

Panorama do Comércio Eletrônico



Evento: E-commerce Consulting



Tópicos

I. Origem das informações

II. Evolução do varejo virtual no Brasil

III. Comportamento do e-Consumidor

IV. Reação do e-Consumidor



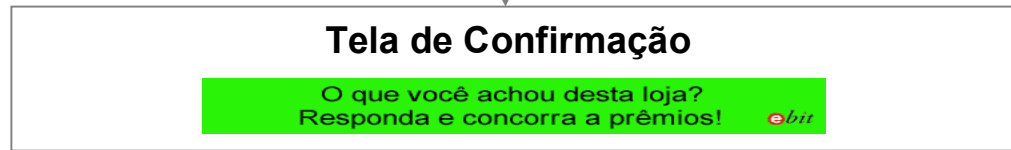
Principais Produtos

Informações de e-Commerce	Marketing Online
E-commerce Tracking <ul style="list-style-type: none">• Compradores efetivos• +5.000.000 avaliações no Brasil• 90% do mercado B2C• Mais de 1.000 lojas virtuais conveniadas no Brasil• Selo de Certificação bitConsumidor	E-mail Marketing <ul style="list-style-type: none">• Painel próprio de e-Consumidores• Altas taxas de retorno (25%)• Ferramenta de incentivos• Broker de listas
Inteligência de Mercado <ul style="list-style-type: none">• Banco de dados qualificado com informações de Comércio Eletrônico desde 2001• Relatórios de Inteligência de Mercado (Brasil)• Flexibilidade e velocidade de análises• Painel de e-Consumidores (+600 mil)• Divulgação do Relatório WebShoppers 16ª. edição	Publicidade on-line <ul style="list-style-type: none">• Divulgação no site www.ebit.com.br• 90% da audiência formada por e-consumidores• 14MM Pageviews/mês e 350mil unique visitors

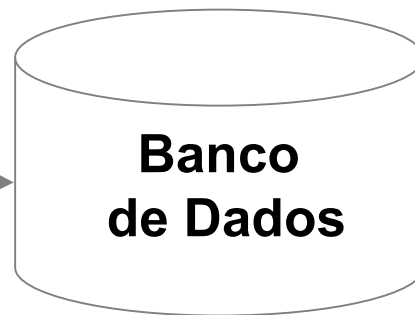
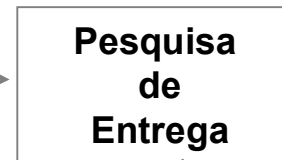
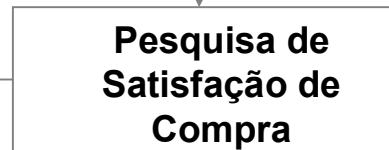


Metodologia da pesquisa no Brasil: Tracking de Lojas Virtuais

Processo de Compra



Incentivos
“bits”



- ✓ Mais de 1.000 lojas avaliadas
- ✓ 100.000 questionários coletados/mês
- ✓ Exceção: Venda de Autos, Passagens Aéreas e Leilão virtual

- ✓ Comportamento
- ✓ Reação

- Cadastramento
- Painel de pesquisas
 - Pesquisas Sindicalizadas/Adhoc com compradores virtuais



Tópicos

I. Origem das informações

II. Evolução do varejo virtual no Brasil

III. Comportamento do e-Consumidor

IV. Reação do e-Consumidor



Comparação Usuários de internet nos Países

O Brasil tem atualmente 35MM de usuários de internet (Ibope NetRatings) e 21,2 MM utilizam a rede pelo menos uma vez por mês (ITU USA) !

Internet Users and Penetration in Select Countries Worldwide, 2006 (millions and % of population)

	Internet users	Penetration
US	181.9	63.6%
China	133.5	10.2%
Japan	87.2	68.4%
Germany	39.4	47.8%
UK	35.1	57.9%
South Korea	34.4	70.5%
France	28.7	47.1%
Italy	28.6	49.2%
India	25.5	2.3%
Brazil	21.2	11.3%
Canada	21.0	63.4%
Mexico	20.0	18.6%
Spain	16.5	40.8%
Australia	13.1	64.5%
Argentina	7.9	19.8%
Rest of World	368.0	13.2%
Worldwide	1,080	16.6%

Note: eMarketer uses historical data from the International Telecommunications Union (ITU) as a baseline; penetration figures are based on population estimates from the US Census Bureau's International Data Base (IDB); an Internet user is defined as someone who uses the Internet at least once per month
Source: eMarketer, January 2007

Fonte: eMarketer



E-COMMERCE CONSULTING

1ª CONSULTORIA ESPECIALIZADA EM COMÉRCIO ELETRÔNICO NO BRASIL

0800259

www.eMarketer.com



www.ebitempresa.com.br

Evolução do faturamento do Varejo Online nos EUA

Mercado americano é maduro e tem cultura de compra por catálogo há mais de 100 anos.

US Online Retail Sales, 2003-2008 (in billions and as a % increase vs. prior year)

2003	\$56.0 (26.4%)
2004	\$69.2 (23.5%)
2005	\$84.5 (22.1%)
2006	\$101.0 (19.6%)
2007	\$119.1 (17.9%)
2008	\$139.0 (16.7%)

Note: eMarketer's 2003 & 2004 baselines are from US Department of Commerce figures

Source: eMarketer, April 2005

064017 ©2005 eMarketer, Inc.

www.eMarketer.com



Fonte: eMarketer



Evolução de e-Consumidores nos EUA

78% dos internautas nos EUA já fazem compras virtuais, enquanto que, no Brasil a penetração é de aproximadamente 20% em 2007 (total de internautas x e-consumidores)

US Online Shoppers, 2006-2011 (millions and % of Internet users)

2006	133.1 (78.0%)
2007	138.5 (78.5%)
2008	143.8 (79.0%)
2009	148.6 (79.4%)
2010	152.4 (79.7%)
2011	155.7 (80.0%)

Note: ages 14+

Source: eMarketer, May 2007

083064

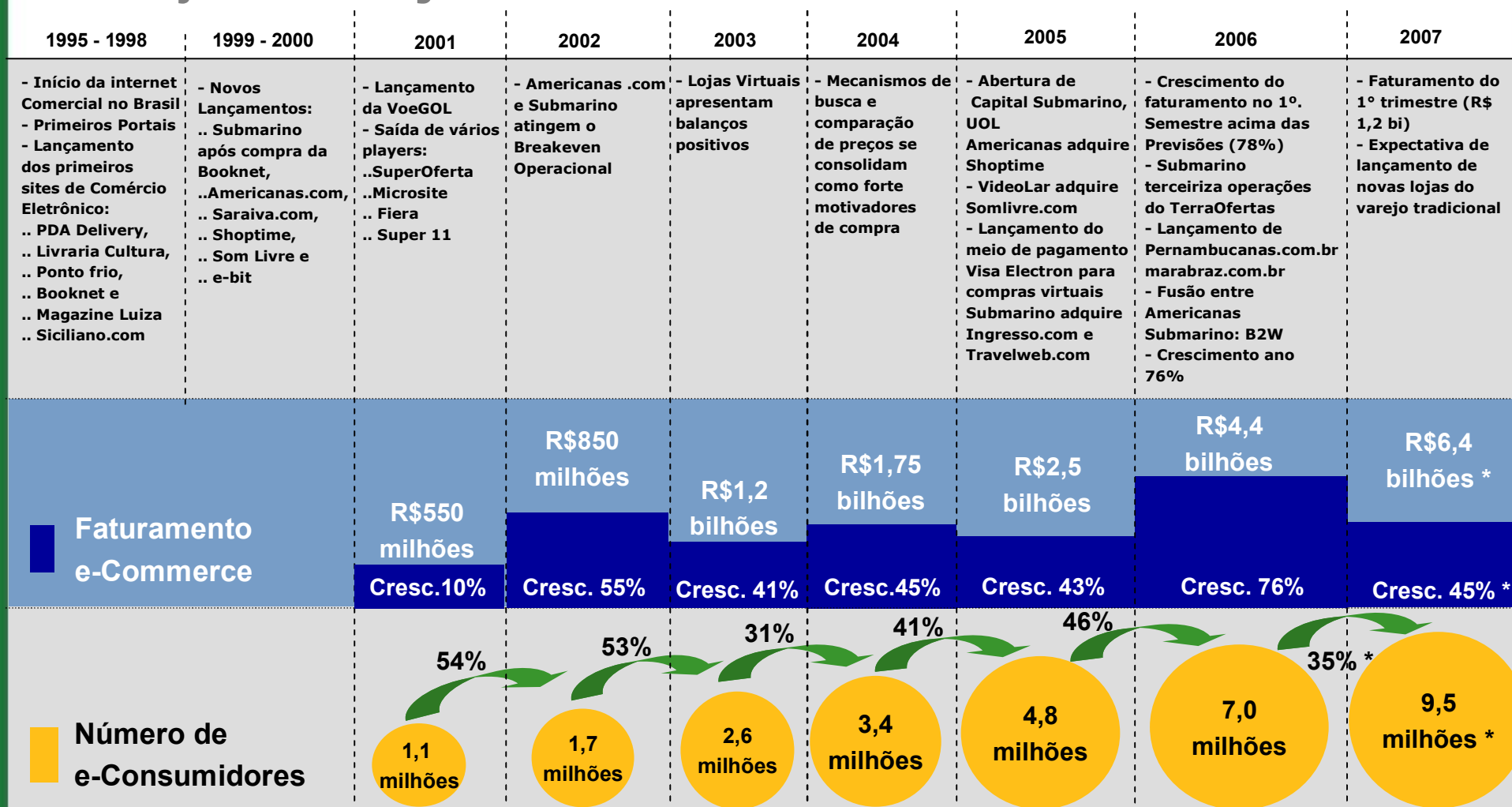
www.eMarketer.com



Fonte: eMarketer



Evolução do Varejo Online no Brasil



* Previsão 2007

Fonte: Grupo de pesquisas e-bit



O que os e-consumidores compram nos EUA?

Produtos que mais se destacam na cesta de produtos do Consumidor Virtual.

Products Purchased Online by US Internet Users, 2003 & 2005 (% of respondents)

	2003	2005
Books	69%	68%
Music/DVDs	66%	68%
Travel	61%	67%
Clothes	59%	63%
Tickets for entertainment	48%	54%
Electronics	41%	52%
Toys/games	50%	46%
Office supplies/stationery	31%	44%
Home decor	34%	42%
Home furnishings	26%	36%
Photo/supplies	21%	35%

Products Purchased Online by US Internet Users, 2003 & 2005 (% of respondents)

	2003	2005
Cosmetics	35%	34%
Jewelry/watches	22%	31%
Perfume/fragrance	19%	23%
Prescriptions	13%	23%
Pet supplies	18%	21%
OTC medications	-	19%
Greeting cards	9%	18%
Groceries	8%	12%
Baby care personal products	-	8%
Pet food	-	8%

Note: 2003 n=830; 2005 n=945

Source: WSL Strategic Retail, November 2005; ClickZ, November 2005

068422

www.eMarketer.com

Fonte: eMarketer



Venda de Jóias pela internet nos EUA

A venda de Jóias é um segmento bastante desenvolvido nos EUA sendo, na maioria das vezes, a categoria de produtos mais vendida no comércio eletrônico. Já no Brasil...

Online Jewelry Sales in the US, 2005 & 2006 (billions and % increase vs. prior year)

2005	\$2.05
2006	\$2.45 (20%)

Source: International Diamond Exchange (IDEX), US Department of Commerce, March 2007

081936

www.eMarketer.com

Fonte: eMarketer



Venda de Roupas e Acessórios pela internet nos EUA

*O faturamento do segmento Vestuário e Acessórios superou a categoria de Computadores e Softwares atingindo US\$ 18.3 Bi em 2006. **10% de toda a venda de roupas no Varejo é feita em Lojas Virtuais!***

Washington D.C., May 14 , 2007- Washington , May 14, 2007- As the internet grows up, computers have moved over to make room for clothing at the top of the sales list. According to the first part of The State of Retailing Online 2007 , the tenth annual Shop.org study conducted by Forrester Research, Inc. (Nasdaq: FORR) of 170 retailers, Americans last year spent more online on clothing than they did on computers for the first time in history. The report found the apparel, accessories and footwear category reached \$18.3 billion in 2006 and is expected to hit \$22.1 billion in 2007. This year, 10 percent of all clothing sales are expected to occur online.

Fonte: SHOP.ORG/FORRESTER RESEARCH STUDY Maio/2007



E no Brasil ? O que os e-consumidores compram ?

...diferentemente do mercado americano, Bebidas, Jóias e Relógios e Vestuário ainda não fazem parte dos produtos mais comprados pelos brasileiros!

Ordem	Produto	% Casos	Ordem	Produto	% Casos
1o.	Cds e DVDs	83,8	11o.	Flores	21,8
2o.	Livros	82,1	12o.	Games	19,6
3o.	Informática	57,9	13o.	Papelaria	19,4
4o.	Eletrônicos	56,4	14o.	Esportes & Laser	17,6
5o.	Utilidades domésticos	45,5	15o.	Cama, mesa & banho	17,0
6o.	Eletrodomésticos	44,0	16o.	Alimentos	17,0
7o.	Telefones	30,9	17o.	Vestuário	16,4
8o.	Beleza & Saúde	27,4	18o.	Acessórios para auto/moto	10,1
9o.	Brinquedos	26,4	19o.	Jóias e relógios	9,1
10o.	Câmeras e Filmadoras	24,5	20o.	Bebidas	7,1

*Amostra: Painel e-bit
N=1585 respostas*

Fonte: Pesquisa e-bit USP, Prof. Paulo Batista, Setembro 2005



Como está o crescimento do e-commerce em 2007 no Brasil ?

A previsão inicial é de um crescimento de 45% no faturamento chegando a R\$ 6,4 Bi. No primeiro trimestre do ano apuramos um crescimento de 53% ou R\$ 1,2 Bi !!

1º Trimestre 2006

Faturamento: R\$ 802 mi

Produtos mais vendidos

1º	Livros, Revistas e Jornais	21%
2º	Títulos de CD, DVD e Vídeo	16%
3º	Eletrônicos	14%
4º	Informática	8%

1º Trimestre 2007

Faturamento: R\$ 1,2 bi

Produtos mais vendidos

1º	Livros, Revistas e Jornais	19%
2º	Eletrônicos	14%
3º	Informática	13%
4º	Títulos de CD, DVD e Vídeo	8%

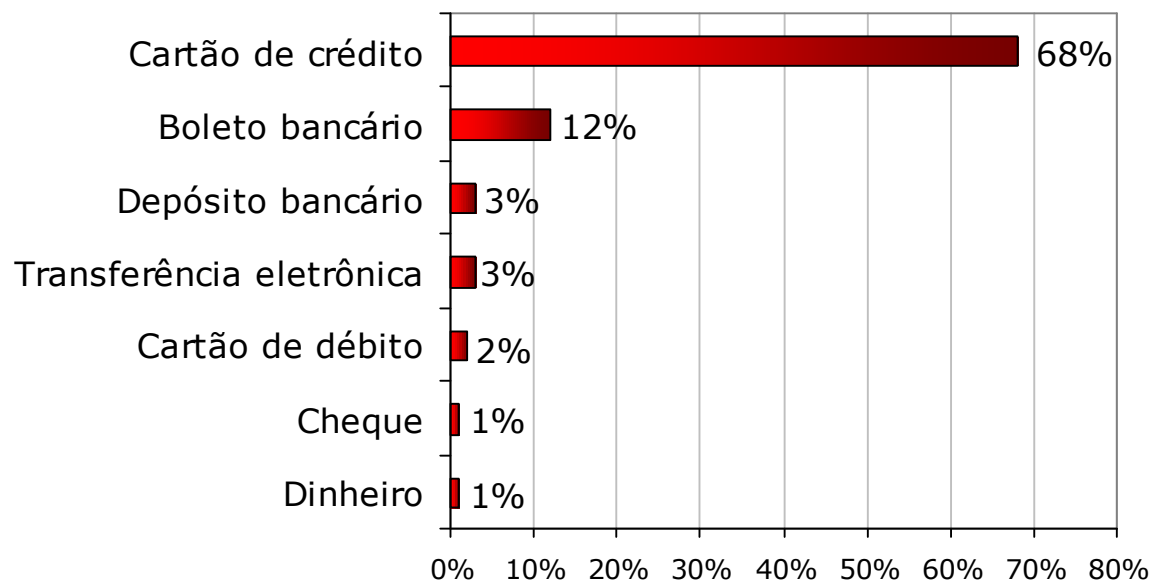


Fonte: e-bit, bitConsumidor, Janeiro a Março 2006 e 2007



Quais os meios de pagamentos utilizados nas compras virtuais no Brasil ?

Meios de pagamento na compra de bens de consumo na internet em 2006
Volume Financeiro



Fonte: Grupo de pesquisas e-bit (www.ebitempresa.com.br)

Base amostral: 910.450 pesquisas de Janeiro de 2006 a Dezembro de 2006



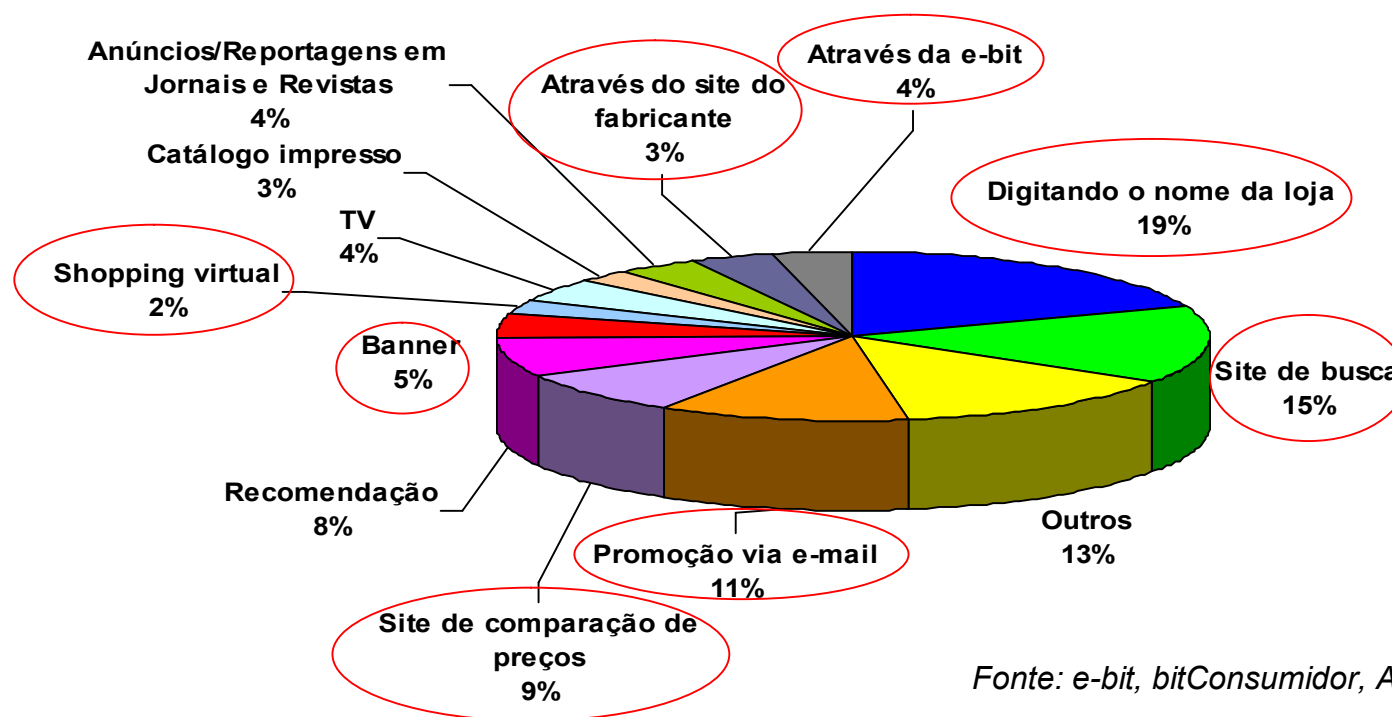
Tópicos

- I. Origem das informações
- II. Evolução do varejo virtual
- III. Comportamento do e-Consumidor**
- IV. Reação do e-Consumidor



Quais as ferramentas que mais motivam os e-Consumidores no Brasil ?

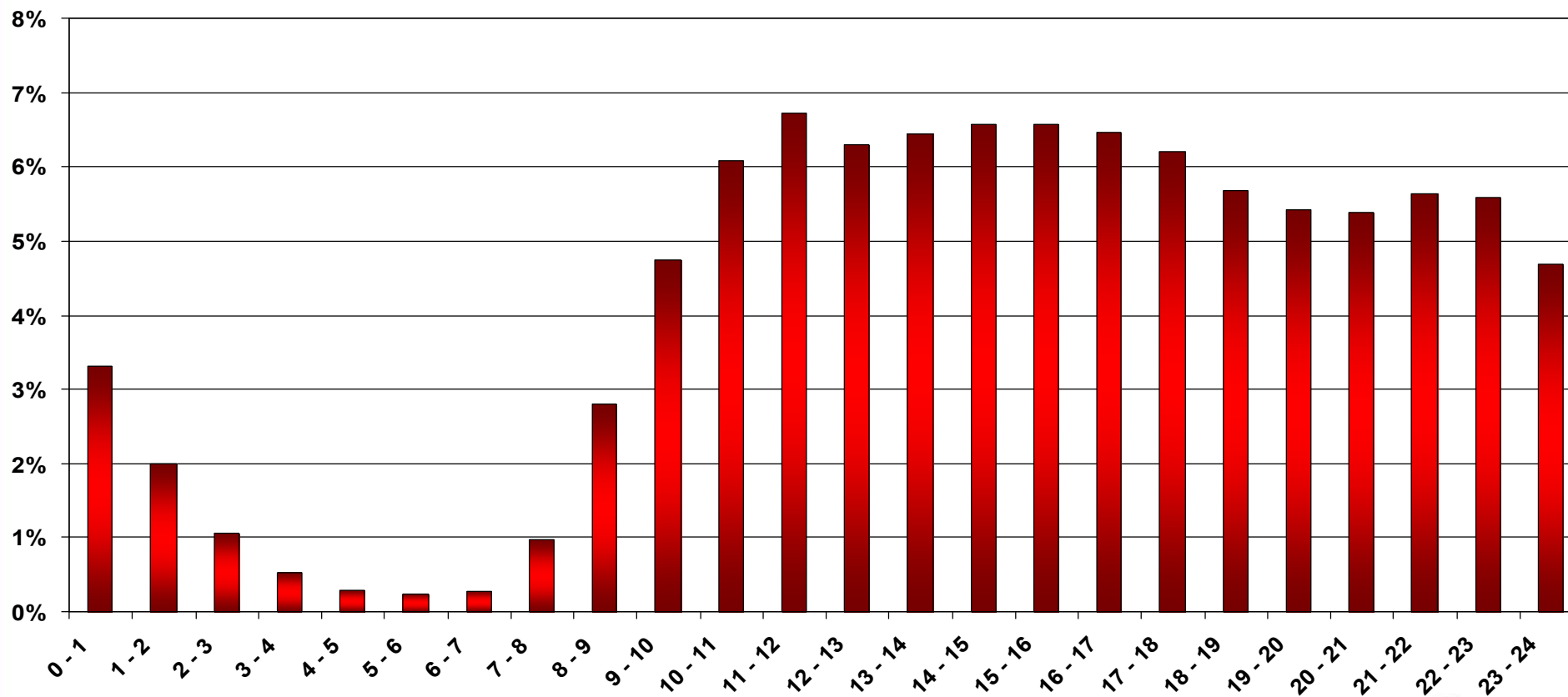
A própria internet e o conhecimento prévio da loja (Brand) são os principais motivadores de compra nas lojas virtuais totalizando 68% das compras.



Fonte: e-bit, bitConsumidor, Ano 2006

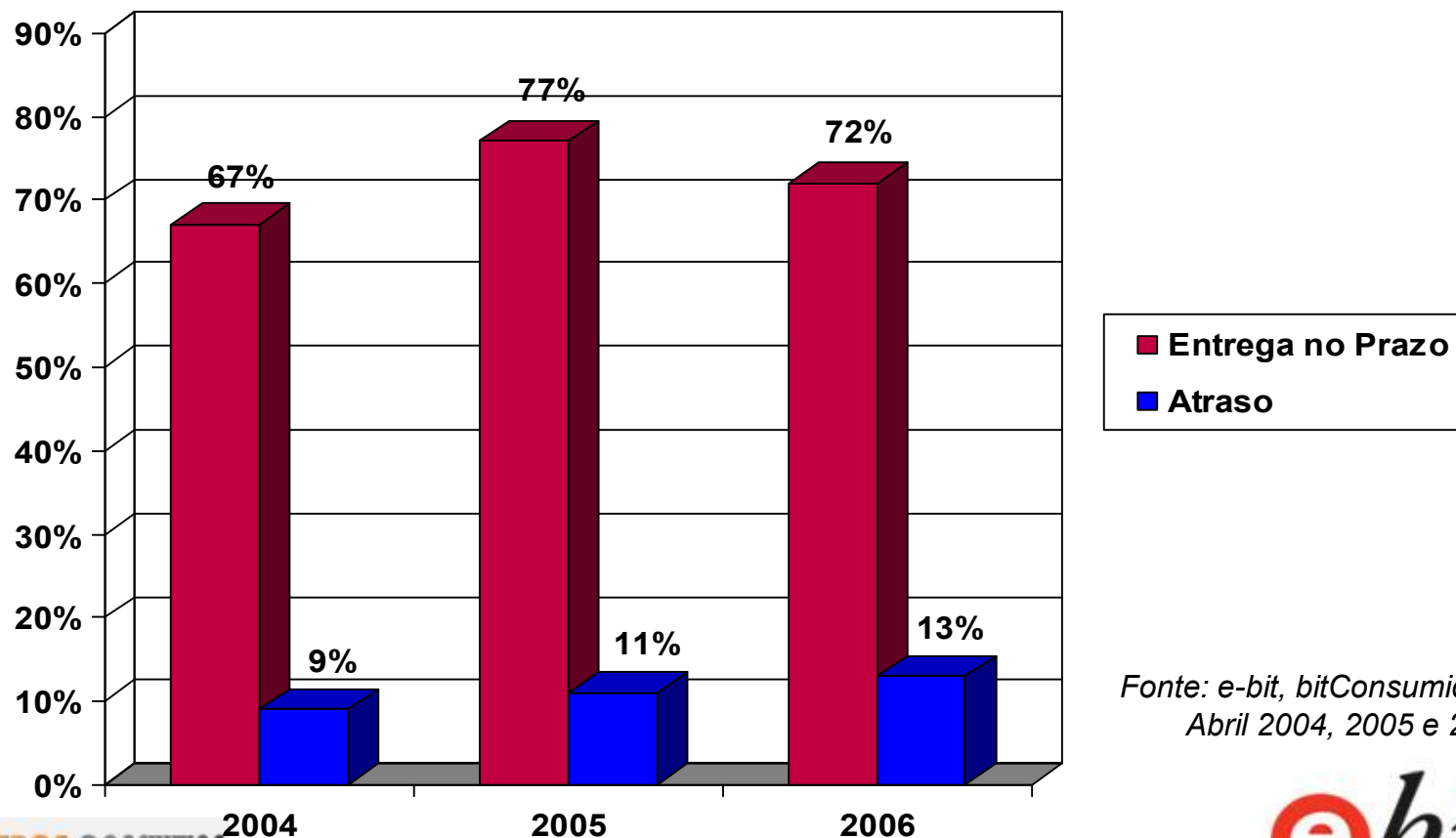
Quando os e-consumidores brasileiros compram ?

As compras são bem distribuídas ao longo do dia, sendo muito comum as pessoas fazerem compras durante o período em que estão trabalhando.



Como estão as entregas dos produtos no Brasil ?

Na percepção do e-Consumidor 13% das compras são entregues após o prazo prometido ou esperado pelo cliente!

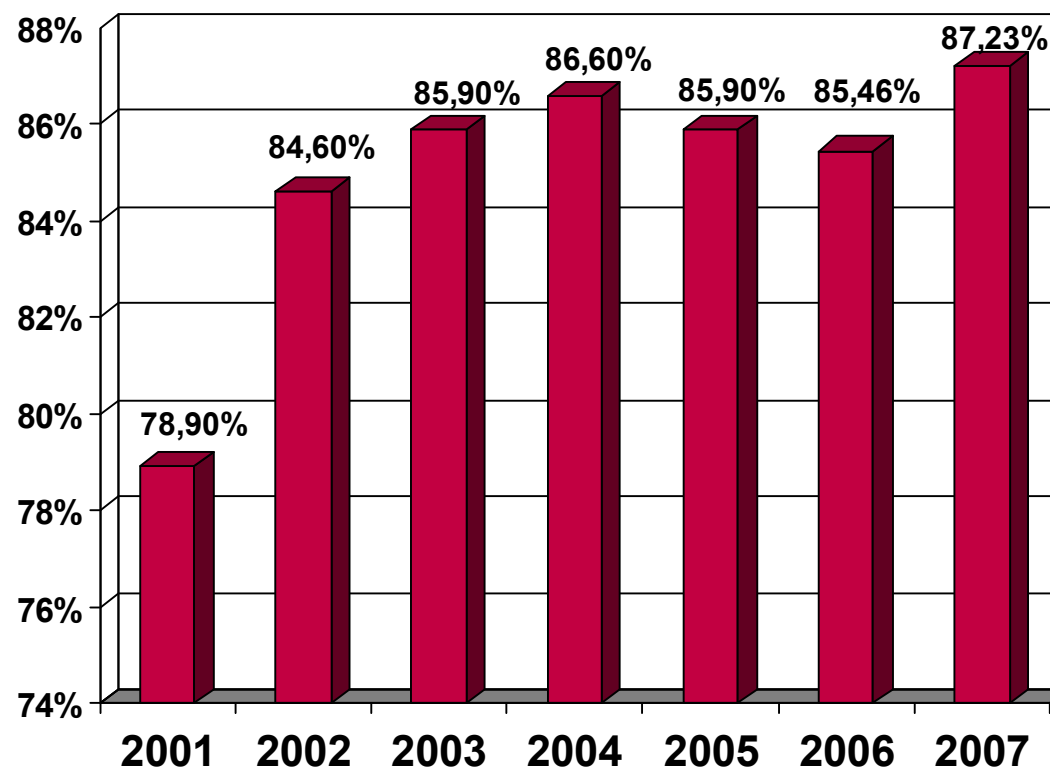


Fonte: e-bit, bitConsumidor,
Abril 2004, 2005 e 2006

Mesmo assim estão muito satisfeitos com os serviços das lojas virtuais!

As lojas virtuais estão atendendo às expectativas dos e-consumidores e isso reflete diretamente no índice de satisfação que vem se mantendo de uma forma constante.

Índice e-bit / PwC de Satisfação de Janeiro/07: 87,23%



Fonte: Índice e-bit / PwC,
Janeiro 2001, 2002, 2003,
2004, 2005, 2006 e 2007



Tópicos

- I. Origem das informações
- II. Evolução do varejo virtual
- III. Comportamento do e-Consumidor
- IV. Reação do e-Consumidor**



Dicas para o varejo virtual TER a aprovação do e-consumidor

Pontos considerados positivos na realização de uma compra Virtual

- Facilidade de navegação
- Satisfação geral
- Percepção de entrega rápida
- Preço bom
- Variedade de produtos
- Praticidade/Comodidade
- Atendimento
- Variedade e facilidade de pagamento
- Segurança
- Promoções/Ofertas/Recebimento de cupons
- Confiança
- Qualidade
- Design
- Entrega antes do prazo previsto
- Qualidade do produto

Primeira compra

- **ansiedade em receber o produto no prazo esperado**
- **Insegurança em fornecer dados (principalmente na primeira compra)**



Alertas para o varejo virtual NÃO TER a aprovação do e-consumidor

Pontos considerados negativos na realização de uma compra Virtual

- Valor do frete muito alto
- Faltam informações sobre produtos
 - Resenha de livros
 - Trecho de músicas
 - Tamanho e melhor descrição de produtos
 - Fotos com detalhe
 - Zoom
- Preço muito alto
- Prazo para entrega é muito longo
- Indisponibilidade de produto
- Variedade de produtos
- Atendimento ruim
- Atraso na entrega
- Dificuldade na troca/devolução
 - Faltou parte do produto
 - Produto sujo, amassado, quebrado, com defeito



Valores do e-Consumidor

- ✓ **Segurança**
- ✓ **Tempo**
- ✓ **Comodidade**

Me dê uma marca em que eu possa confiar (Segurança). Uma marca que me entenda (Tempo), que facilite a minha vida (Comodidade).



Fique por Dentro

- ✓ Newsletter ebitInforma sobre e-commerce:
<https://www.ebitempresa.com.br/ebitinforma>
- ✓ Notícias e reportagens sobre comércio eletrônico:
<https://www.ebitempresa.com.br/ebitnamidia>
- ✓ Relatório semestral sobre e-commerce
<http://www.webshoppers.com.br>
- ✓ Para ter a Pesquisa de Satisfação bitConsumidor em sua loja virtual
<http://www.ebit.com.br/convenio>
- ✓ Dicas para uma compra segura
<http://www.internetsegura.org>



Obrigado !



Contato: 11-3047.4999

negocios@ebit.com.br