


TENDÊNCIAS PARA O E-COMMERCE 2024





O ano de 2024 tem todo o potencial para continuar impulsionando as vendas no e-commerce e com inúmeras oportunidades a serem exploradas pelos mais diversos segmentos que compõem esse amplo ecossistema.

Dentro desse contexto, é preciso estar antenado às novidades e, através de um planejamento antecipado, conseguir explorar ao máximo todos os assuntos e possibilidades relacionados ao tema, não só para uma melhoria da perspectiva do seu negócio e dos seus consumidores, mas também para a ampliação de mercado.

Pensando nisso, disponibilizamos aqui algumas das tendências em alta para o e-commerce em 2024, com as principais dicas e apontamentos para que a sua loja possa se destacar ao longo do ano.

E-commerce sustentável e produtos eco-friendly


Com o aumento do consumo e das vendas pela internet, as questões ambientais acabaram ficando em maior evidência, o que tem gerado uma apreensão global crescente e um novo tipo de consumidor, preocupado com sustentabilidade e a utilização consciente dos recursos naturais, representado principalmente pelas gerações Y e Z.

Assim, os valores dos consumidores tem cada vez mais influenciado as empresas nas suas escolhas, através de uma produção envolvendo a consciência ambiental e identificação crescente com essa fatia de mercado. Um exemplo disso é a disponibilização de produtos em embalagens recicláveis, reutilizáveis ou biodegradáveis.

Isso acaba refletindo não só o posicionamento da marca, mas mostra também todo o comprometimento e a preocupação da sua loja com esses valores perante o seu público, o que poderá ser um grande diferencial para a escolha dos seus produtos e também, para a criação de uma imagem positiva do seu negócio.

Caminhando paralelamente com essa questão, produtos relacionados à área de saúde e fitness continuarão a ganhar destaque e representatividade nas vendas, sendo uma ótima pedida ao longo do ano.

→ *Os Correios preocupam-se com a sustentabilidade e desde 2013 monitoram as emissões de CO², além de promover a coleta seletiva em suas unidades. E com o EcoPostal, os uniformes, malas e malotes inservíveis são destinados como insumos em ações socioambientais para entidades sem fins lucrativos.*

 *E para as empresas preocupadas com a sustentabilidade e a reutilização de embalagens pós-consumo, a solução de Logística Reversa dos Correios é perfeita. São milhares de agências em todo o país para coleta e devolução, com maior comodidade para os clientes.*



IA para vendas

A inteligência artificial foi um dos assuntos mais falados durante o ano passado e, para esse ano não há como ser diferente. São inúmeros os recursos disponíveis e que podem influenciar positivamente no e-commerce e na gestão do seu negócio.

Relacionada à experiência de compra dos consumidores, pode contribuir para o aumento nas conversões de venda e fidelização de clientes, através da coleta e tratamento das informações sobre preferência, gostos, dados de navegação na loja virtual e interações através dos canais de contato com a empresa, inclusive redes sociais, para assim personalizar o oferecimento de produtos e direcionamento das promoções, de forma mais eficaz e automatizada.

A sua utilização nas áreas criativas também promete ser um grande destaque, pela grande disponibilidade de ferramentas e forma facilitada e acessível de utilização. Merece destaque a automatização na criação de imagens, um dos grandes *trends* do ano passado, e que, no contexto do e-commerce, podem ser utilizadas para alimentar as publicações nas redes sociais, ou na divulgação de campanhas e produtos da loja.

Não podemos deixar de lado também as tecnologias de automatização para o atendimento de clientes, para tornar o tempo de resposta mais rápido e agilizar a resolução de problemas.



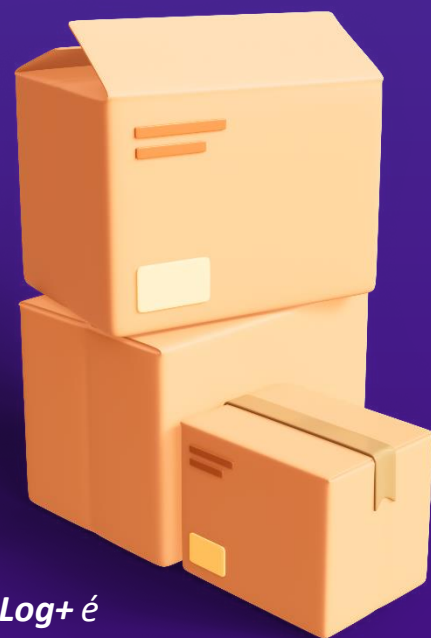
*Pensando em tecnologia e em facilitar a vida de clientes, com o app **Correios Empresas** você consegue fazer a gestão personalizada do seu contrato, realizar pré-postagens, rastreamento, Logística Reversa, suspensão de entrega e muito mais.*


Entrega no mesmo dia e otimização de custos

Assim como no ano passado, essa é uma tendência que continua forte em 2024, em um contexto que, não por acaso, permanece constante ao longo dos anos: a agilidade na entrega.

Este é um dos grandes diferenciais para que as lojas conquistem e fidelizem mais clientes, pois receber rapidamente os seus pedidos é um desejo cada vez mais crescente dos consumidores. E o desafio das empresas é oferecer uma experiência de compra completa e marcante, com segurança, acessibilidade de informações e acompanhamento em tempo real das entregas.

Mas para que tudo isso aconteça, além das tecnologias relacionadas, é preciso pensar também em um aprimoramento de toda logística envolvida, com um cuidadoso planejamento operacional, a melhor disposição dos centros de distribuição e a otimização da cadeia de suprimentos, sempre pensando em um maior equilíbrio entre a agilidade das operações e redução dos custos operacionais.



 *E por falar em gestão de estoques, os **Correios Log+** é solução de fulfillment completa para a sua empresa, desde a armazenagem, preparação e atendimento dos pedidos, de forma ágil e eficiente. São 13 armazéns em diferentes estados.*

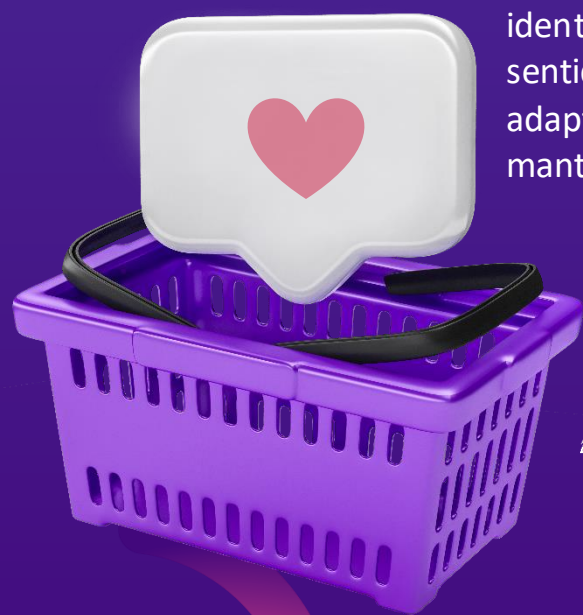
→ *Com o **SEDEX Hoje** a sua encomenda é entregue em poucas horas, com acompanhamento em tempo real e interação entre destinatário e entregador.*

Nichos de mercado

Os nichos de mercado são alguns segmentos pouco explorados pelas lojas em geral, mas que possuem um enorme público em potencial de consumidores não atendidos pelas lojas convencionais e, por isso, têm se destacado.

Uma das principais vantagens de se investir em um nicho específico é a possibilidade de atuar em um mercado com menor concorrência e com maior facilidade de promover a fidelização de clientes, o qual permite o direcionamento de campanhas de marketing mais focadas num determinado público.

E ainda, é possível promover uma interação mais ativa com os consumidores pelas comunidades participativas nas redes sociais, através de publicações relevantes que gerem o engajamento dos seguidores e promova uma fidelização e identificação cada vez maior com a marca. Nesse sentido, é essencial ter uma grande adaptabilidade e sempre estar preparado para manter a diferenciação no mercado.



As soluções de **Marketing Direto** dos Correios conectam o mundo físico e digital e são perfeitas para realizar campanhas para um público bem segmentado, aproximando a sua loja dos clientes.

Social commerce

Com a perspectiva de crescimento ainda maior, o segmento das empresas que vendem nas redes sociais e não dependem de loja virtual tem ainda um enorme mercado a explorar, facilitada pela mudança no comportamento dos novos clientes, cada vez mais conectados e propensos a interagir nas redes e impulsionada principalmente pelas gerações Y e Z.

Percebendo isso, as principais redes sociais tem investido de forma crescente em recursos para facilitar a expansão deste mercado e fazer a ponte das marcas com potenciais consumidores e estimular o engajamento para vendas.

A partir delas, o acesso a informações relevantes e a criação de interesse sobre produtos passa a ser muito mais orgânico, com uma variedade de imagens e vídeos, compartilhamento de looks e avaliações de outros seguidores, além de uma facilidade para comprar. Tudo isso gera maior confiabilidade sobre a loja e a criação de uma identidade de marca muito mais forte e já direcionada para um público que a segue.



Guide shops e pop-up stores

Uma forma de diversificar os canais de vendas é partir para o contato direto com clientes, em modelos de lojas físicas pouco usuais, como as guide shops. Nelas, os estoques são limitados e a sua principal funcionalidade é a de estreitar o relacionamento com o cliente, incentivando-o a visitar o local e experimentar os produtos da loja on-line. As vendas podem ser realizadas com maior tranquilidade e se não houver pronta entrega, o envio dos produtos pode ser feito diretamente na residência dos compradores através de transportadoras.

Já no caso das pop-up stores, são lojas físicas temporárias, essencialmente montadas para oferecer uma experiência única aos clientes, por tempo limitado, e por isso criando um senso de urgência na disponibilização de produtos da marca e promoções exclusivas. Podem ser planejadas para acompanhar datas ou eventos especiais ou para engajar o público em lançamentos de produtos, inclusive com parcerias entre lojas do mesmo nicho para divisão dos custos.

A possibilidade das lojas virtuais implantarem uma loja física nesses moldes, além de proporcionar um controle de gastos, também tem relação com o phygital e está muito alinhada com a omnicanalidade, disponibilizando aos clientes múltiplos canais de contato e aquisição de produtos para uma experiência de compra mais completa e agradável, uma grande tendência atual.



Conteúdo de usuários

O UGC – User Generated Content ou conteúdo gerado pelo usuário é uma das principais tendências para o e-commerce ao longo deste ano e promete continuar forte pelos próximos. Ele nada mais é do que aquele conteúdo produzido pelos próprios consumidores nas redes, através de postagens em texto, imagens ou vídeos e que acabam contribuindo de alguma forma para a divulgação de uma marca ou produto.

Isso porque um conteúdo produzido por uma pessoa comum, e que não tenha vínculo com a loja, tende a gerar uma maior identificação com o público em geral e muito mais credibilidade para aqueles que estão consumindo a informação, proporcionando uma recomendação orgânica e com possibilidade de engajamento nas redes. Dessa forma, as marcas podem se valer disso para realizar ações que incentivem tais publicações e promovam os pontos fortes de seus produtos e estimulem as vendas.

Além de atrair novos consumidores, ele pode ser útil para compreender o seu público através das postagens realizadas e servir como termômetro na hora de promover ações e melhorias em seus produtos e serviços.

#ugccreator



Voice commerce

A evolução dos algoritmos e da inteligência artificial no reconhecimento de voz tem facilitado muito o dia a dia das pessoas, por meio de pesquisas por fala em smartphones e da popularização de dispositivos inteligentes com assistentes de voz integrados.

Essas tecnologias também podem fazer a diferença no e-commerce e ser utilizadas para facilitar a interação com consumidores, tornando a jornada de compra mais ágil.

Inclusive, algumas marcas já estão utilizando estes mecanismos para que os clientes possam efetuar compras e tornar a experiência muito mais fácil e rápida.



Realidade aumentada

Essa é uma das tendências que ao longo dos anos vem conquistando cada vez mais clientes, por conta da praticidade de uso e por ajudar a romper uma das principais barreiras no e-commerce: a distância entre a vitrine virtual e o comprador.

Com a evolução das tecnologias, já é utilizada nos segmentos de móveis e decoração para simular a inclusão de produtos nos ambientes de casa e também em segmentos de moda e acessórios, possibilitando a prova virtual dos itens de compra pelo próprio cliente, de forma imersiva e interativa e em tempo real.

Todos estes recursos proporcionam maior segurança para os clientes e podem contribuir positivamente na decisão de compra, além de ajudar a eliminar custos de trocas e devoluções.



Live commerce

Utilizar influenciadores para impulsionar as vendas nas mídias sociais já é uma prática bem conhecida e popular no e-commerce, motivo pelo qual continua a ser uma tendência para este ano.

Uma das grandes vantagens dessa estratégia é a interação direta e mais próxima com o seu público, o engajamento gerado e a confiabilidade com a sua marca, tornando a tarefa de promover produtos e gerar vendas muito mais eficaz.

Nessa hora, oferecer promoções exclusivas e facilidade na compra são fundamentais.



Retail media

Essa é uma estratégia de marketing digital que vem se destacando, e promete ganhar força em 2024, ainda mais com o anúncio do Google de acabar com os cookies de terceiros, previsto para este ano. Os cookies são utilizados pelos navegadores para coletar dados de navegação dos consumidores e subsidiar a maioria das estratégias de marketing digital atualmente.

Ao contrário deste modelo tradicional, o *retail media* utiliza os dados disponibilizados pelos varejistas sobre os seus próprios clientes e que já possuem autorização de uso, na realização de campanhas de marketing para outras marcas, disponibilizando sua plataforma para isso.

Este é um segmento que vem ganhando a atenção de grandes varejistas, e, com campanhas melhor segmentadas e personalizadas promete ajudar a impulsionar as vendas.

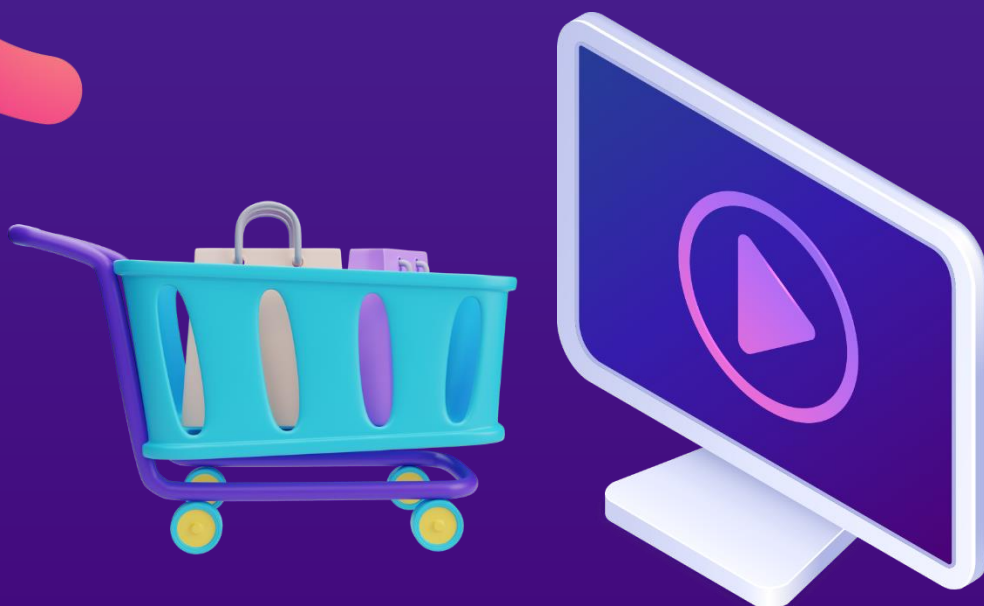






Vídeos no e-commerce

Os vídeos já são muito comuns nas redes e nas interações sociais e o e-commerce também pode muito bem se beneficiar dessa tendência como aliada nas vendas virtuais, para uma melhor experiência de compra dos consumidores e diferenciação no mercado.

Além de proporcionar ao cliente uma maior segurança na sua decisão de compra, a disponibilização de vídeos de produtos na própria loja virtual possibilita ainda diminuir os custos com trocas e devoluções recorrentes, pois fornece uma visão muito mais detalhada do produto e ajuda a eliminar todas as dúvidas.

É um recurso já disponibilizado por grandes e-commerces e que cada vez mais será utilizado pelas lojas e plataformas para melhorar a efetividade na conversão de vendas.



-  correiosoficial
-  correios
-  correiosbr
-  correios



correios.com.br

Soluções para o seu negócio.

Informações sobre os nossos serviços, produtos e atendimento comercial.

4020 8040 - Capitais e Regiões Metropolitanas.

SAC - Serviço de Atendimento dos Correios

Informações sobre produtos e serviços, sugestão, elogio, reclamação e denúncia.

3003 0100 - Capitais e Regiões Metropolitanas.

0800 725 7282 - Demais regiões.

0800 725 0100 - Todo Brasil.

Suporte aos clientes com contrato:

Informações sobre contrato, faturamento, cobranças e suporte aos sistemas comerciais.

3003 0800 - Capitais e Regiões Metropolitanas (fixo e celular) e Demais Localidades (celular).

0800 200 0800 - Demais Localidades (fixo).

