

Ecommerce

Tendências para Ecommerce

Professor: Gustavo Cotta Loureiro

Referência Bibliográfica

E-COMMERCE BRASIL. Artigos. Disponível em: < <https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/>>. Acesso em: 06/07/2017.

E-COMMERCE NEWS. Artigos. Disponíveis em: < <https://ecommercenews.com.br/e-commerce/artigos>> Acesso em: 06/07/2017.

Resumo

Omnichannel cada vez mais forte

O conceito de Omni-Channel define o futuro do mercado varejista nacional e internacional, no qual todos os canais de uma marca (web, lojas físicas, celulares e outros) são integrados para atender o consumidor onde ele estiver.

Com a criação de um novo conceito, nasce também um novo consumidor, que utiliza vários canais para efetuar suas compras, variando de acordo com o que for mais prático e rápido para ele: é o consumidor multicanal e o cross-channel. Entre os ambientes de compra, o Omni-Channel integra lojas físicas e virtuais para que o comprador possa explorar todas as possibilidades de interação com a marca.

Para sobreviver aos avanços tecnológicos, o varejo tradicional precisa compreender e aplicar a integração desses canais. Atualmente, no Brasil, o e-commerce responde por 3% do número de vendas; apesar de o dado não se mostrar tão expressivo, o comércio eletrônico influencia mais da metade das compras realizadas nos espaços físicos. O cliente costuma visitar as ofertas nos sites e passar nas lojas físicas para comprar ou realizar trocas.

A última edição do NRF (National Retail Federation) em janeiro mostrou que continua muito presente a tendência do chamado omnichannel (multiplicidade de canais de relacionamento com o cliente, incluindo, além da loja física, e-commerce, social commerce, tele vendas e outros formatos).

Se há três anos víamos os primeiros pilotos de gestão omnichannel, hoje 75% das empresas americanas declaram já ter implementado o serviço de Buy Online & Pick up in Store (e outros 15% asseguram ter um plano para implementá-lo).

Experiência de compra

As lojas de varejo física não estão morrendo, mas uma transformação dolorosa já começou.

Muitas lojas físicas estão entendendo que os consumidores cada vez mais digitais precisam de experiências de compra diferentes para utilizarem as lojas físicas;

Realidade Aumentada em sua Casa

De "COMO SERIA?" para "Com o que se parece" ou "Como vai Ficar" em sua casa.

A Realidade Aumentada (AR) ganhará espaço em 2018 à medida que as marcas começarem a oferecer recursos que permitem aos consumidores usar seus dispositivos móveis para visualizar itens em sua casa ou escritório antes de comprar.

<https://www.youtube.com/watch?v=uhdOzpbIrm0>

Novos modelos de atribuição

Os varejistas agora saberão quantos dólares de vendas na loja são atribuíveis a cada dólar gasto em digital graças a um modelo de atribuição confiável entre digital e na loja física:

ROPO Ratios (ROPO: "Research Online, Purchase Offline")

Voz e Imagens vão mudar SEO para sempre.

Em um mundo com cada vez mais Internet-of-things (IoT), nossa dependência por navegadores como IE, Firefox ou Chrome começará a diminuir;

Misturado com aplicativos móveis, interfaces de realidade aumentada (AR) e interações por voz, o navegador se tornará um canal entre muitos e não o meio de fato pelo qual compraremos produtos ou serviços digitalmente.

Novos formatos de divulgação

Segundo Marshall (2014), mídia programática é a automação da compra e venda de inventário de mídia em tempo real. Isso se dá através de plataformas de tecnologia e uso de dados, substituindo processos manuais e negociações interpessoais.

<https://tvuol.uol.com.br/video/midia-programatica-muda-publicidade-saiba-do-que-se-trata-04024C9A316EDCB15326>

Exercícios

1. Por que o conceito de Omnichannel é tão importante como tendência no ecommerce?
 - a) A experiência de compra do usuário de ecommerce está mudando fazendo com que ele tenha a possibilidade de comprar online e retirar em uma loja física por exemplo.
 - b) A experiência de compra do usuário de ecommerce é a mesma fazendo com que ele tenha a possibilidade de comprar online e receber em casa por exemplo.
 - c) A experiência de compra do usuário de ecommerce está mudando fazendo com que ele tenha a possibilidade de comprar online e receber em casa ou no escritório por exemplo.
 - d) A experiência de compra do usuário de ecommerce está mudando fazendo com que ele tenha a possibilidade de comprar em uma loja física e retirar em uma loja online por exemplo.
 - e) N.D.A

2. Qual a principal vantagem de trabalhar com mídia programática?
 - a) Direciona a propaganda de uma forma mais assertiva para o público alvo desejado;
 - b) Direciona a propaganda de uma forma mais assertiva para o veículo desejado;
 - c) Direciona a propaganda de uma forma mais assertiva para o portal desejado;
 - d) Direciona a propaganda de uma forma mais assertiva para o anunciante desejado;
 - e) N.D.A.

3. Quais as principais tendências para um ecommerce nos próximos anos?
 - a) As vendas serão feitas somente por celulares e não mais por computadores;
 - b) As vendas vão ocorrer somente por apps como realidade aumentada e as buscas serão feitas por voz e não mais digitadas no google;

- c) A internet como conhecemos hoje vai morrer;
- d) Omnichannel, seo por voz, novas formas de fazer mídia e divulgação, novas formas de experiência do usuário, novos modelos de atribuição e realidade aumentada para ajudar na compra;
- e) N.D.A.

Gabarito

1. A

A experiência de compra do usuário de ecommerce está mudando fazendo com que ele tenha a possibilidade de comprar online e retirar em uma loja física por exemplo;

2. A

Direciona a propaganda de uma forma mais assertiva para o público alvo desejado;

3. D

Omnichannel, seo por voz, novas formas de fazer mídia e divulgação, novas formas de experiência do usuário, novos modelos de atribuição e realidade aumentada para ajudar na compra;

Exercício de contextualização

1. Você possui uma loja virtual saindo do forno, mas descobriu agora todas essas mudanças e tendências que estão por vir. O que você faria: aguarda até terminar de implementar uma loja com todas as tendências funcionando ou lança a loja e vai ajustando aos poucos?

Gabarito

1. Coloque no ar a loja e vá implementando as tendências aos poucos e somente depois que elas estiverem consolidadas como tendências.

Atividade extra

Nome da atividade: Video no youtube

Link para assistir a atividade: <https://www.youtube.com/watch?v=GrlBfey1mZQ>