

Digit@l Tuesdays by IAPMEI

ECOMMERCE

Fazer o negócio chegar mais longe

WEBINAR • 24 OUTUBRO



Digit@l Tuesdays by IAPMEI

ECOMMERCE

Fazer o negócio chegar mais longe

Olá!

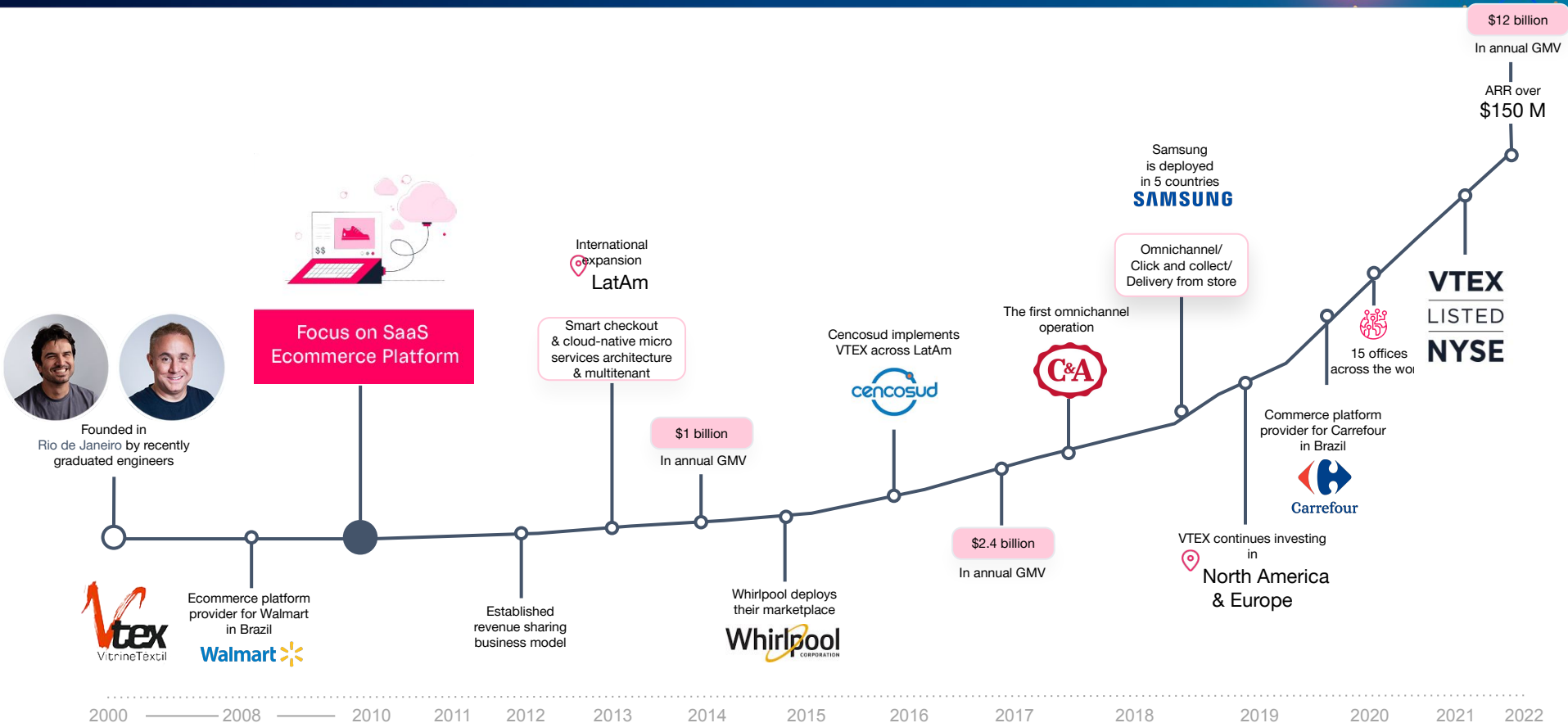
I'm Thiago Borba

HEAD OF SALES - SOUTHERN EUROPE

VTEX - Growth EMEA

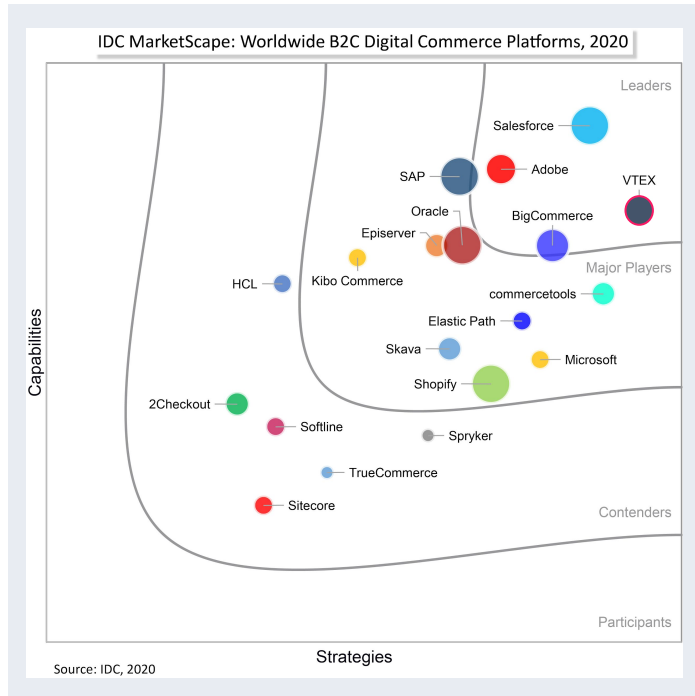


E-commerce in Portugal



VTEX - Quem somos

VTEX rated a Leader
by IDC for:



VTEX rated a Visionary
by Gartner based on:



WHAT IS VTEX?

A Global Ecommerce Platform



38

Countries with
active clients



3200

Active Online Stores



• CIUDAD DE
MÉXICO

• NEW YORK
• PHILADELPHIA

• MEDELLÍN
BOGOTÁ •

LIMA •

TERESÓPOLIS •
SÃO PAULO •

SANTIAGO •

• CURITIBA
• BUENOS AIRES

• JOÃO PESSOA

• RIO DE JANEIRO

LISBON

• LONDON
PARIS •

MILAN •
• BARCELONA

• BUCUREȘTI

SINGAPORE •

VTEX - Quem somos

You're
in good
company



2400+

Active customers globally



3.400+

Active online stores

Public-listed
company

VTEX
LISTED
NYSE

SAMSUNG



DECATHLON

KitchenAid®



Carrefour



Auchan

acer



Whirlpool
CORPORATION



ARCAPLANET
Pot store. Pot stories.

GROUPE
Casino
NOURRIR UN MONDE
DE DIVERSITÉ

2
SWAROVSKI

Levi's

Philco

Electrolux

Panasonic

Walmart
Save money. Live better.

PHILIPS

AVON

PANDORA

OBI



L'ORÉAL
PARIS

elektra

U
Unilever

GARMIN

Cartier

Coca-Cola

TRAMONTINA

Crate&Barrel



E-commerce in Portugal

O comércio digital em Portugal continua a crescer aproximadamente ao dobro do ritmo do período pré-pandemia.

23%

Das vendas vêm do comércio eletrônico

16%

Crescimento anual das vendas online (2021 vs 2022)

7p.p

Crescimento acima da média na Europa

58%

dos players aumentarão o investimento em tecnologia em 2023

THE PORTUGAL
News

PRINT EDITION CLASSIFIEDS PROPERTIES

HOME

NEWS PORTUGAL WORLD

Home

News

Portugal's billion euro online market

Share



Portugal's billion euro online market

The Portuguese e-commerce market is expected to be worth €7.13 billion this year and €9.3 billion in 2025, but only 16 percent of companies in Portugal have an online sales channel, according to a study by [Deloitte](#).

By TPN/Lusa, in [News](#), [Portugal](#), [Business](#) · 27 May 2023 · [1 Comments](#)



E-commerce - Novos Consumidores

O QUE INFLUENCIA O CONSUMO DOS MILLENNIALS?

O QUE LEVA OS MILLENIALS
A COMPRAR?



Fonte: Visão

Comentários online feitos por outros consumidores

55%

O que os amigos fazem / vestem / usam

45%

O que a família faz / veste / usa

36%

Críticas feitas em jornais, revistas ou blogs

28%

Recomendações através das redes sociais

36%

Anúncios de televisão

27%

Algo que tenha visto num vídeo online (Youtube, Vine, etc)

26%

O que as celebridades fazem / vestem / usam

13%

E-commerce - Desafios

Acompanhar todas as mudanças é desafiador.
Também é o que faz você se destacar.

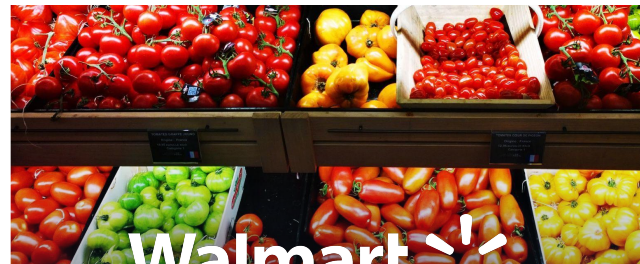


20x **Aumento das receitas** digitais em 6 anos com **marketplace** e operação omnichannel.



SAMSUNG

432% **Aumento das sessões** durante um evento de **live shopping**.



Walmart

42% **Aumento da taxa de conversão** em 2020 com estratégias de fulfillment omnichannel.

E-commerce - Desafios

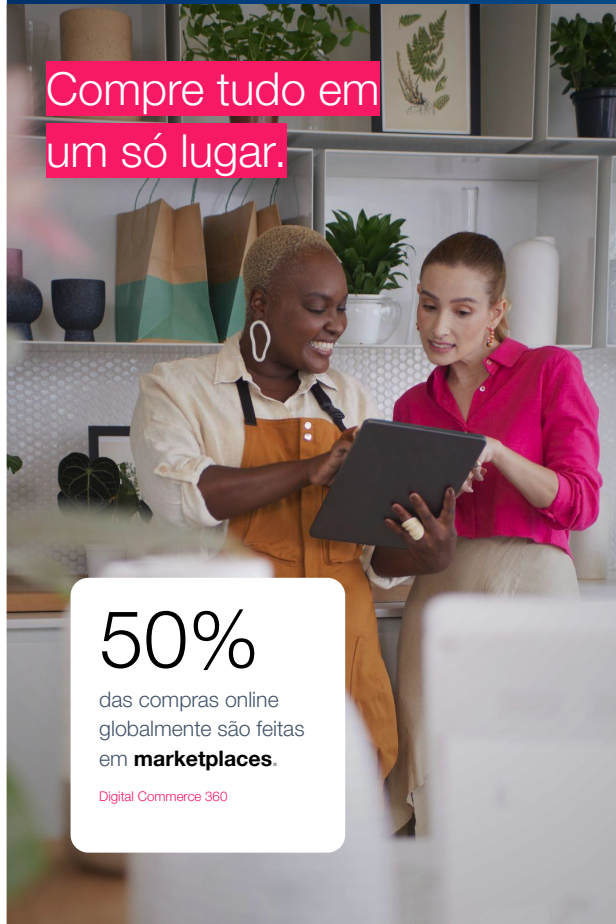


Novas formas de comprar.
Novas formas de interagir.

20%

das vendas online
serão feitas por
live streaming
até 2026

McKinsey



Compre tudo em
um só lugar.

50%

das compras online
globalmente são feitas
em **marketplaces**.

Digital Commerce 360



Menos paciência.
Mais comodidade.

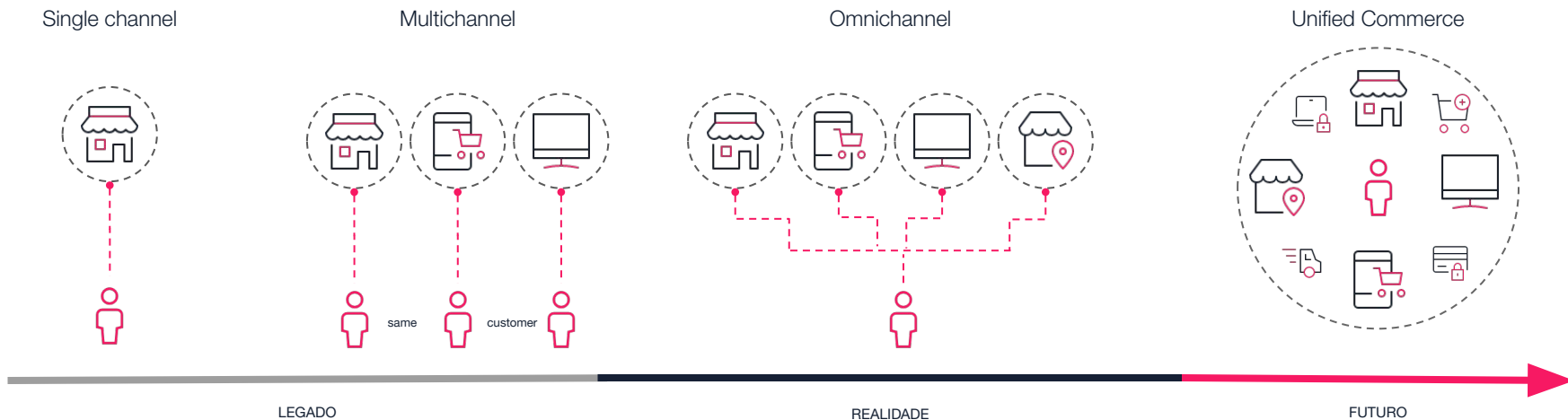
80%

dos compradores
buscam **entrega no
mesmo dia** quando
compram online

Digital Commerce 360

E-commerce - Omnichannel

Uma estratégia omnichannel bem-sucedida
é a base para o comércio unificado



E-commerce - Estratégias Multichannel

Estratégias multichannel
são limitadas



Inês quer um tamanho de vestido diferente, mas a loja não o tem em estoque.



Pedro quer comprar on-line, mas o tempo e o valor do frete são altos demais.



Sofia precisa comprar um produto que não é vendido na loja em que ela está.

E-commerce - Estratégia Unificada

A solução de Unified Commerce existe para **quebrar** essas **barreiras**



Inês pode comprar itens que a loja não tem em estoque e **recebê-los em casa**.



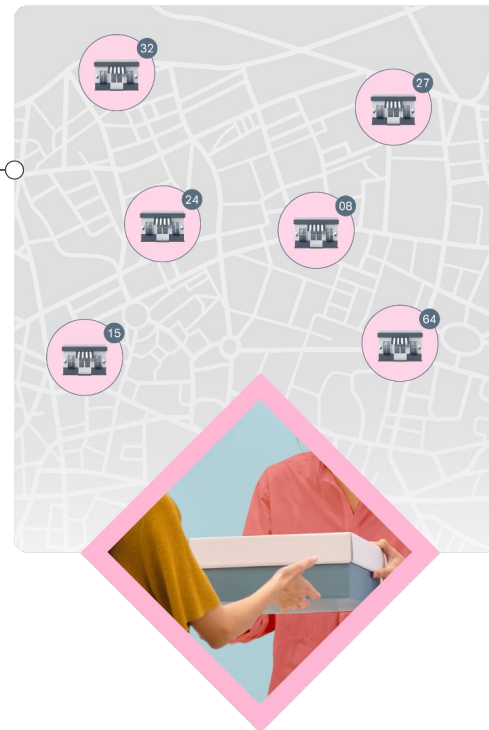
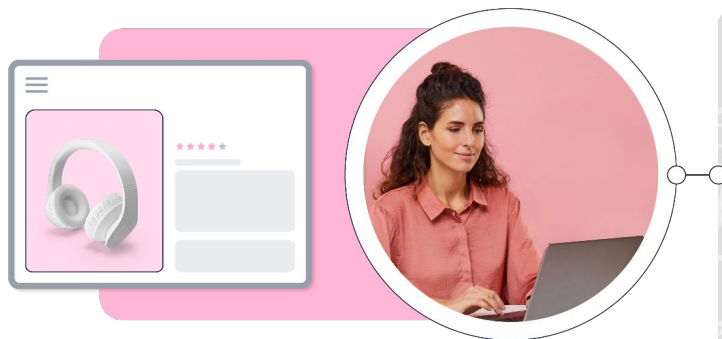
Permite que o Pedro **compre on-line e pegue seu produto em uma loja próxima**.



Sofia pode **comprar produtos complementares de outros lojistas**, em um mesmo pedido.

E-commerce - Estratégia Unificada

Escolha o melhor caminho para começar



Prateleira Infinita

Ganhe uma visão unificada e reduza as rupturas de estoque, aumentando a diversidade e disponibilidade de produtos.

Order Fulfillment

Transforme sua loja física em um mini centro de distribuição e ofereça mais comodidade, possibilitando a entrega do produto ou a retirada.

Clienteling

Garanta a conclusão de uma venda em qualquer canal, acompanhando a jornada do seu cliente e aumentando sua fidelização.

O que é Live Shopping?

Live Streaming + Compra Direta

One to One —————> **One to Many**

- Aprimora a experiência de compra, explicando os produtos com detalhes para ajudar os clientes em seu processo de tomada de decisão;
- Diminuição de custo com trocas, devoluções e cancelamentos;
- Ganho de dados qualitativos e quantitativos.



Live Shopping - Dados Mundiais



70%

Dos consumidores da Europa possuem intenção de comprar via Lives.

35 Bilhões

Expectativa de Vendas através de Live até 2024.

+88% 

Dos consumidores engajados no e-commerce já possuem a intenção de comprar através de Lives.

+14%

Do faturação dos EUA vem de compras ao vivo.

40%

É o faturamento de merchant esperado via Live nos EUA

+20%

Representação de vendas via live Shopping no e-commerce Global até 2026 (McKinsey)

Live Shopping - Algumas Métricas



LIVE

SHOPPING

45 min

Tempo médio de sessão x espectador durante um evento ao vivo 5x tempo normal.

20%

Aumento de 20% do número de pedidos

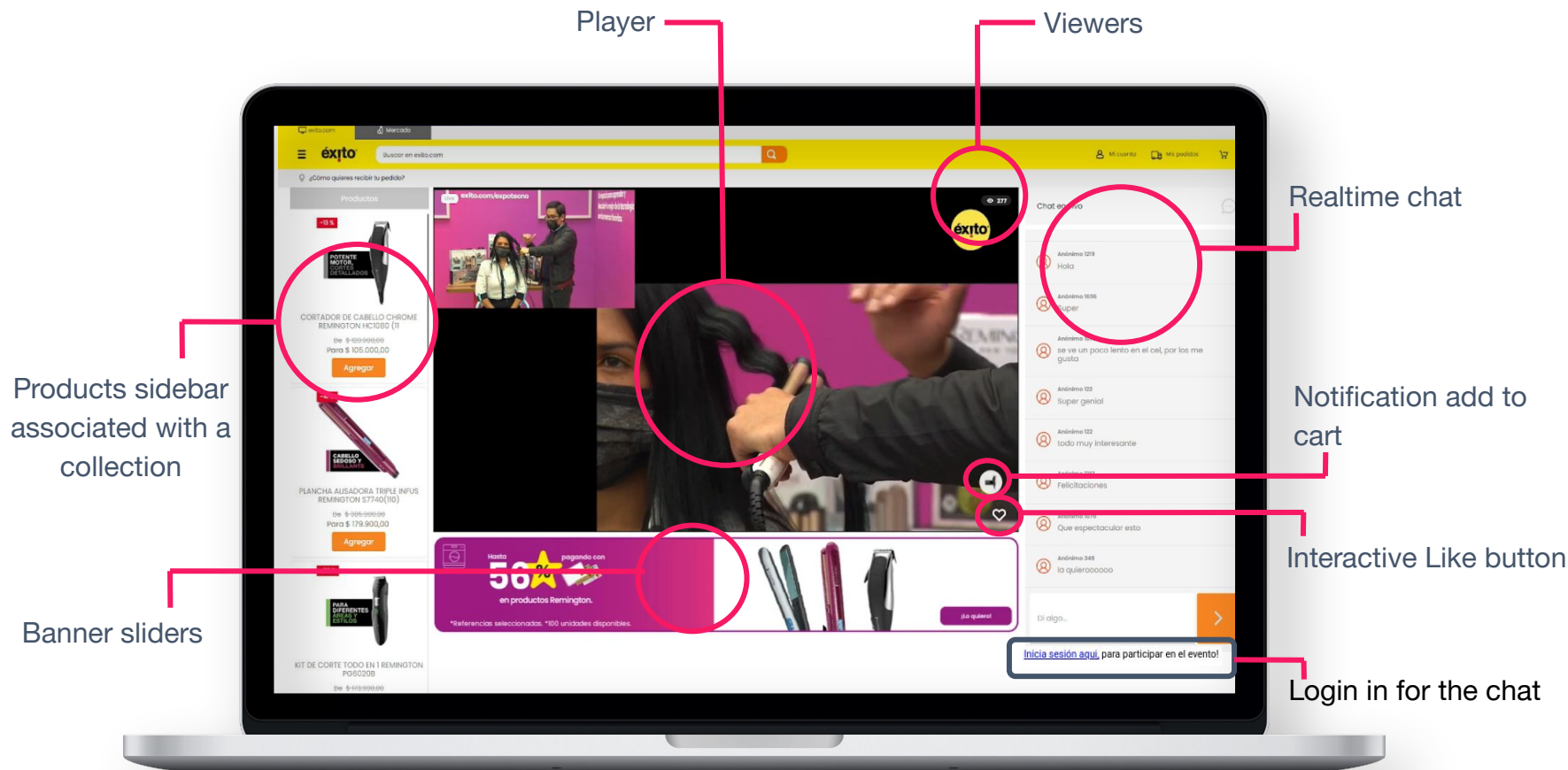
15%

Aumento de GMV

30%

Ativação de cliente MoM

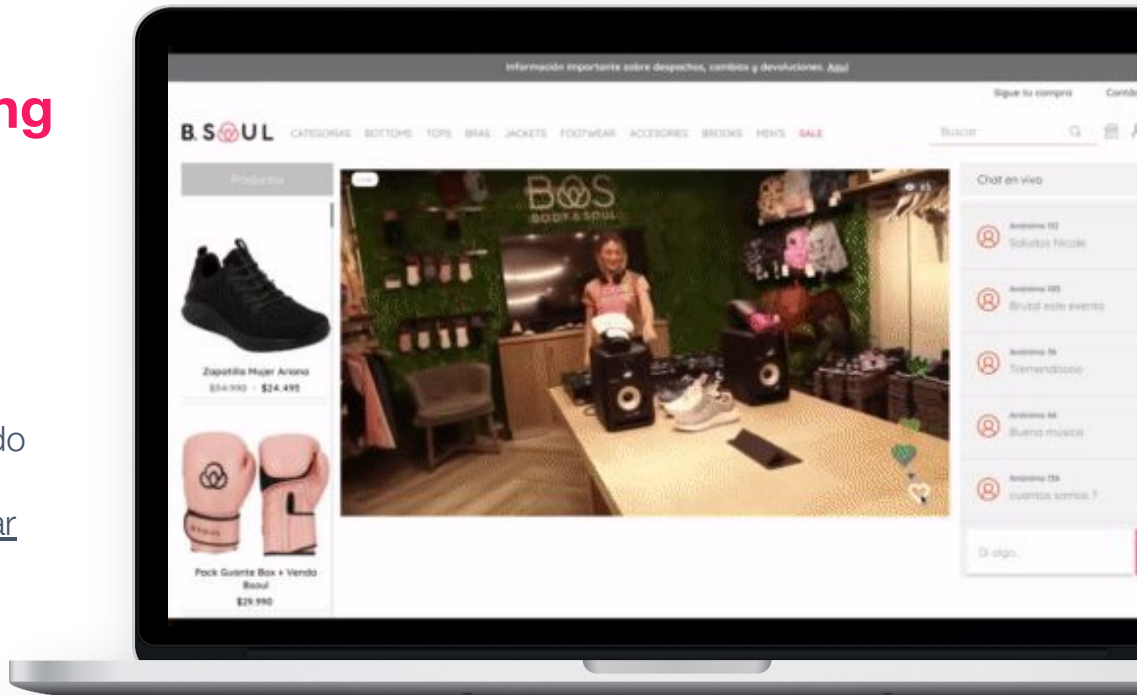
Live Shopping - Como Funciona?



Live Shopping - Benefícios

O benefício do **Live Shopping** em poucas palavras

- ✓ Aprimore o carrinho e taxa de conversão
- ✓ Potencialize viewers para viralizar conteúdo
- ✓ Aproveite a sensação de FOMO e acelerar vendas



Live Shopping - Caso de Sucesso

SAMSUNG

Perfect balance

Com o Live Shopping, a Samsung conseguiu fazer as duas coisas, explicar os detalhes técnicos dos produtos para seus clientes e oferecer ofertas exclusivas.

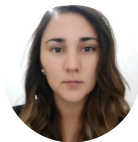
Viewer Retention

A transmissão durou 60 minutos, um tempo muito longo na média da indústria e conseguiu mais de 1.500 espectadores únicos.

Audience Engagement

O feedback do evento foi incrível, com mais de 1000 curtidas e mais de 600 comentários durante o evento.

A gigante de tecnologia Samsung quase quadruplica suas vendas com um evento de compras ao vivo



432%

Aumento de sessões em um dia normal.

163%

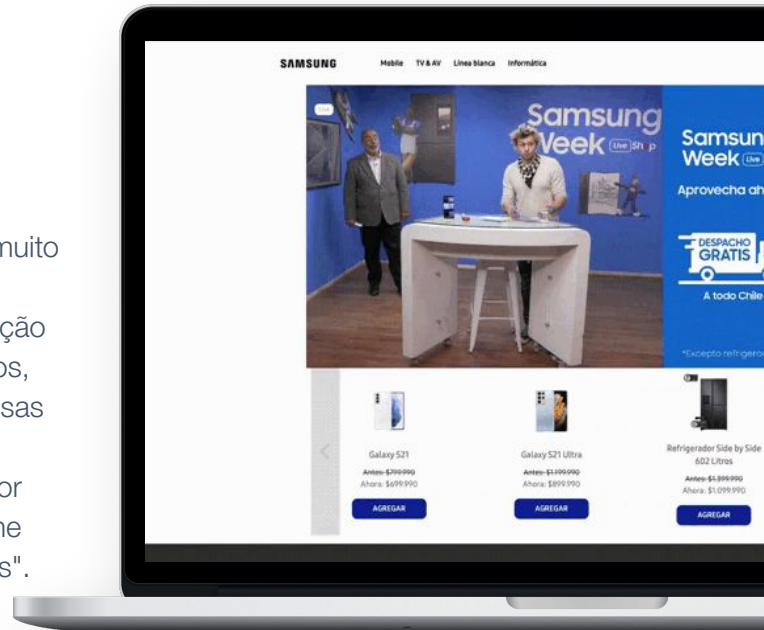
Aumento de pedidos pelo stream, um número incrível que significou mais de 1,5x em seus pedidos.

385%

Crescimento do volume de vendas durante o evento.

"O Live Shopping é uma ferramenta muito boa para direcionar as ofertas que queremos promover. É uma combinação muito boa de explicar nossos produtos, além de poder mostrar ao cliente nossas ofertas. Dessa forma, como marca, podemos aproximar-se do consumidor final, dar-lhe proximidade e explicar-lhe como são os produtos que vendemos".

Paz Pérez Aros, Online Assistant Manager at Samsung Chile



The Enterprise Digital Commerce Platform

Digit@l Tuesdays by IAPMEI

ECOMMERCE

Fazer o negócio chegar mais longe

Obrigado!



@thiagoborba

