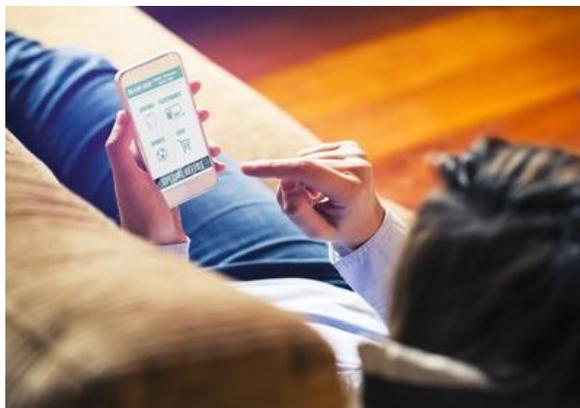


Comércio Eletrônico - Brasil - Julho 2017

Preço do relatório: £3085.18 | \$3995.00 | €3666.43

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.



“As vendas do comércio eletrônico estão evoluindo e os consumidores têm à disposição diversos dispositivos para realizarem suas compras. É importante, porém, que as marcas estejam presentes em diversos canais, já que os consumidores estão desejando cada vez mais que sua experiência de compra seja a mesma experiência, independente do canal utilizado.”

– **Juliana Martins, Analista Sênior de Pesquisa**

Este relatório responde às seguintes questões:

- Programas de pontos que ofereçam frete grátis têm oportunidade no mercado
- Marcas podem investir em chatbots para se aproximar de usuários

Este relatório analisa o mercado de comércio eletrônico no Brasil. Ele abrange mídia, moda, produtos de computador/informática e bens eletroeletrônicos, produtos para casa e jardim, viagens, alimentos e bebidas, além de outros produtos adquiridos pela internet através de computadores ou dispositivos eletrônicos, como celulares. O valor de mercado é formado por vendas online de todos os tipos de varejistas e inclui imposto sobre vendas.

**COMPRE ESTE
Relatório agora**

VISITE:
store.mintel.com

LIGUE:
EMEA
+44 (0) 20 7606 4533

Brasil
0800 095 9094

Américas
+1 (312) 943 5250

China
+86 (21) 6032 7300

APAC
+61 (0) 2 8284 8100

EMAIL:
reports@mintel.com

Você sabia?

Este relatório é parte de uma série de relatórios produzidos para lhe proporcionar uma visão mais holística do mercado

Comércio Eletrônico - Brasil - Julho 2017

Preço do relatório: £3085.18 | \$3995.00 | €3666.43

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Sumário

Visão Geral

Definição

Resumo Executivo

O mercado

Vendas no setor devem começar a se recuperar em 2017

Figura 1: Previsão de vendas no setor de comércio eletrônico, por valor – Brasil, 2012-22

Participação de mercado

B2W foi a líder em vendas em 2015 e 2016

Figura 2: Participação dos líderes de vendas no setor de comércio eletrônico, por valor – Brasil, 2015-16

O consumidor

Videogames podem aumentar consumo através de tablets

Figura 3: Dispositivos eletrônicos para a compra online, por faixa etária entre 25 e 34 anos – Brasil, abril de 2017

Parcerias com certos aplicativos podem atrair novos clientes

Figura 4: Compras online – Brasil, abril de 2017

Há oportunidades para melhores parcelamentos na venda online

Figura 5: Atitudes em relação à compra online – Brasil, abril de 2017

Showrooms podem ser saída para marcas tornarem seus produtos mais acessíveis aos consumidores

Figura 6: Ações ao planejar uma compra online – Brasil, abril de 2017

Frete caro é uma das grandes barreiras à compra online

Figura 7: Obstáculos à compra online – Brasil, abril de 2017

O que nós pensamos

Tópicos Centrais

Programas de pontos que ofereçam frete grátis têm oportunidade no mercado

Fatos

Implicações

Marcas podem investir em chatbots para se aproximar de usuários

Fatos

Implicações

O Mercado – O Que Você Precisa Saber

Vendas do setor sofreram com a crise, porém tiveram alta de 7,4% em 2016

Novos aplicativos e tecnologias vão impactar positivamente as vendas

Idosos, compras que vão além das fronteiras e redes sociais são fatores que vão impactar o mercado

Mercado e Previsão

Apesar da crise econômica, o setor apresenta bom desempenho

Figura 8: Vendas no setor de comércio eletrônico, em valor – Brasil, 2012-22

Figura 9: Previsão de vendas no setor de comércio eletrônico, por valor – Brasil, 2012-22

COMPRE ESTE
relatório agora

VISITE: store.mintel.com

LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100 |

EMAIL: reports@mintel.com

Comércio Eletrônico - Brasil - Julho 2017

Preço do relatório: £3085.18 | \$3995.00 | €3666.43

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Fatores Que Influenciarão o Mercado

Envelhecimento da população pode ajudar vendas através de computadores ou laptops
 Popularização de sites internacionais ajuda o setor de comércio eletrônico
 Canais precisam se modernizar para atender consumidores
 Mídias sociais são fundamentais para a publicidade online

Empresas, Marcas e Inovações – O Que Você Precisa Saber

Grupo que possui Americanas.com e Submarino é líder em vendas
 Segundo e terceiros lugares são de categorias bem distintas
 Empresas têm investido em inovações para conquistar clientes

Participação de Mercado

Produtos de marca própria e programas de fidelidade garantem liderança da B2W
 Figura 10: Participação dos líderes de vendas no setor de comércio eletrônico, por valor – Brasil, 2015-16

Quem Está Inovando?

Magazine Luiza está em constante inovação através de ações de marketing
 Drogaria Iguatemi faz parceria com aplicativo de realidade aumentada
 Novos aplicativos promovem o compartilhamento entre pessoas
 Salões de beleza têm nova plataforma para gestão de serviços
 Clientes podem dividir a conta entre hóspedes no novo aplicativo do Airbnb
 Novo chatbot do ShopFacil.com trabalha com reconhecimento de voz

O Consumidor – O Que Você Precisa Saber

Smartphones e tablets são usados para compras principalmente pela faixa etária entre 25 e 34 anos
 Brasileiros têm comprado músicas, filmes e livros eletrônicos
 Usuários procuram obter vantagens quando compram online
 Necessidade de ver o produto antes de comprar é importante
 Algumas barreiras impedem que brasileiros comprem mais produtos online

Dispositivos Eletrônicos Usados Para a Compra Online

Videogames podem aumentar consumo através de tablets
 Figura 11: Dispositivos eletrônicos para a compra online, por faixa etária entre 25 e 34 anos – Brasil, abril de 2017
 Propagandas em smartphones podem aumentar consumo de brasileiros entre 25 e 34 anos
 Figura 12: Dispositivos eletrônicos para a compra online, por smartphone, gênero e faixa etária – Brasil, abril de 2017
 Ferramentas de busca são oportunidades para Millennials jovens continuarem a comprar por laptop
 Figura 13: Dispositivos eletrônicos para a compra online, por laptop ou computador pessoal e geração – Brasil, abril de 2017

Compras Online

Parcerias com certos aplicativos podem atrair novos clientes
 Figura 14: Compras online – Brasil, abril de 2017
 Produtos de longa durabilidade atraem homens com mais de 45 anos
 Figura 15: Compras online, por gênero e faixa etária 45+ – Brasil, abril de 2017

COMPRE ESTE
relatório agora

VISITE: store.mintel.com
LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094
 Américas +1 (312) 943 5250 | China +86 (21) 6032 7300
 APAC +61 (0) 2 8284 8100 |
EMAIL: reports@mintel.com

Comércio Eletrônico - Brasil - Julho 2017

Preço do relatório: £3085.18 | \$3995.00 | €3666.43

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Alguns brasileiros podem se interessar por promoções em aplicativos para tablets

Figura 16: Compras online, por produtos selecionados e dispositivos eletrônicos – Brasil, abril de 2017

Atitudes em Relação à Compra Online

Há oportunidades para melhores parcelamentos na venda online

Figura 17: Atitudes em relação à compra online – Brasil, abril de 2017

Entregas no mesmo dia têm oportunidades entre os homens mais jovens

Figura 18: Atitudes em relação à compra online – Brasil, abril de 2017

Mulheres de 25 a 34 anos poderiam ter interesse em newsletters que ofereçam descontos

Figura 19: Atitudes em relação à compra online – Brasil, abril de 2017

Ações ao Planejar uma Compra Online

Showrooms podem ser saída para marcas tornarem seus produtos mais acessíveis aos consumidores

Figura 20: Ações ao planejar uma compra online – Brasil, abril de 2017

Redes sociais aumentam tráfego para sites de venda

Figura 21: Ações ao planejar uma compra online – Brasil, abril de 2017

Obstáculos à Compra Online

Frete caro é uma das grandes barreiras da compra online

Figura 22: Obstáculos à compra online – Brasil, abril de 2017

Compras que não necessitem informações pessoais podem aumentar vendas no canal online entre as mulheres

Figura 23: Obstáculos à compra online, por frase selecionada e gênero – Brasil, abril de 2017

Programas que facilitem devolução de produtos podem atrair classe AB

Figura 24: Obstáculos à compra online, por frases selecionadas e classe socioeconômica – Brasil, abril de 2017

Apêndice – Tamanho de Mercado e Previsão

Figura 25: Vendas no setor de comércio eletrônico, em valor – Brasil, 2012-22

Figura 26: Previsão de vendas no setor de comércio eletrônico, por valor – Brasil, 2012-22

Figura 27: Participação dos líderes de vendas no setor de comércio eletrônico, por valor – Brasil, 2015-16

Abreviações

COMPRE ESTE
relatório agora

VISITE: store.mintel.com

LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100 |

EMAIL: reports@mintel.com