

“Análise do E-Commerce no Brasil 2016”

Opener Obrigado por participar da Pesquisa “Análise do E-Commerce no Brasil 2016”, uma parceria da Forrester Research e do E-Commerce Brasil. Nessa pesquisa, focaremos especificamente nas prioridades, investimentos, indicadores de performance (KPIs) e estrutura organizacional de empresas de comércio eletrônico. Para responder a todas as questões, você levará aproximadamente 20 minutos. Tenha em mãos informações de estatísticas de performance para completar toda a pesquisa. Em alguns casos você pode não ter todas as respostas precisas. nessa situação, tente se aproximar ao máximo da realidade. TODOS os dados são confidenciais e os dados coletados serão publicados de forma a agregar valor para o mercado. Como agradecimento, queremos oferecer um resumo de alguns dos resultados compilados da pesquisa. Caso você tenha interesse em receber o relatório, por favor, deixe seu e-mail ao final desta pesquisa. Não usaremos seu e-mail para quaisquer outros fins que enviarmos o relatório.

IMPORTANTE: Não há a opção de retornar à pergunta anterior nessa pesquisa. Se você usar o botão de voltar do seu navegador, você pode perder suas respostas. Caso você prefira rever as questões antes de iniciar a pesquisa, por gentileza veja o PDF anexo enviado pelo E-Commerce Brasil com todas as perguntas.

Q1 Você vende principalmente para consumidores ou empresas? [Caso venda para ambos, por favor, escolha o seu foco principal - B2C ou B2B].

- Vendemos aos para consumidores (B2C)
- Vendemos aos para empresas (B2B)

Q2: B2C Que tipo de varejista é você?

- Presença em loja física e online
- Apenas loja online
- Indústria (ex. Apple.com.br, Nike.com.br)*
- Vendas por catálogo (impresso)

Q3: B2C Qual é a receita geral da sua empresa?

- R\$60-240K
- R\$240-360K
- R\$360K-3.6M
- R\$3.6M-1B
- R\$1B+
- Não sabe/Não se aplica

Q4: B2C Qual é a sua receita online? (internet, movil e tabletas)?

- R\$60-240K
- R\$240-360K
- R\$360K-3.6M
- R\$3.6M-1B
- R\$1B+
- Não sabe/Não se aplica

C2CQ1 Quais os produtos que você vende para os seus consumidores?

- hardware, software
- Eletrônicos (incluindo celulares e smartphones)
- Beleza e cosméticos
- Mídia (livros, música e vídeos)
- Vestuário e acessórios (incluindo vestuário esportivo)
- Calçado (incluindo calçados esportivos)
- Eletrodomésticos (pessoal e doméstico)
- Alimentos e bebidas
- Brinquedos
- produtos para bebês
- Produtos de saúde e cuidados pessoais
- Casa e decoração
- Artigos esportivos (além de vestuário e calçados)
- Entretenimento
- Automovéis e acessórios

Q5: B2C Há quanto tempo você vende online?

- Há menos de 2 anos
- Entre 2 e 5 anos
- Entre 6 e 10 anos
- Há mais de 10 years
- Não sei/Não se aplica

C2CQ2 Qual a sua porcentagem de vendas no consumer-to-consumer (C2C)?

Q6: B2C Quantos funcionários sua empresa emprega no total?

- Menos de 100
- De 100 a 249
- De 250 a 499
- De 500 a 999
- De 1,000 a 2,499
- De 2,500 a 4,999
- De 5,000 a 9,999
- Mais de 10,000
- Não sei

Q7: B2C Qual dos cargos abaixo melhor descreve sua posição atual? (Selecione uma)

- C-level (ex. CEO, CMO)
- Vice Presidente
- Diretor
- Gerente
- Colaborador em tempo integral
- Colaborador em tempo parcial
- Consultor externo
- Outro (por favor, especificar) _____

Q8: B2C Especificamente para o seu negócio digital, indique as suas três maiores prioridades de investimento para os próximos 12 meses

- Mobile (responsive web design, otimização do site mobile, desenvolvimento de aplicativos)
- Redesign do site
- Marketing (brand marketing, SEO, aquisição de clientes, fidelidade, CRM)
- Iniciativas Omnichannel (in store pick up, ship to store, cross-channel visibilidade do inventário)
- Mudança de plataforma
- Site analytics
- Melhorias no checkout
- "Melhorias no merchandising (desenvolvimento de conteúdo, personalização, imagens / vídeos de produtos)"
- Melhorias no CD/Depósito
- Melhorias na entrega (otimização do transporte, taxas de frete, embalagem)
- Desenvolvimento de produtos (novas categorias, integração de produtos)
- Marketplaces (terceirizados ou lançando um marketplace)
- Expansão internacional
- Serviços ao Consumidor (serviços ao consumidor em redes sociais, live chat)
- Redes sociais (integração de senhas, integração com redes sociais)
- Outras (por favor, especifique) _____
- Não sei

Q9: B2C Quais as mudanças no seu investimento em tecnologias de eCommerce para o próximo ano?

- Decrescendo significativamente
- Decrescendo
- Permanecendo o mesmo
- Crescendo
- Crescendo significativamente
- Não sei

Q10: B2C Qual a porcentagem de vendas online B2C você planeja investir em tecnologia (incluindo licenças de aplicativos, impostos e recursos) em 2017? Nos dê sua melhor estimativa.

- 0
- 1% a 2%
- 3% a 4%
- 4% a 6%
- 7% a 8%
- 9% a 10%
- 11% a 12%
- Mais que 12%
- Não sei

Q11: B2C Considerando a porcentagem de vendas online B2C gasta em tecnologia, como ela mudou de 2015 para 2016?

- Aumentou
- Permaneceu igual
- Diminuiu
- Não sei

Q12: B2C Para qual departamento a operação de B2C eCommerce reporta internamente? (Selecione uma)

- Marketing (incluindo o CMO)
- TI ou Tecnologia (incluindo o CIO)
- Vendas (incluindo o CSO)
- Operações (incluindo o COO)
- Financeiro (incluindo o CFO)
- Executivo chefe (incluindo o presidente / CEO)
- Diretor de Serviços ao Consumidor
- Diretor de Experiência do Consumidor (CX)
- Outro (por favor, especifique) _____
- Não sei

Q13:B2C Por favor, preencha com o número de pessoas em cada setor no time de e-commerce B2C. Caso você não tenha as respostas precisas, tente se aproximar ao máximo da realidade ou deixe as respostas em branco.

	Tempo integral	Tempo parcial	Não sei
Número de pessoas de TI no time de e-commerce			
Número de pessoas de Marketing no time de e-commerce			
Número de pessoas de Operações no time de e-commerce			
Número de pessoas de Atendimento ao Consumidor no time de e-commerce			
Número de pessoas de usabilidade/experiência do cliente/criativos no time de e-commerce			
Número de de Gerenciamento de Projetos no time de e-commerce			
Número de pessoas de Analytics no time de e-commerce			
Outro (por favor, especifique)			
Total de pessoas no time de e-commerce			

Q14:B2C Qual das alternativas abaixo melhor descreve sua estratégia de B2C mobile?

- Tenho uma estratégia, estou implementando mas sem refiná-la ainda
- Tenho uma estratégia e estamos começando a implementá-la
- Tenho uma estratégia, mas não estamos prontos a implementá-la ainda
- Primeiros passos, estamos elaborando uma estratégia
- Não tenho uma estratégia
- Não sei

Q15:B2C descriptive Qual das alternativas abaixo melhor descreve a empresa em relação à smartphones e tablets? (Selecione todas que se aplicam)

Q15:B2C Mobile Mobile:

- Um site mobile otimizado para smartphone
- Um aplicativo para iPhone
- Um aplicativo para Android
- Um aplicativo para outros smartphones
- Não sei/Não se aplica

Q15:B2C Tablet Tablet:

- Um site mobile otimizado para tablets
- Um aplicativo para iPad
- Um aplicativo para um tablet Android
- Um aplicativo para outros tablets
- Não sei/Não se aplica

Q15:B2C other Outro:

- Algumas - ou todas - as páginas web usam um design responsivo
- SMS/MMS
- Parcerias terceirizadas
- Nada em especial, somente nosso website, sem otimização para sites mobile
- Não sei/Não se aplica

Q16:B2C Como seus investimentos em iniciativas para smartphones irão mudar em 2017 se comparadas a 2016?

- Diminuirá em relação a 2016
- Permanecerá o mesmo
- Aumentará relativamente (1% a 20% em relação a 2016)
- Aumentará significativamente (20% ou mais que em 2016)
- Não sei

Q17:B2C Como seus investimentos em iniciativas para tablets mudarão em 2017 quando comparadas a 2016?

- Diminuirá em relação a 2016
- Permanecerá o mesmo
- Aumentará relativamente (1% a 20% em relação a 2016)
- Aumentará significativamente (mais que 20% em relação a 2016)
- Não sei

Q18:B2C Considerando as métricas abaixo, como as mesmas diferem em 2016 quando comparadas à 2015?

	Aumentou	Permaneceu igual	Diminuiu	Não sei
Porcentagem de crescimento em relação ao último ano	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porcentagem de vendas online via smartphones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porcentagem de vendas online via tablets	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Taxa de conversão do site	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Taxa de abandono do carrinho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ticket médio das vendas online	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ticket médio de compras de clientes existentes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Taxa de compra de clientes existentes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porcentagem de vendas para clientes existentes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porcentagem de retorno de vendas online (não inclui cancelamento)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porcentagem de cancelamentos em relação ao total de vendas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porcentagem de gastos com TI em relação ao total de vendas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Custo com aquisição de clientes para cada compra online	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Custo de Marketing para cada compra online	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Custo de serviço ao cliente para cada compra online	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Custos operacionais para cada compra (custos totais de serviços e entrega ao consumidor)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q19:B2C Preencha com seus indicadores de performance (KPI) para cada uma das categorias abaixo. Se você não tem os números precisos, ou você não se sentir confortável em estimar, por favor, ignore essa métrica específica).

Porcentagem de crescimento em relação ao último ano

Porcentagem de vendas online via smartphones

Porcentagem de vendas online via tablets

Taxa de conversão do site

Taxa de abandono do carrinho

Ticket médio de vendas online

Ticket médio de vendas para clientes existente

Taxa de compra de clientes existentes

Porcentagem de vendas para clientes existentes

Porcentagem de retorno de vendas online (não inclui cancelamento)

Porcentagem de cancelamentos em relação ao total de vendas

Porcentagem de gastos com TI em relação ao total de vendas

Custo com aquisição de clientes para cada compra online

Custo de Marketing para cada compra online

Custo de serviço ao cliente por para cada online

Custo operacional por compra (custos totais de serviço e entrega ao consumidor)

Q20:B2C Indique suas três fontes mais eficazes usadas no ano passado para atrair consumidores

- SEO e busca orgânica
- Publicidade - busca e palavras-chave
- Emails para listas de prospects
- Publicidade offline (ex: TV, mídia impressa, rádio)
- Parceria com sites de terceiros
- Remarketing/retargeting
- Redes sociais
- Ferramentas de comparação de preços
- Marketplaces online (ex. MercadoLivre)
- Blogs ou fóruns online
- Sites de vídeos online (Ex. YouTube)
- Nenhuma das anteriores
- Outras (por favor, especifique) _____
- Não sei

Q21:B2C Indique quais das seguintes características visuais você oferece ou planeja oferecer;

	Ofereço	Planejo oferecer em 2017	Planejo oferecer em 2018 ou depois	Não Planejo Oferecer	Não sei
Múltiplas imagens dos produtos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zoom nas imagens do produto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vídeo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Configurações/detalhes dos produtos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ferramentas de provedor virtual	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ferramentas de comparação de produtos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Outras (por favor, especifique)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q22:B2C
site

Indique quais das seguintes opções você oferece ou planeja oferecer em seu

	Ofereço	Planejo oferecer em 2017	Planejo oferecer em 2018 ou depois	Não Planejo Oferecer	Não sei
Avaliação e resenha de consumidores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recomendações de produtos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comunidades ou foruns online	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Possibilidade de refinar resultados de busca por cor, tamanho, preço ou outro atributo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Formas de pagamento alternativas (além de cartão de crédito e boleto)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Possibilidade de salvar o carrinho de compras para fechamento posterior	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Check out de uma página/um clique	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Possibilidade de fazer check out como convidado, sem fazer cadastro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Classificação de produtos mais refinada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Possibilidade de ofertas, promoções e conteúdo direcionados aos consumidores online	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Suporte para códigos de cupom e promoções	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ofertas diárias (deal-of-the-day)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atendimento ao cliente via call center (telefone)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atendimento ao cliente via redes sociais (ex: Twitter, Facebook)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atendimento ao cliente via email	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atendimento ao cliente via chat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Outras (por favor, especifique)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q23:B2C Por favor, classifique em uma escala de 1 a 5 (1 = Não é uma barreira significativa e, 5 = É uma barreira muito significativa) o grau em que se encontra cada um dos seguintes desafios do seu negócio online para os próximos 12 meses:

Contratar pessoal qualificado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atendimento ao cliente para apoiar o eCommerce	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conscientização do cliente ou familiaridade com eCommerce	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Diminuição de gastos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Economia em crise	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Problemas operacionais com as constantes mudanças regulatórias no país	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Expandir para novos mercados fora do Brasil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Outras (por favor, especifique)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Thank you Obrigado por completar a pesquisa!

Contact info Como agradecimento, gostaríamos de oferecer um resumo de alguns dos resultados agregados da pesquisa. Se você tiver interesse em receber esse report quando o mesmo for publicado, por favor, deixe seu nome, empresa e e-mail. Seus dados serão utilizados apenas para essa finalidade específica

Nome

Empresa

Email