personalidade), segue nas redes sociais, além de comparar ofertas das lojas física e virtual.

Portanto, conheça o seu target - **interaja em todos os meios de comunicação possíveis, se dedique a campanhas de gestão e marketing integradas e alinhe experiências online e offline**. Assim que o consumidor identificar um diálogo uníssono entre os canais, será conversão na certa.

Considerações finais

E então, o que achou da leitura? Você provavelmente percebeu que 2017 teve uma evolução significativa se comparado aos anos anteriores e que **2018 tem tudo para ser ainda melhor**.

Há muito trabalho adiante, mas também muitas possibilidades para quem empreende. As tendências do mercado e os desafios a serem superados já estão claros - **basta escolher por onde começar e mãos à obra!**

Esperamos que as informações e os dados apresentados tenham te inspirado para o desenvolvimento de novas ações para o ano que se inicia.

Sucesso!

Sobre a Nuvem Shop

A Nuvem Shop é uma empresa de tecnologia que tem como missão **empoderar pessoas para que vivam uma vida empreendedora**. Nesse sentido, o principal serviço que oferecemos é uma plataforma de e-commerce com a qual as pessoas podem criar suas próprias lojas virtuais.

Em pouco tempo e sem precisar 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 **aplicativo m-commerce** (que permite o gerenciamento de tudo através de dispositivos móveis com sistemas iOS e Android), **atendimento especial e conteúdo educacional gratuito** para que todos possam crescer com seus empreendimentos.

SAIBA MAIS

Apoio

bling!

moip
a wirecard company

TGT SOLUÇÕES DIGITAIS

mzclick

Postcron
A MANEIRA MAIS FÁCIL DE PROGRAMAR POSTAGENS

tiny ERP

hugme

ReclameAQUI

Koba .agency

WEB DESIGN
Art VostoK
E-COMMERCE DESIGN

upside
Inteligência Digital

Loggi

nuvemshop