

O GUIA E-COMMERCE PARA A

BLACK FRIDAY

2020

Saiba como preparar-se
para o sucesso

 Shiptimize



ÍNDICE

- 1 Introdução
- 2 E-commerce em Portugal
- 3 E-commerce no Brasil
- 4 E-commerce no resto do mundo
- 5 Dados globais da Black Friday
- 6 Planeie a sua estratégia
- 7 Dicas E-commerce
- 8 Conclusão

INTRODUÇÃO

O famoso dia mundial dos descontos: a Black Friday, ou sexta-feira negra em português, tem-se tornado cada vez mais popular desde o seu surgimento nos Estados Unidos da América durante os anos 50. Para além de ser tradição em vários países, é também um evento que depende atualmente das tecnologias de informação.

Isto é, os consumidores já não precisam de se dirigir fisicamente às lojas. Agora podem encomendar tudo o que desejam pela internet, desde uma tostadeira a um pijama novo.

Esta transição para o mundo online foi gradual em dois sentidos: em primeiro lugar, o avanço tecnológico das duas últimas décadas permitiu que as lojas alcançassem mais clientes, cuja presença na internet é fomentada pela proliferação de redes sociais.

Em segundo lugar, a Black Friday tornou-se vítima do próprio sucesso e procurou alternativas digitais devido às inúmeras filas

de espera que acarretam problemas de logística e, nalguns casos, situações mais extremas de disputas violentas entre consumidores. Consequentemente, qualquer evento Black Friday é hoje associado a desorganização, caos e dores de cabeça que não justificam o esforço presencial para obter os descontos apresentados.

Desta forma, as lojas online representam uma alternativa cómoda, rápida e segura para garantir as oportunidades associadas a este evento. Contudo, não deixa de ser importante referir que as lojas online devem acompanhar as tendências do setor de e-commerce. Assim conseguem mais facilmente elaborar as estratégias necessárias para aumentar as vendas, ultrapassar a concorrência e fidelizar mais clientes.

Nesse sentido, elaboramos este e-book por forma a apresentar-lhe mais informações relativas ao setor de e-commerce, assim como algumas dicas que pode utilizar na próxima Black Friday de 2020.

E-COMMERCE EM PORTUGAL

Em Portugal as compras online são menos frequentes comparativamente a países como os Estados Unidos da América. No entanto, tem havido um aumento gradual do número de pessoas que decide fazer compras online: cerca de 3% ao ano. Por exemplo, o SIBS afirma que em 2018 apenas 8,6% dos consumidores fizeram compras pela internet, número que cresceu em 2019 para 10,4%.

Perante este crescimento, empresas como os CTT reagem de forma entusiástica, pois a Black Friday representa uma oportunidade para entregar mais encomendas à porta dos consumidores portugueses. De acordo com a ECO, eventos especiais como este registam um crescimento de cerca 30% comparativamente ao período do ano anterior. Relativamente ao consumo, as cadeias mais procuradas costumam ser as dos supermercados, seguidos dos serviços de catering e restaurantes, estando as lojas de moda e acessórios em terceiro lugar.

Apesar de o nível de consumo online num contexto nacional ser relativamente menor do que em outros países, o crescimento é promissor. De facto, prevê-se que a preferência pelas compras online continue a aumentar nos próximos anos, pois todos os dados parecem apontar nesse sentido. A título de exemplo, a contagem do milhão de compras em Portugal foi ultrapassada às 11:27h do ano passado, sendo que a Black Friday teve início à meia-noite. Resta-lhe investir fortemente numa estratégia para o próximo evento que se aproxima, sendo que deve contar com um aumento da procura que irá, mais uma vez, ultrapassar o ano anterior.

E-COMMERCE NO BRASIL

No Brasil, o setor de e-commerce mostra grandes sinais de continuar a crescer ao longo dos próximos anos. De acordo com um estudo da Kearney sobre os impactos da Covid-19 no comportamento de consumo dos brasileiros, o e-commerce no Brasil deverá registrar um total de cerca de BRL 111 mil milhões em 2020. O estudo realizado pela empresa de consultoria teve em consideração o cenário atual do setor de e-commerce no Brasil e refere especialmente um crescimento de 49% face ao ano anterior, com um valor total estimado de BRL 75 mil milhões.

No entanto, as estimativas parecem não fazer juz à derradeira evolução do setor e-commerce no Brasil, que parece crescer a um ritmo imprevisto, apesar dos estudos realizados. Por exemplo, só neste ano já se registaram cerca de BRL 120 mil milhões, um valor muito acima do previsto. A Kearney considera que possa haver lugar para um aumento de BRL 69 mil milhões nos hábitos de consumo dos brasileiros entre 2020 e 2024 relativamente ao setor de e-commerce. Isto significa que o mercado deve registrar uma taxa de crescimento 17,3% ao ano, até atingir um recorde de BRL 211 mil milhões em 2024. Num cenário otimista, o crescimento médio anual será de 20,7%, com vendas a ultrapassar os BRL 250 mil milhões.

Pensa-se que as categorias que terão o maior crescimento serão a alimentação, os produtos de beleza e higiene e os produtos para animais de estimação. Estima-se que estas categorias registem um aumento de 320% face a outras categorias semelhantes. Em termos absolutos, o maior crescimento poderá registar-se na categoria de produtos eletrónicos, com um aumento estimado de BRL 22 mil milhões face ao valor registado em 2019.

E-COMMERCE NO RESTO DO MUNDO

O interesse global na Black Friday registou um aumento anual de cerca de 117% nos últimos 5 anos. Em alguns casos, esta febre do consumo coincide com celebrações culturais. Por exemplo, na Índia, a Black Friday ocorre durante o festival Diwali, durante o qual se regista uma elevada procura por acessórios em ouro e talismãs religiosos. Noutros casos, como nos Estados Unidos da América, não são necessárias celebrações culturais para motivar o consumo: só em 2018 foram gastos cerca de 6,2 mil milhões de USD no dia da Black Friday.

Caso tenha um maior número de vendas para países específicos, é importante que esteja a par de celebrações culturais ou outras oportunidades de negócio que possam ser conjugadas com este evento. Ao saber com antecedência que tipo de artigos são mais procurados num determinado país, pode facilmente preparar os preços e stock. Em termos de logística, também é importante ver as melhores transportadoras para o envio internacional.

Independentemente do país, sugerimos que organize uma estratégia para captar mais clientes na próxima Black Friday. Todos os dados apontam para um crescimento elevado do consumo, assim como da procura pelas lojas online. Esperamos que este e-book o ajude no sentido de esclarecer alguns factos sobre a Black Friday e lhe apresente algumas maneiras de tirar maior proveito deste evento.

DADOS GLOBAIS DA BLACK-FRIDAY

Categorias mais populares

Eletrónica, Televisões, Computadores e Brinquedos.

Canais de venda

Pesquisa direta: 27.2% das vendas
Anúncios online: 24% das vendas

Dispositivos

Computador, seguido telemóveis com um aumento de 18.3% ao ano e, por último, tablets.

Perdas por stock esgotado

Estima-se uma perda de 484 milhões de USD em vendas potenciais devido a falta de stock.



PLANEIE A SUA ESTRATÉGIA

1

Adapte-se a dispositivos móveis

2

Crie ofertas exclusivas

3

Verifique o stock e o website

4

Aproveite as redes sociais

DICAS E-COMMERCE

01 ADAPTE-SE A DISPOSITIVOS MÓVEIS

O setor de e-commerce está lentamente a adaptar-se a dispositivos móveis. Com o aumento da popularidade de dispositivos móveis, é fundamental que o design das lojas online funcione corretamente a partir destes dispositivos. Desta forma, deve certificar-se junto a profissionais que o seu website encontra-se apto a dispositivos móveis, de forma a que os potenciais clientes consigam navegar com facilidade, sem quebrar o design do website ou encontrar problemas de utilização que prejudiquem a compra.

02 CRIE OFERTAS EXCLUSIVAS

Uma boa forma de atrair clientes para o mundo online é através da disponibilização de artigos exclusivos a este período. Caso disponha ou não de uma loja física, as ofertas únicas são sempre atrativas, pois jogam com o fator psicológico de urgência e escassez. Durante a Black Friday, pode apresentar artigos que não estão disponíveis o resto do ano. Assim, não só aumenta a procura por artigos exclusivos, como pode também publicitá-los com antecedência para gerar alguma antecipação.

DICAS E-COMMERCE

03 VERIFIQUE O STOCK E O WEBSITE

Tendo em conta os milhões desperdiçados em potenciais compras que não ocorreram por falta de stock, sugerimos que verifique todo o seu stock com alguma antecedência e tente fazer uma estimativa tendo em conta o aumento da procura. Para além disso, pode também testar o seu website para detetar potenciais erros técnicos ou contratar uma equipa para apoio técnico durante a Black Friday, caso o website deixe de funcionar. Como diz o ditado, é melhor prevenir do que remediar.

04 MELHORE A SUA LOGÍSTICA

Uma boa forma de gerir todos os seus envios num único lugar e garantir tarifas de envio mais baixas é através de softwares de gestão de envios como a Shiptimize. Não só consegue reduzir o custo dos seus envios, como também tem acesso a transportadoras nacionais e internacionais. Pode gerar facilmente as etiquetas de envio e automatizar as mensagens de aviso para os seus clientes. A utilização do software é gratuita e apenas paga pelos seus envios. [Descubra mais aqui.](#)

CONCLUSÃO

A Black Friday é um evento cada vez mais importante no setor de e-commerce.

O consumo através da internet está a crescer, assim como a utilização de dispositivos móveis para tal fim. Para tirar o máximo partido deste evento, deve-se apostar em ofertas exclusivas únicas para fomentar a procura. É importante verificar e melhorar o website da loja online, tanto para dispositivos móveis, como na prevenção de erros técnicos.

Prepare as ofertas e o stock de forma a conseguir dar resposta à elevada procura típica deste período e, por fim, [melhore a logística da sua loja ao reduzir o custo dos envios e geri-los todos a partir de um único software de utilização gratuita como a Shiptimize.](#)

