

Data Stories

Tech para empreender: quando oferta e demanda encontram os Marketplaces
Agosto/2021

Win, Win & Win

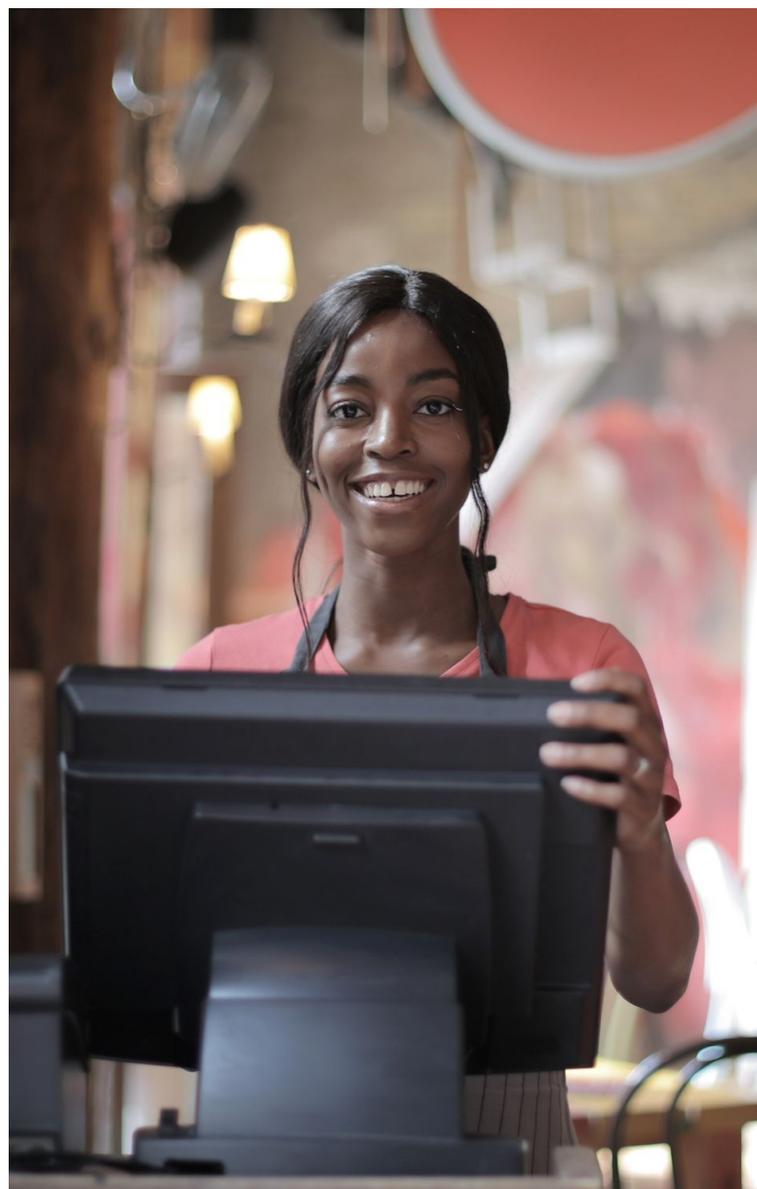
A situação econômica do país transformou a situação de trabalho do brasileiro. O número de autônomos cresceu consideravelmente nos últimos 5 anos. Para empreender, estes profissionais encontram na tecnologia uma forma aliada.

Os 10 sites de varejo mais acessados no Brasil são o que chamamos de marketplace, ou seja, plataformas com marcas famosas que abrem espaço para pequenas e médias empresas venderem seus produtos por meio delas.

Este é um movimento ganha-ganha-ganha, os grandes sites varejistas ganham escala, variedade e granularidade nas suas ofertas, os "sellers" têm o tráfego e o suporte das grandes marcas e os consumidores têm a segurança de terem suas compras garantidas pelo marketplace.

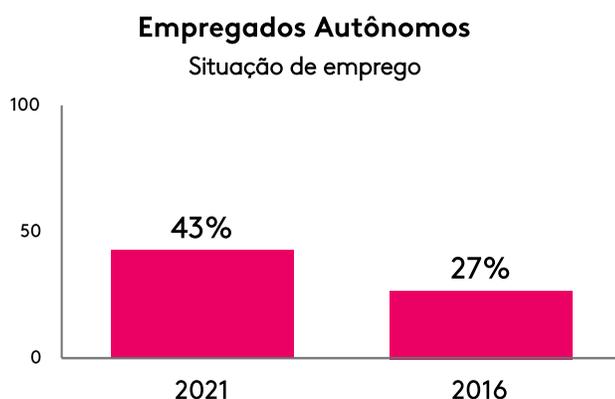
Com a pandemia, este modelo se expandiu. Empresas que não podiam manter suas portas abertas foram empurradas ao ambiente online. Nas páginas a seguir buscamos entender alguns aspectos dessa categoria de negócios para conquistar a confiança e a adesão do público.

Aqui não vamos explorar aspectos sobre a qualidade do trabalho ou outras questões que envolvem o empreendedorismo no Brasil versus outros países.



Empreendedorismo em alta

A situação econômica do país transformou a situação de trabalho do brasileiro. O número de profissionais autônomos cresceu consideravelmente nos últimos 5 anos.



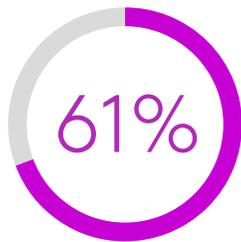
um crescimento de
59% em relação a
cinco anos atrás

Ferramenta que ajuda

Em um contexto em que as pessoas estão buscando empreender ou buscar novas fontes de renda, os marketplaces são uma das opções para impulsionar vendas

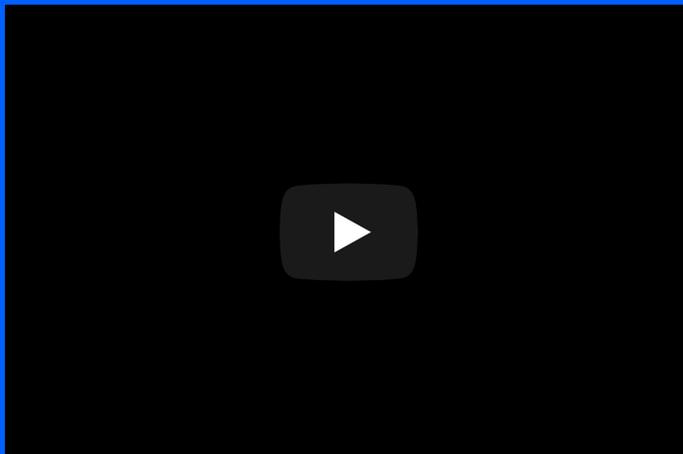


afirmam que "algum dia, gostariam de começar o próprio negócio". Em 2016, este número era 61%



concordam que "estão buscando oportunidades de obter rendas adicionais, além do trabalho regular". Em 2016, o percentual era de 53%

No início dos meses da pandemia, o Magazine Luiza fortaleceu o programa Parceiro Magalu, para varejistas e autônomos.



Marcas Poderosas

A segurança em realizar transações pela Internet ainda é uma barreira para a expansão do comércio eletrônico no Brasil, por isso, a reputação das marcas dos varejistas na Internet é essencial.



Apenas 39% dos usuários de Internet acreditam que as transações por Internet são seguras



Enquanto 61% afirmam que "ao comprar pela Internet, é importante comprar apenas marcas conhecidas".

Construção de marca que gera resultado

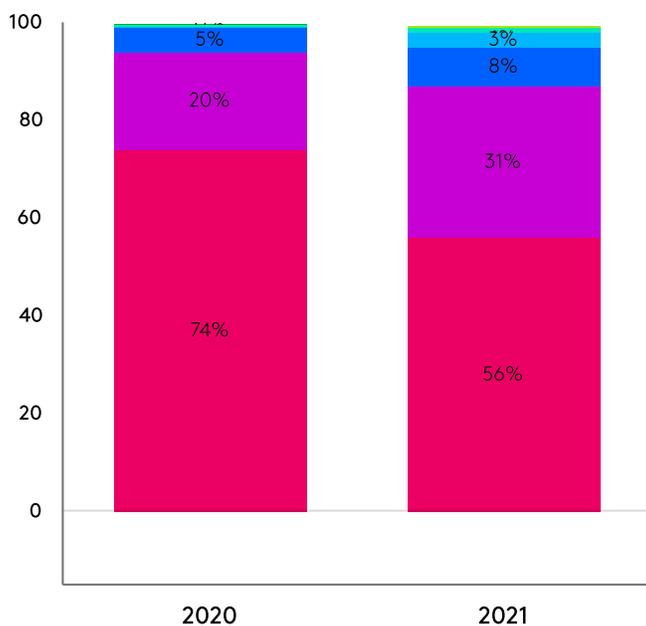
Com isso, o investimento publicitário é ainda mais importante para fortalecer as marcas e torná-las confiáveis aos olhos do consumidor.

Investigamos o investimento publicitário dos 10 maiores marketplaces no Brasil*. **No primeiro semestre de 2021, o montante cresceu 13% comparado ao mesmo período do ano anterior.**

E não foi por acaso que a publicidade se intensificou. **45% das pessoas que acessaram esses sites afirmaram que a publicidade influencia em suas decisões de compra.**

Distribuição do Investimento

10 sites de varejo mais acessados



Acesso ao marketplace

Quando olhamos os 10 principais players de varejo online, todos eles têm algum tipo de marketplace. Entre eles, **4 têm suas marcas em lojas físicas, e os outros 6 são completamente digitais.**

1. Mercado Livre
2. B2W (Submarino, **Americanas** e Shoptime)
3. Amazon
4. **Magazine Luiza**
5. CNOVA (**Ponto, Casas Bahia e Extra**)
6. Shopee
7. IFood
8. Alibaba
9. **Carrefour**
10. Wish

Cerca de 52% das pessoas acessaram pelo menos um desses sites no último mês.

Família

Target Group Index

Descubra o que as nossas soluções de Consumer Intelligence podem fazer para apoiar a sua estratégia.

- Target Group Index;
- Target Group Index Clickstream;
- Audience Activation;
- Cluster Analytics

e muito mais...

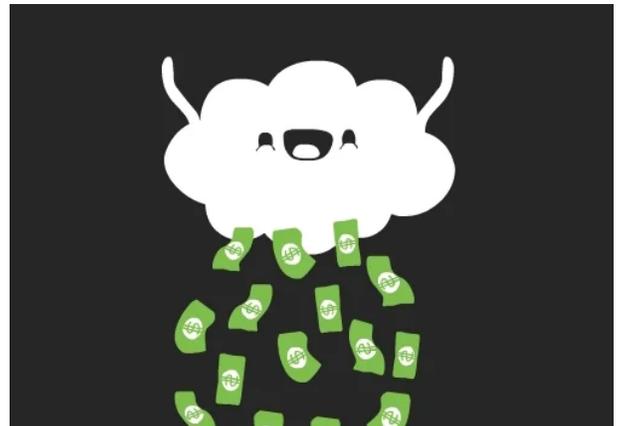


Conheça o poder de integração do Target Group Index em nosso site ou escreva para digital@kantaribope.com

Poder de Compra

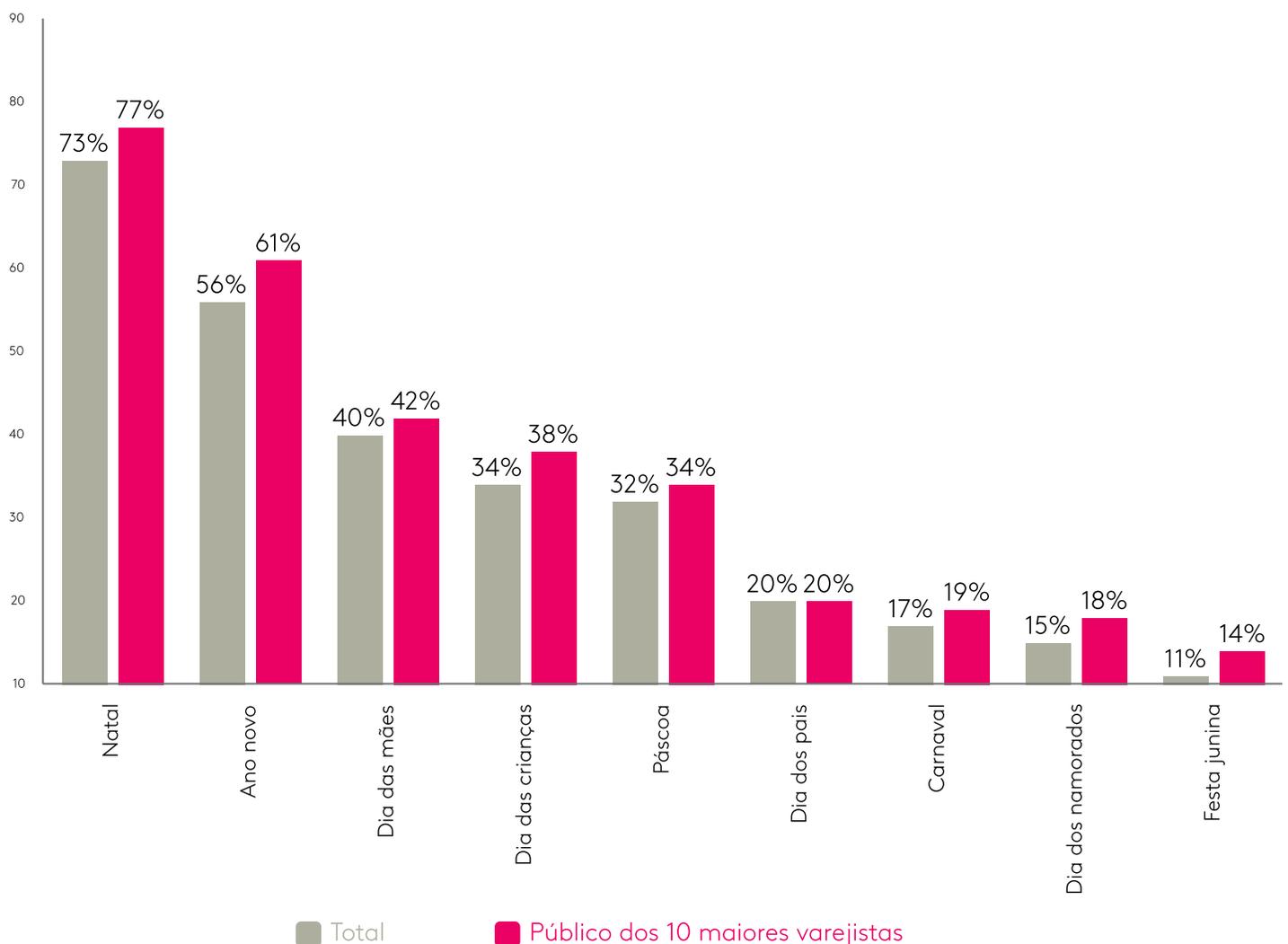
Por mais que o e-commerce tenha crescido no país, **ainda há 60% de pessoas que não compram online**, o que demonstra um potencial enorme para essa modalidade de comércio.

A renda média de quem compra nesses varejistas é apenas 10% maior do que da população, no entanto a disposição de comprar deste público é maior em todas as datas comemorativas do varejo.



Datas com maiores gastos

% de pessoas que citaram a data

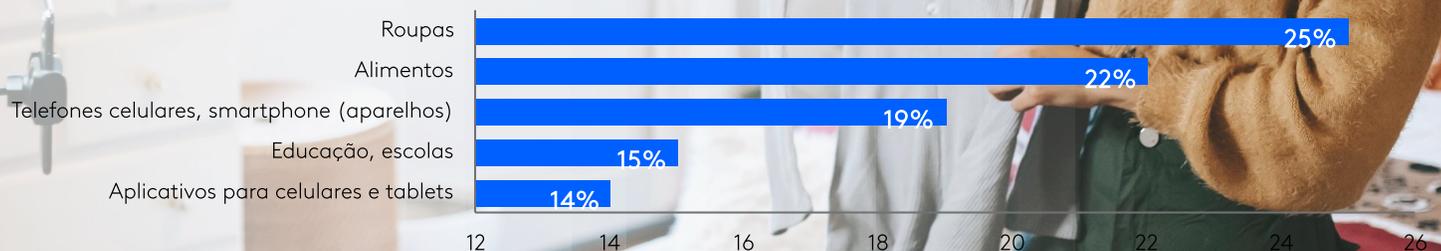


Influência

49% dos usuários desses sites afirmam que “outras pessoas pedem a sua opinião antes de comprar algum artigo novo”.

E essa influência vai além do boca a boca e é potencializada pela Internet. Tanto que entre os usuários desses sites, 34% comentam online sobre produtos.

5 principais produtos comentados
Pelo público dos 10 maiores varejistas da Internet

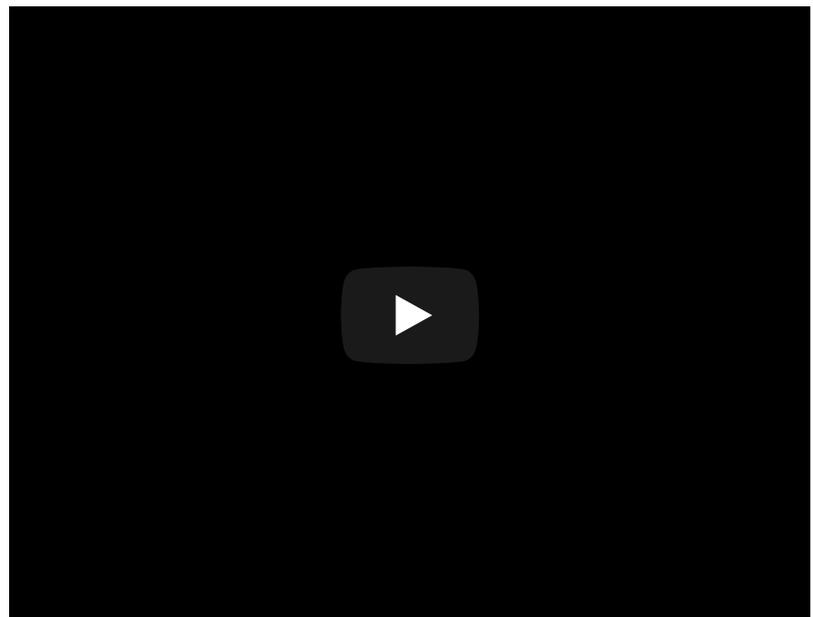


Um Super App para chamar de seu

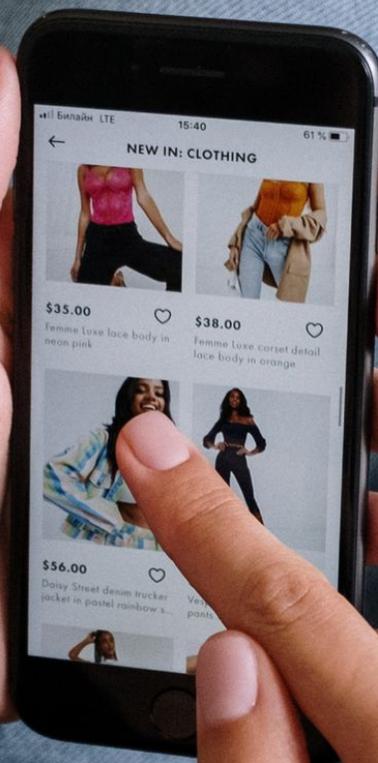
96% dos visitantes dos 10 maiores players de varejo acessaram esses sites por meio do mobile.

Os aplicativos se transformam em ferramentas poderosas para comprar, pagar e receber mercadorias, tanto no ambiente digital quanto nas lojas físicas.

A tendência é que essas plataformas de compra e venda se popularizem ainda mais e expandam suas capacidades de transação. Vemos a ampliação dos serviços de logística e de pagamento, em um ambiente com potencial enorme de crescimento.



Para fazer o download deste material, preencha o formulário abaixo



Sobre o Data Stories:

Esta é a décima terceira edição do conteúdo temático produzido mensalmente pela Kantar IBOPE Media com o objetivo de trazer o cenário e novas perspectivas sobre temas e tendências importantes relacionados a audiência, publicidade, planejamento de mídia e comportamento do consumidor.

Para saber mais sobre este e outros conteúdos entre em contato com: digital@kantariopemedia.com

Sobre a Kantar IBOPE Media

A Kantar IBOPE Media faz parte da Kantar, líder global em dados, insights e consultoria. Oferecemos as mais abrangentes e precisas informações sobre consumo, desempenho e investimento de mídia, provendo aos clientes da América Latina dados para a melhor tomada de decisão. A Kantar IBOPE Media conta com aproximadamente 3.500 colaboradores e possui operações em 15 países latino-americanos.

<http://kantariopemedia.com/>