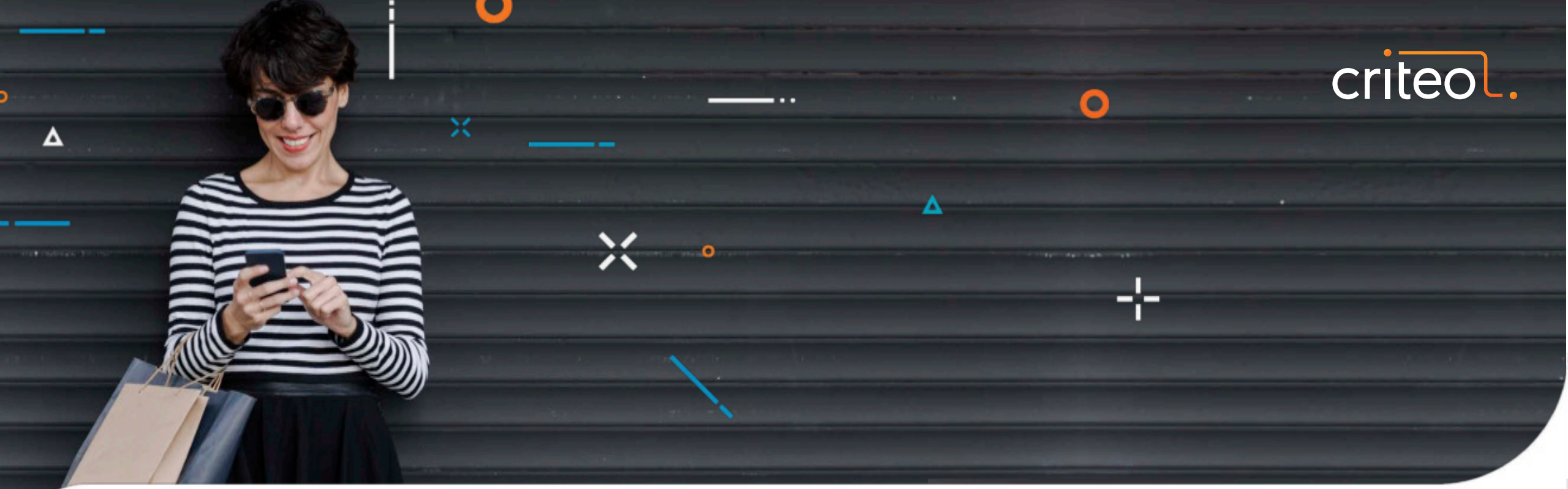


criteo

Análise do E-commerce no Mundo

Brasil, 1º Trimestre de 2018

2018

Principais Achados

Os consumidores de hoje são ativos em todos os ambientes de navegação: app, mobile e desktop. E compram cada vez mais onde quer que estejam: na rua, no metrô, no ônibus, em qualquer lugar.

Otimizando seu app, você se conecta com esse enorme número de consumidores mobile.

Os apps respondem por **30% das vendas em dispositivos móveis** para varejistas que investem em app de compras e web mobile.

Apps de compras geram taxas de conversão mais altas.

A taxa de conversão no app de compras é **3X** maior do que na web mobile.

O uso de dados de vendas offline pode incrementar os resultados online.

Varejistas omnichannel têm **4X** mais dados de vendas para otimizar seus esforços de marketing.

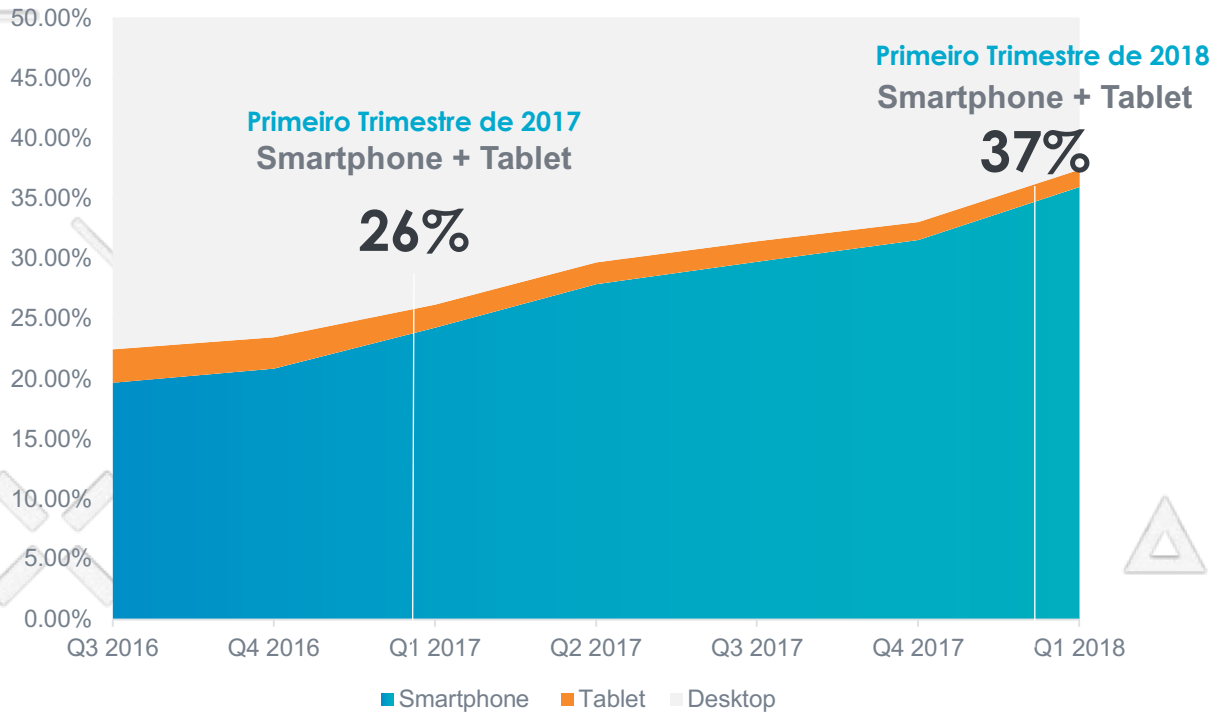
Fonte: Criteo, Brasil, 1º Trimestre de 2018. **Base:** varejo (ver Metodologia).

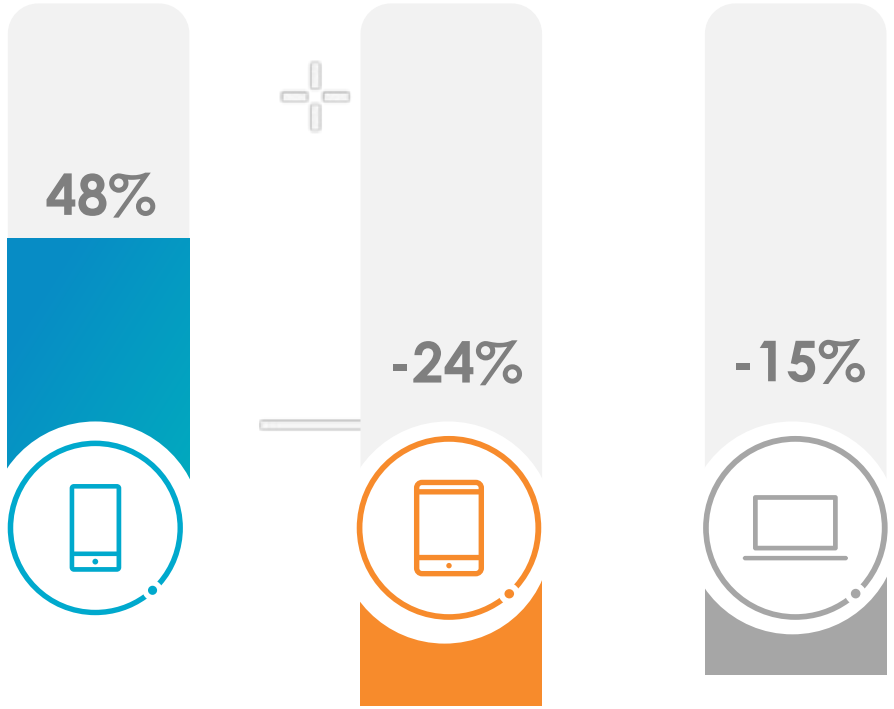
criteo

Crescimento Mobile

Web mobile está consolidada. Compras via smartphone crescem.

Vendas por Dispositivo – Primeiro Trimestre de 2017 e 2018. Apps Excluídos.





Fonte: Criteo, Brasil, 1º Trimestre de 2018.

Base: varejo (ver Metodologia).

criteo

criteo

30%

Os apps respondem por 1/3 das vendas mobile.

Fonte: Criteo, Brasil, 1º Trimestre de 2018.

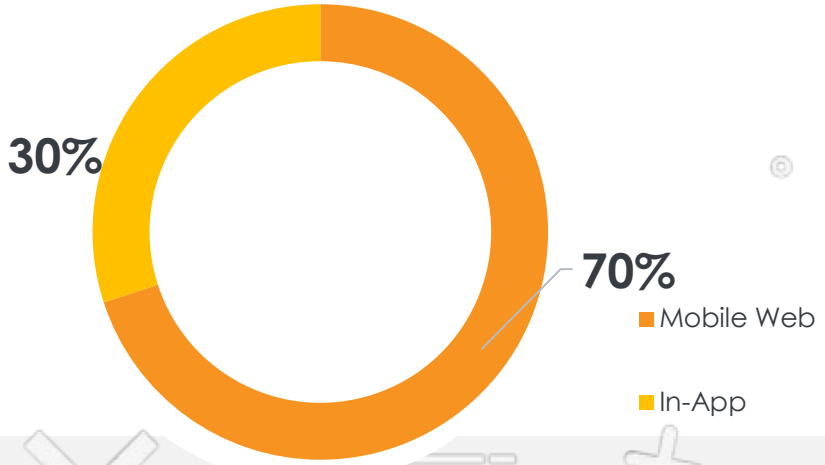
Base: varejistas com um app e um site mobile.

Oportunidade via App

Mobile lidera para varejistas com um app de compras.

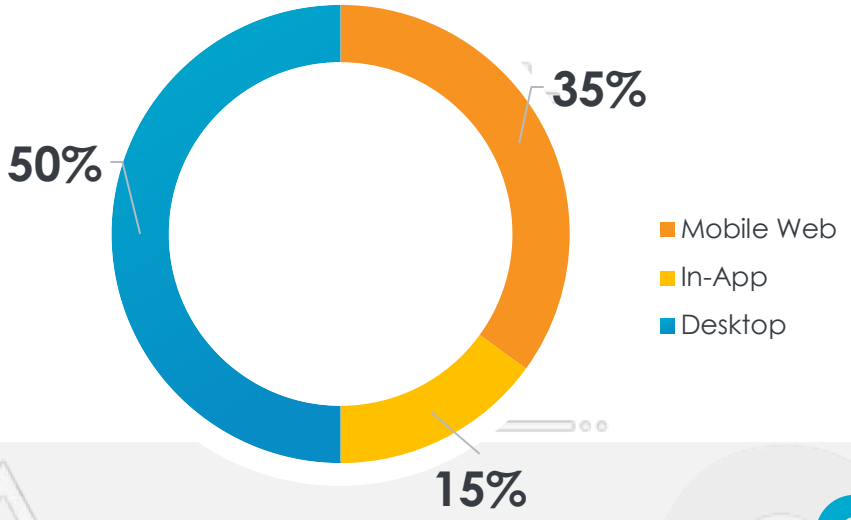
América Latina

Share de transações de e-commerce mobile via app



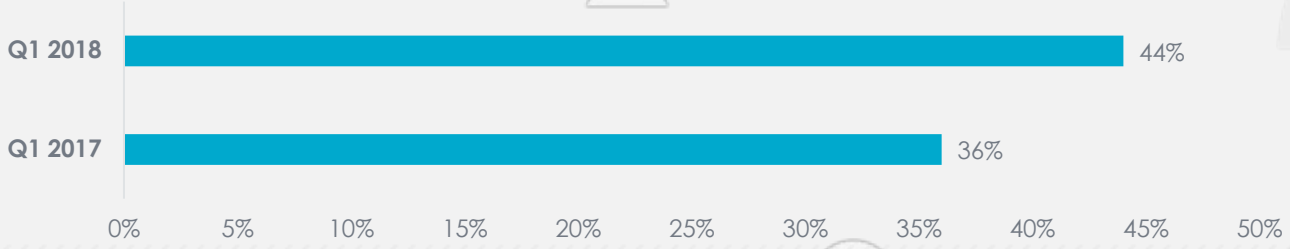
América Latina

Share de transações de e-commerce por ambiente



No mundo

Aumento do share de transações via app em nível global (em relação ao ano anterior)



22%

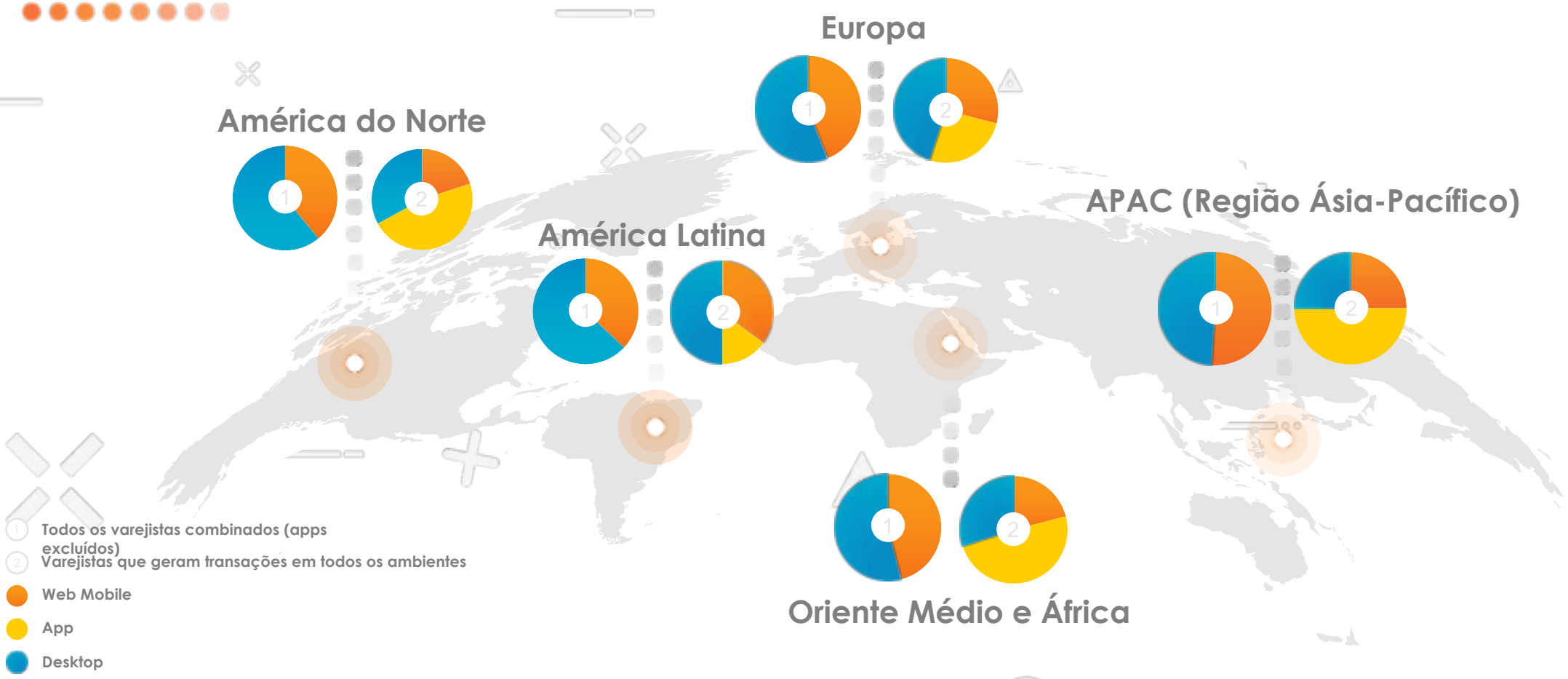
de aumento em relação ao ano anterior

- **Fonte:** Criteo, Brasil, 1º Trimestre de 2018.
- **Base:** varejo, apps excluídos.

criteo

Oportunidade via App

Na maior parte das regiões, o mobile já responde por mais de 50% das transações online. Vendas no app lideram.



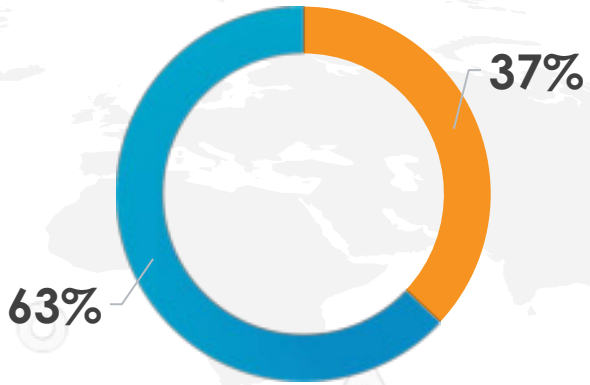
Fonte: Criteo, Brasil, 1º Trimestre de 2018.

Base: à esquerda: todos os varejistas, excluindo apps / à direita: varejistas com um app e um site mobile.

Oportunidade via App

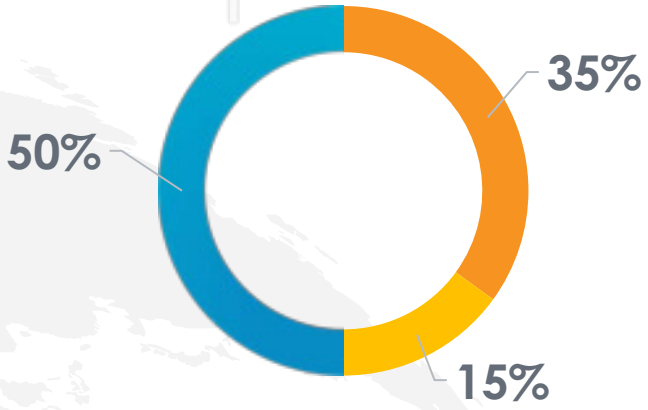
Na maior parte das regiões, o mobile já responde por mais de 50% das transações online. Vendas no app lideram.

Share de transações, excluindo apps



Todos os varejistas

Share de transações online por dispositivo



Varejistas com vendas no app

App | Web Mobile | Desktop

Fonte: Criteo, América Latina, 1º Trimestre de 2018.

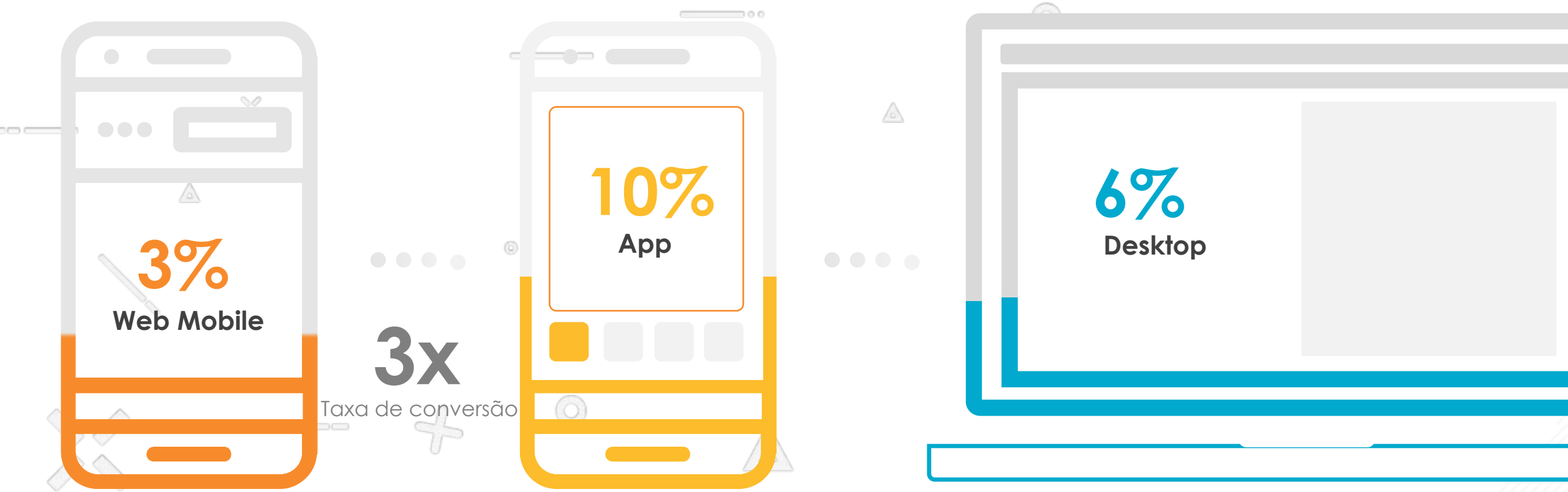
Base: à esquerda: todos os varejistas, excluindo apps / à direita: varejistas com um app e um site mobile..

criteo

Oportunidade via App

Apps de compras geram taxas de conversão mais altas.

Na América Latina, a taxa de conversão em apps de compras é 3X maior do que na web mobile.



Fonte: Criteo, América Latina, 1º Trimestre de 2018.

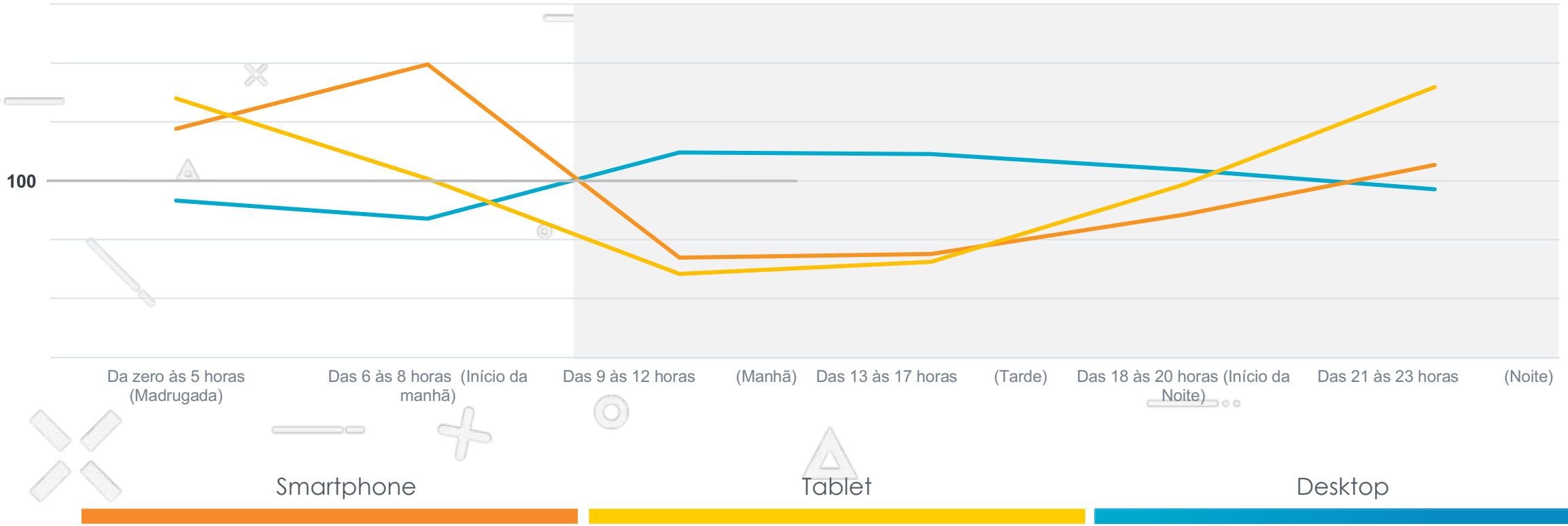
Base: varejistas com um app e um site mobile. Taxa de conversão = compradores / visualizadores de páginas do produto.

criteo

Momentos de Compra

Uso de desktop lidera durante horário comercial. Mobile lidera à noite e nos finais de semana.

Vendas no Brasil por tipo de dispositivo e hora do dia



Fonte: Criteo, Brasil, 1º Trimestre de 2018.

Base: índice, 100 = média diária. Varejistas, excluindo apps.

criteo

A Abordagem Omnichannel Conta

Vendas offline ajudam o consumidor a estar mais informado - e melhoram os resultados online.

Varejistas omnichannel que combinam dados online e offline têm 4X mais dados de vendas para otimizar seus esforços de marketing.

Fonte: Criteo, Estados Unidos, 1º Trimestre de 2018.

Base: varejistas que combinam dados de vendas online e offline.

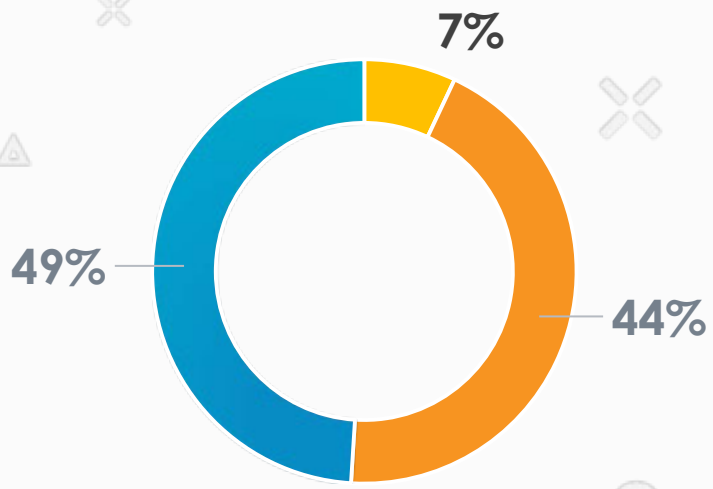
criteo

A Abordagem Omnichannel Conta

Clientes omnichannel têm maior Lifetime Value (LTV).

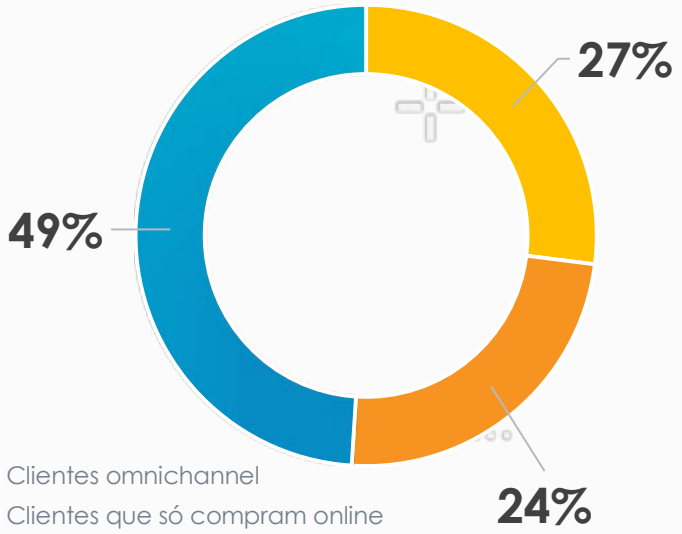
Os clientes omnichannel geram 27% de todas as vendas, embora representem apenas 7% de todos os consumidores.

Share de clientes



- Clientes omnichannel
- Clientes que só compram online
- Clientes que só compram offline

Share de vendas

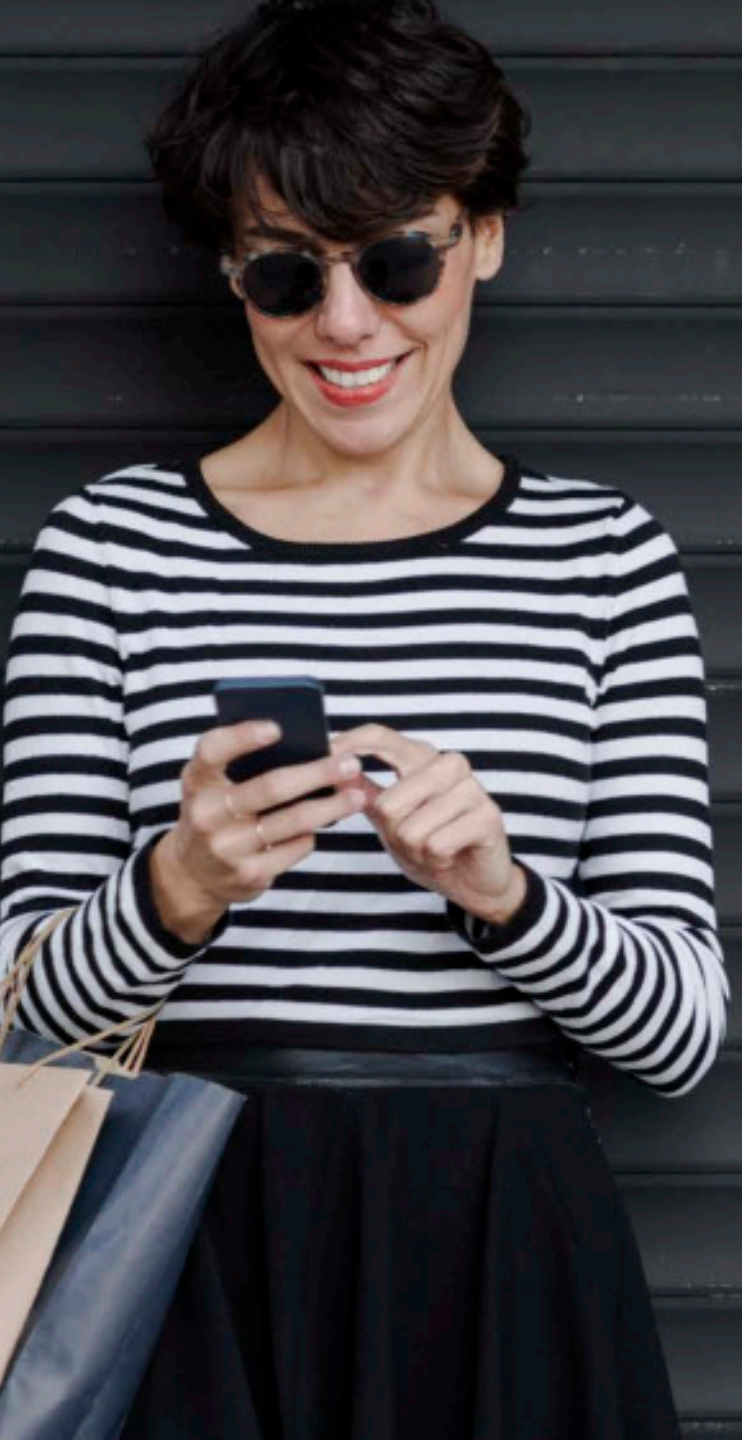


- Clientes omnichannel
- Clientes que só compram online
- Clientes que só compram offline

Fonte: Criteo, Estados Unidos, 1º Trimestre de 2018.

Base: varejistas que combinam dados de vendas online e offline.

criteo



criteo

Para saber como os consumidores estão pesquisando e comprando no mundo todo, confira nosso mapa interativo.

Metodologia

Dados de pesquisas e compras individuais de mais de 5.000 varejistas, em mais de 80 países.
1º Trimestre de 2018

Sobre a Criteo

Para saber como o Criteo Commerce Marketing Ecosystem gera vendas e lucros para milhares de marcas, varejistas e publishers no mundo todo, visite criteo.com/br/about.