



Como está a mudar o panorama do comércio eletrónico?

Obrigado por assistir ao nosso webinar sobre a situação do comércio eletrónico. Neste documento poderá encontrar uma síntese dos pontos-chave abordados, bem como as sugestões partilhadas pelos nossos especialistas sobre as novas oportunidades que estão a emergir no comércio eletrónico.

Nota: as informações facultadas neste documento não constituem aconselhamento jurídico, fiscal, financeiro, contabilístico nem comercial, mas foram concebidas para facultar informação geral às empresas e ao comércio. O conteúdo, as informações e os serviços descritos não substituem a obtenção de aconselhamento junto de um profissional competente como, por exemplo, um advogado licenciado, uma sociedade jurídica, um contabilista ou um consultor financeiro.



Como é que o comércio eletrónico mudou desde a época pré-COVID?

Não só as compras online cresceram exponencialmente, como várias empresas se viraram para o comércio eletrónico ou começaram a procurar consumidores finais diretos, dispensando o recurso a terceiros. Muitos descobriram, também, que o comércio eletrónico apresenta excelentes novas oportunidades de vendas, com a área transfronteiriça a registar crescimento, em particular.

Estatísticas fundamentais sobre o crescimento do comércio eletrónico:

Entre abril e maio de 2020, as vendas transfronteiriças do comércio eletrónico **cresceram 30%** em termos homólogos¹

Em junho de 2020, as vendas globais do comércio eletrónico **cresceram 28%** em comparação com o mesmo mês de 2019²

Até agosto de 2020, as vendas do comércio eletrónico europeu **aumentaram 30%** face aos níveis pré-pandemia³

E, agora, a pandemia atingiu as empresas:

Perto de 80% das empresas afirmam terem sido afetadas por perturbações relacionadas com a COVID⁴

Os mercados online preveem um aumento de 40% nas receitas⁵

30% dos clientes FedEx veem oportunidades de expansão dos respetivos negócios para novos mercados nos próximos 12 meses⁶

Principais sugestões

Reforce a sua cadeia de distribuição:

reabasteça rapidamente e utilize as ferramentas disponíveis para gerir os níveis de inventário.

Diversifique o plano de mercado:

tire partido das vantagens de terceiros, como as plataformas multilaterais, mas venda diretamente através do seu próprio canal também para que os clientes conheçam a sua marca.

Tenha uma estratégia de expedição flexível:

assegure-se de que as suas opções de expedição respondem a uma série de necessidades, não apenas de entrega mais rápida ou mais barata. Estabeleça uma parceria com um operador logístico com um amplo leque de capacidades de velocidade e custos.



As tendências globais e tecnológicas moldam o mundo do comércio eletrônico

A tomada de decisões comerciais pode ser cada vez mais influenciada pelos compradores, uma vez que as pessoas continuam a fazer ouvir as suas vozes através das redes sociais. As melhorias nas experiências dos destinatários – por exemplo, através de devoluções mais rápidas e mais simples – estão a transformar-se em áreas essenciais da concorrência. As iniciativas ecológicas estão a aumentar, à medida que mais empresas adotam práticas de logística amigas do ambiente.

Numa perspetiva tecnológica, a proeminência das plataformas multilaterais online está a crescer, nomeadamente no seguimento da pandemia, uma vez que mais empresas necessitam de ajuda a passar o modo online. Um número crescente de empresas também se está a aperceber de que necessita de se digitalizar e implementar processos online para cumprir objetivos como a distribuição omnicanal e o desalfandegamento.

A segurança é outro foco essencial, com um maior número de empresas de comércio eletrónico a utilizarem as tecnologias de cadeias de blocos para assumirem a responsabilidade sobre a experiência e os dados dos clientes.

Principais estatísticas de tendência

As plataformas multilaterais transfronteiriças estão preparadas para aumentar a sua quota de mercado dos atuais **59% para 65% em 2025**⁷

50% dos consumidores só compram produtos de marcas que tentam ser ecológicas⁸

As plataformas multilaterais online representam mais de **50%** das vendas globais através da Internet⁹

Principais sugestões

Ter uma agenda ecológica:

mostre aos clientes que esta é uma prioridade para a sua empresa e que pode ser o seu “parceiro ecológico”. Tente fazer menos entregas: posteriormente, pode transferir estas poupanças para o consumidor, o que o tornará mais competitivo.

Tire partido das ferramentas

online: movimente os produtos entre fronteiras da forma mais simples, recorrendo às ferramentas online; a FedEx tem um leque de ferramentas alfandegárias que podem ajudá-lo a preencher e enviar documentos essenciais para as expedições.



Quais são os novos mercados para os quais as empresas de comércio eletrônico procuram expandir-se?



Apesar das alterações ocorridas em 2020, ainda existem oportunidades de a sua empresa descobrir o crescimento em novos mercados. Todavia, pode querer considerar este crescimento como uma evolução – começar a nível nacional, procurar outros mercados europeus e, depois, partir para os mercados internacionais.

Os mercados como os EUA e a Ásia-Pacífico têm registado um potencial de crescimento particularmente elevado no comércio eletrónico, nos últimos anos, mas os mercados emergentes, como a América Latina e a Coreia do Sul, também merecem consideração. No Japão, Singapura e Austrália, a importação é mais comum do que a exportação, pelo que pode avaliar qual é aqui a procura dos seus produtos.

Principais estatísticas de mercado

63% de todas as vendas de retalho digitais vêm da Ásia-Pacífico¹⁰

Aprox. **25%** das PME clientes da FedEx fazem, atualmente, expedições para o Médio Oriente e a América-Latina, enquanto **20%** fazem-no para África¹¹

Principais sugestões

Compreenda o que está envolvido na expansão: faça as suas pesquisas relativamente aos regulamentos alfandegários, procura de produtos e os diferentes procedimentos necessários para se expandir para diferentes mercados. Forneça formação à sua equipa nas áreas necessárias e observe o comportamento dos clientes nesses mercados.

Organize a sua logística: expanda os seus conhecimentos ou recorra a um operador logístico que o possa apoiar à medida que cresce. Escolha um parceiro que o ajude a oferecer opções de entrega flexíveis aos seus clientes, conveniência e que responda às respetivas necessidades de rapidez e eficiência de custos.



Descubra novas oportunidades



Para mais informações sobre como aproximar a sua empresa de novas oportunidades num mundo em mudança, visite [fedex.com](https://www.fedex.com).

Descubra os nossos guias e serviços de comércio eletrónico

[Guia: proporcionar comércio eletrónico em tempos de incerteza](#)
[Soluções de devolução](#)

Fontes

- ¹ [Global cross-border e-commerce grows 21%](#), Digital Commerce 360
- ² [ACI Worldwide Research Reveals Increase in June eCommerce Sales](#), ACI Worldwide
- ³ [Pulse Report for Ecommerce in Europe](#), Signifyd
- ⁴ [COVID 19 Survey: Impacts On Global Supply Chains](#), Cision PR Newswire
- ⁵ [Comunicado de imprensa: Coronavirus pandemic boost and disrupts the European online fashion industry](#), Cross-border Commerce Europe
- ⁶ [Inquérito de opinião de clientes da FedEx, 2020](#)
- ⁷ [Marketplaces Top 100 World EU16 2020](#), Cross-border Commerce Europe
- ⁸ [Consumers don't want to choose between sustainability and convenience](#), Marketing Week
- ⁹ [What are the top online marketplaces?](#), Digital Commerce 360
- ¹⁰ [Global eCommerce 2020](#), eMarketer
- ¹¹ [Inquérito de opinião de clientes da FedEx, 2020](#)