



Mega Relatório de
MODA
2022:
dados e tendências

2020 e 2021: anos históricos para o e-commerce no Brasil

O mundo inteiro conferiu de perto o crescimento do comércio eletrônico no ano de 2020. Segundo dados da Mastercard e da Americas Market Intelligence (AMI), em virtude da pandemia e do isolamento social em 2020, **46% dos brasileiros intensificaram as compras feitas pela internet e 7% compraram algum produto online pela primeira vez.**

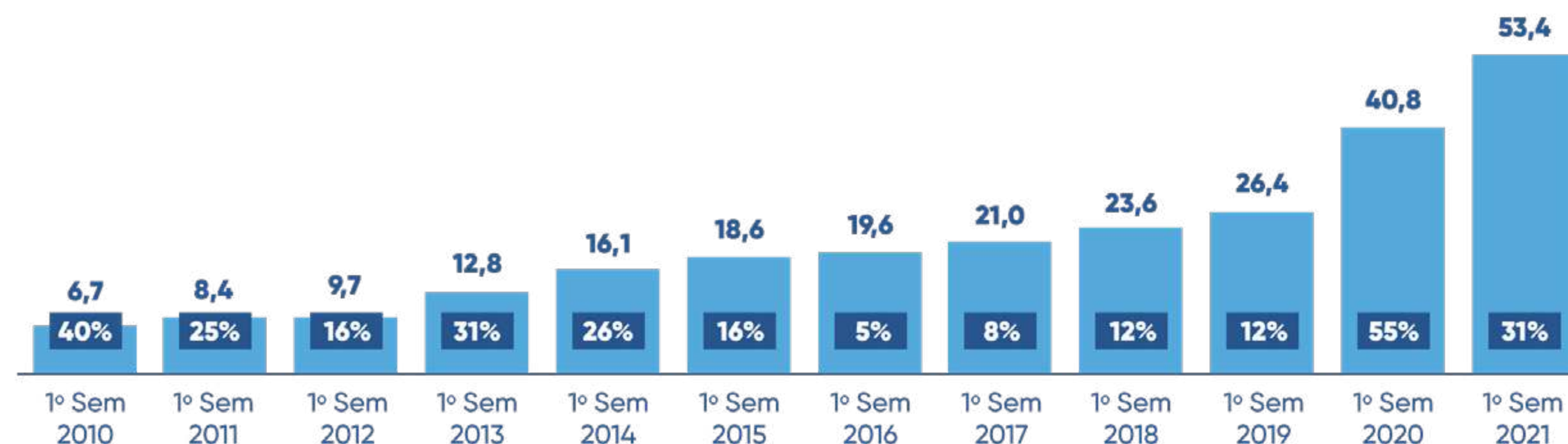
Mesmo com as inseguranças em decorrência da COVID-19, o sucesso observado em 2020 nas lojas online continuou trazendo bons resultados em 2021.

No primeiro semestre deste ano, o e-commerce atingiu **o maior patamar histórico de vendas, totalizando mais de R\$ 53 bilhões**, de acordo com dados divulgados pela Pesquisa WebShoppers 44 realizada pela Ebit | Nielsen.

Vendas do e-commerce

Evolução do comércio eletrônico brasileiro

■ Vendas em bilhões de R\$ ■ Variação vs semestre anterior



Crescimento de 31% no 1º semestre de 2021 em comparação com o mesmo período do ano anterior (Ebit | Nielsen)



21,2% da receita das lojas de varejo vêm do comércio eletrônico (Sondagem do Comércio, FGV)



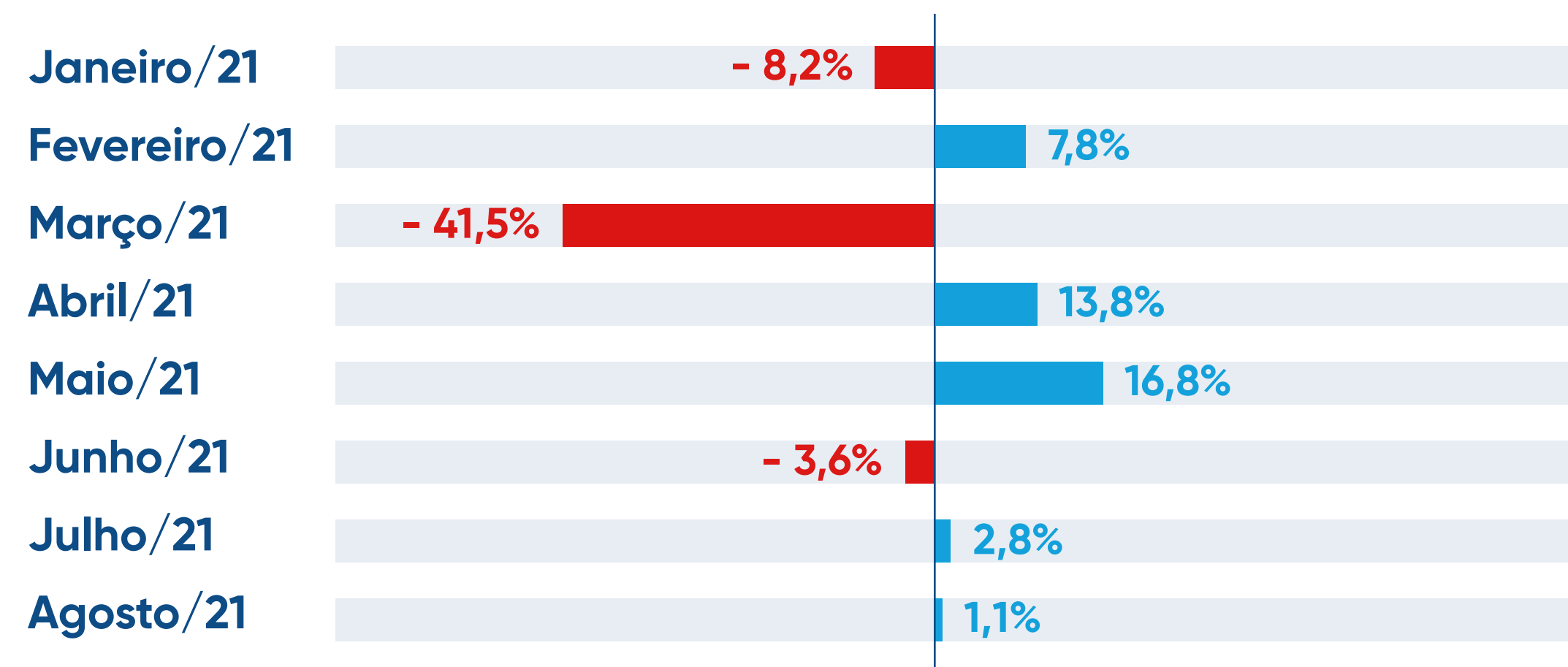
Mais de 1,59 milhão de sites de e-commerce, o que representa 6% do varejo brasileiro (PayPal e BigDataCorp)



Segmento de Moda e Vestuário é líder no Brasil

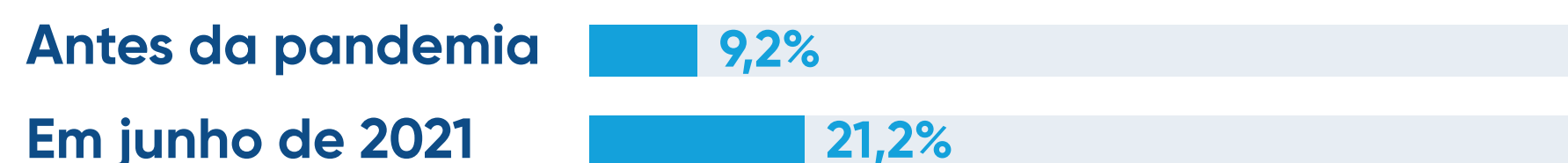
A indústria da moda é um segmento tradicional e extremamente importante para a economia mundial. O impacto que a pandemia da COVID-19 ocasionou nas lojas de rua do comércio não essencial ainda vai demorar para ser completamente restabelecido.

Com as adversidades provocadas pela pandemia, segundo dados da Pesquisa Mensal do Comércio feita pelo IBGE, o setor de tecidos, vestuários e calçados segue apresentando sinais de recuperação:



O varejo como um todo tem passado maus bocados durante a pandemia. Mas a mudança no comportamento provocada durante este período gerou o **aumento da procura virtual pelo setor de moda e acessórios**.

Vendas no e-commerce dobram em 2021 (FGV)

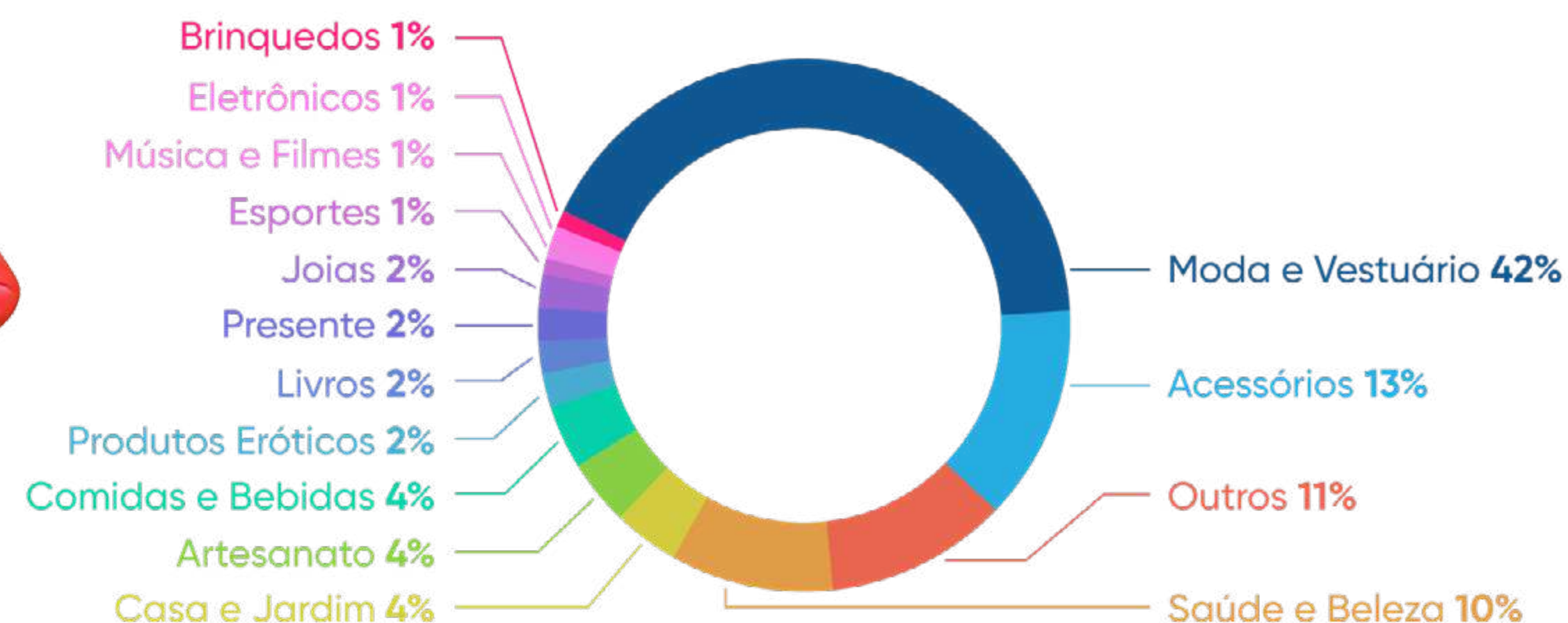


O que se observa no mundo, de acordo com dados apresentados pela consultoria italiana Finaria.it, é que o setor de **Moda e Vestuário** se destaca quando o assunto são **compras online**, com expectativa de receita de **US\$ 759,5 bilhões em 2021**.

Segundo o levantamento, a expectativa de faturamento de vendas online de vestuário e acessórios devem atingir a marca de **US\$ 1 trilhão até 2025**.

Não à toa, todos os anos, aqui no Brasil, este é o setor que mais cresce, liderando entre os que realizaram mais vendas de acordo com o Relatório Anual do E-Commerce 2020 da Nuvemshop:

Vendas por segmentos



E o comportamento do consumidor brasileiro já sinaliza o poder do setor. No Relatório Setores E-commerce no Brasil, elaborado pela Conversion em Setembro de 2021, é possível ver que de janeiro a julho de 2021 já foram registrados mais de 940 milhões de acessos mensais em sites do segmento de moda no Brasil:

Tráfego do setor nos últimos 12 meses

Acessos Mensais (em milhões)



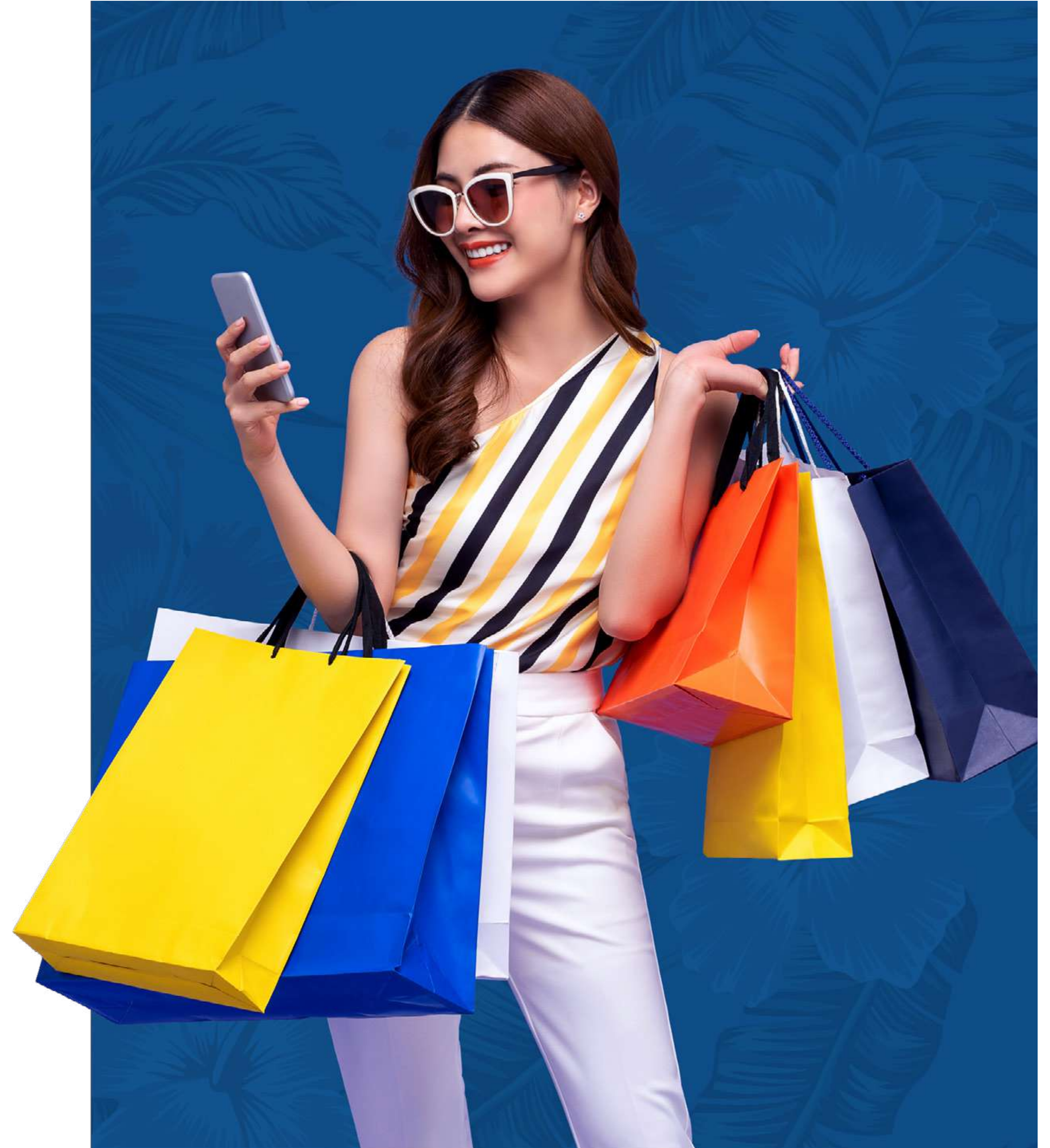
Boa experiência de compra faz toda a diferença

Não pense que basta apenas colocar um site no ar para começar a vender suas roupas, calçados e acessórios pela internet.

Tudo isso requer planejamento e o principal: garantir uma **boa experiência de compra para seu cliente**.

É comum que usuários fiquem com receio de comprar roupas pela internet. A falta do toque e da possibilidade de provar um item ainda impactam muitos consumidores. Mas lembre que esse comportamento está mudando e você, como lojista, tem acesso a ferramentas para encantar o cliente e suprir toda a necessidade desse contato físico.

Para isso, aposte em:





1. Descrição detalhada das peças

Segundo levantamento da Lett, 87,4% dos compradores online buscam pelo mesmo produto em outro site de e-commerce quando não encontram as informações completas do item. Não dá para perder vendas desse jeito, não é mesmo?

Ofereça **descrições detalhadas** sobre os produtos à venda, abordando itens como:

-  Composição do tecido
-  Cor da peça
-  Tipo de caimento da peça
-  Sensação na pele (se é fria, macia etc.)
-  Tipo de acabamento
-  Procedimentos para lavagem
-  Entre outros

2. Fotos de qualidade e reais dos produtos

Na loja física, o cliente pode experimentar, tocar e sentir um produto. Mas em uma loja virtual, isso não é possível. Portanto, o cliente precisa ter **informações que passem confiança** e reduzam dúvidas na hora de adquirir um produto pela internet.

Nesse sentido, o consumidor sempre vai depender de **boas imagens** para suprir a necessidade da experiência sensorial que a loja física oferece. Por isso, aqui vão algumas dicas:

-  Faça fotos com alta resolução, isso deixará as imagens mais nítidas
-  Mostre seu produto em diferentes ângulos
-  Não use flash
-  Não aplique efeitos, mantenha as fotos com as cores originais para evitar distorções
-  Use fundo branco na hora de fotografar os produtos
-  Aposte na aquisição de um tripé





3. Provador virtual

O **provador virtual** é um recurso extra instalado nas lojas online que funciona como uma calculadora, comparando as medidas reais fornecidas pelo usuário com as dimensões das peças comercializadas.

A partir desse cálculo, a ferramenta mostra ao comprador o tamanho que melhor se adequa ao seu corpo para que a compra seja feita com maior facilidade e garantia de que a peça, de fato, vai servir. Esse tipo de recomendação diminui dúvidas na hora do cliente escolher roupas e calçados.

4. Tabela de medidas

Se adicionar um provador virtual ainda é difícil para seu negócio, aposte na divulgação de **tabelas de medidas reais das suas peças**. Todo mundo tem uma fita métrica ou uma régua em casa para medir a largura e a altura de uma camiseta, por exemplo!

A gente sabe que quando se fala de confecções, alguns ajustes e pequenas diferenças podem ocorrer devido ao momento da costura.

Mas seja honesto na hora de divulgar as dimensões de uma peça de roupa, colocando o tamanho médio - e já provisionando perdas que possam ocorrer após as lavagens devido ao tipo de tecido.



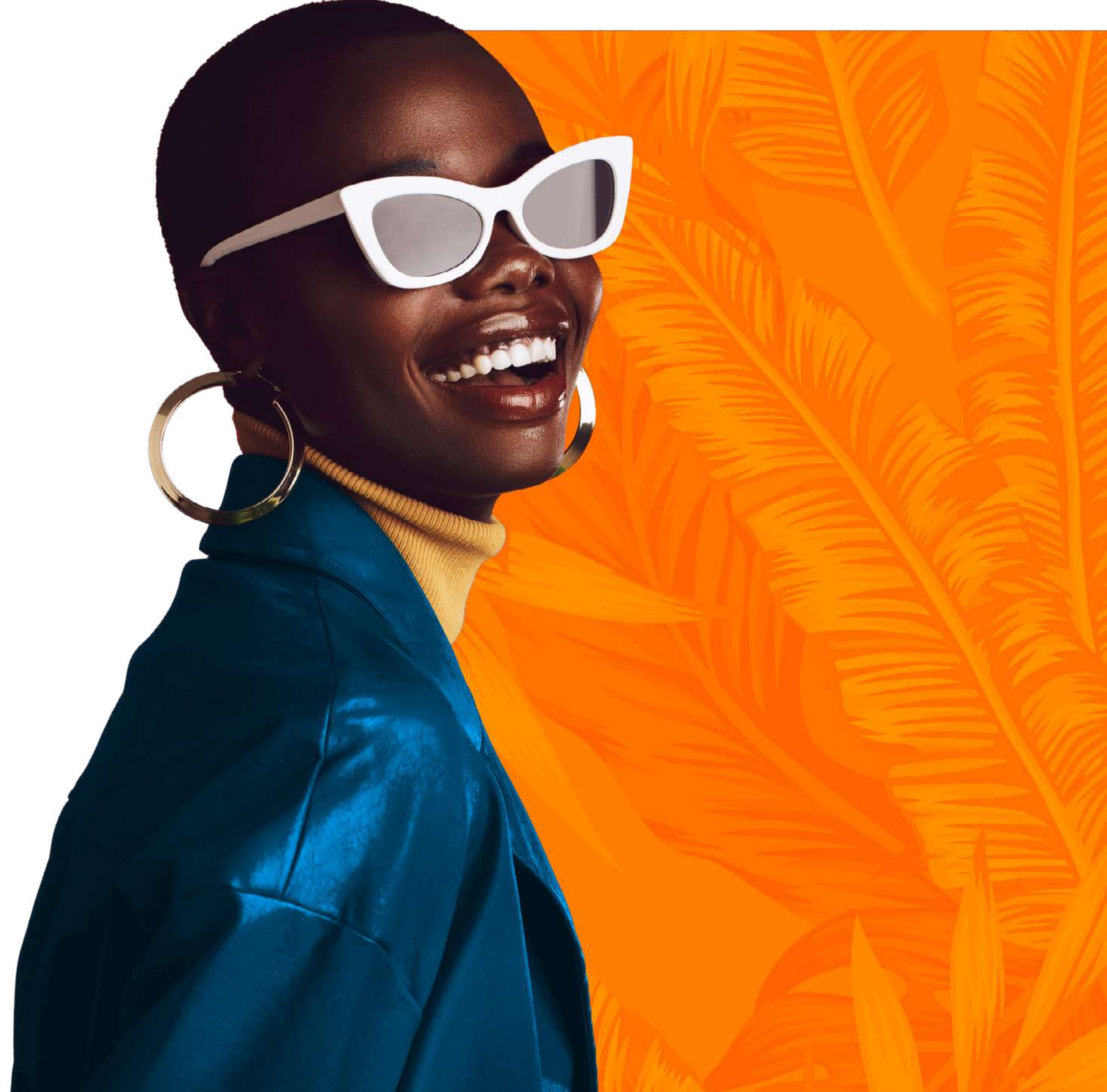
5. Foque no atendimento de qualidade

Para a experiência do seu cliente ser completa, o **atendimento de qualidade no e-commerce é uma prioridade**. Isso ajuda seu negócio a fidelizar clientes e aumentar a audiência com indicações e recomendações.

Aposte nas automações, mas nunca se esqueça do toque humanizado que seu atendimento pode fornecer: sem dúvidas, isso fará grande diferença.

As plataformas de e-commerce oferecem suporte à criação de chats para garantir atendimento rápido. Esteja presente e não deixe o cliente no vácuo!

Garanta que todas as dúvidas sejam respondidas dentro de um prazo pré-definido tanto no pré quanto no pós-vendas. Afinal de contas, seu processo de vendas não termina depois que o produto chega na casa do seu cliente.





6. Política de troca e devoluções clara

Mesmo se certificando de que tudo foi explicado com clareza, seu cliente ainda assim pode precisar trocar ou decidir devolver um produto que acabou de comprar.

Isso está previsto no artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor, e garante o direito de direito à troca de produtos com defeito de fabricação pelo prazo de 30 dias e devolver em caso de arrependimento em 7 dias corridos após o recebimento.

Em seu site, sinalize com transparência **como funciona a política de trocas e de devoluções**. Uma boa página com a explicação sobre a política de trocas resguarda o cliente e aumenta sua confiança em adquirir pela internet.

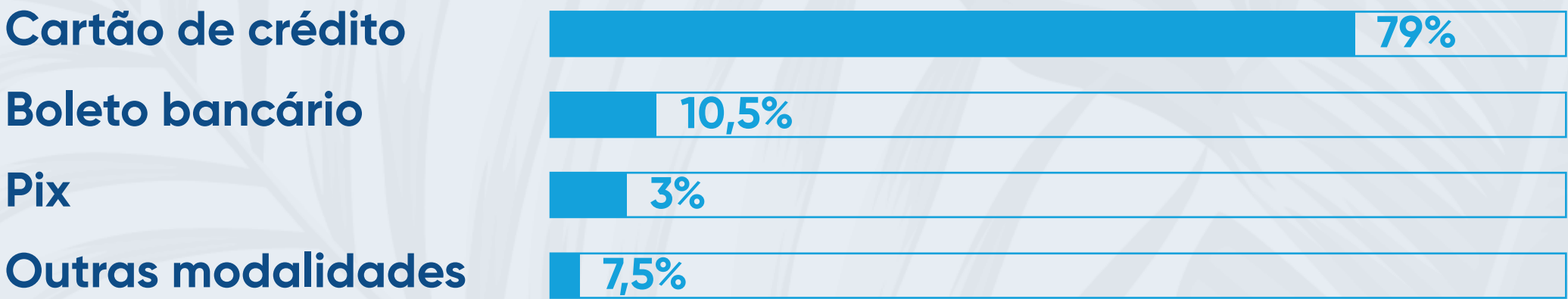
Como os consumidores compram e pagam por roupas e acessórios na internet?

Mais uma vez: nada vai adiantar ter um site com os produtos todos organizados, descrição completa, fotos bonitas, se na hora de efetuar o pagamento seu cliente é impedido de comprar, utilizando a forma de pagamento que melhor se adequa à realidade dele!

Os meios de pagamento escolhidos para a sua loja virtual terão impacto direto nas suas vendas. Além de uma ótima experiência de compra, para ter altas taxas de conversão, você precisa garantir as soluções de pagamentos online que façam sentido ao perfil do seu consumidor.

Por esse motivo, a escolha das formas de pagamento na tela de checkout precisa ser feita de forma estratégica, com o objetivo de proporcionar praticidade e satisfação para o comprador.

Segundo dados de agosto de 2021 liberados pela Neotrust, os meios de pagamentos mais utilizados no e-commerce brasileiro são:



Cartão de crédito

Não tem como fugir: o cartão de crédito é um aliado poderoso dos brasileiros na hora de comprar em lojas físicas ou pela internet.

Quando se trata de merchants do segmento de Moda, Vestuário e Acessórios no Brasil, um estudo interno do EBANX mostram que:

94% das vendas online são realizadas com cartão de crédito

66% dos pagamentos são antecipados aos lojistas



Parcelamento para vender mais

De acordo com pesquisa feita pelo SPC Brasil, **79% dos consumidores brasileiros costumam parcelar suas compras**, seja em lojas online ou físicas. Isso significa que um em cada quatro consumidores ouvidos na pesquisa (28%) consideram ruim a hipótese de não ter a possibilidade de parcelar suas compras.

No e-commerce brasileiro, os números não são muito diferentes. Segundo um estudo interno do EBANX:

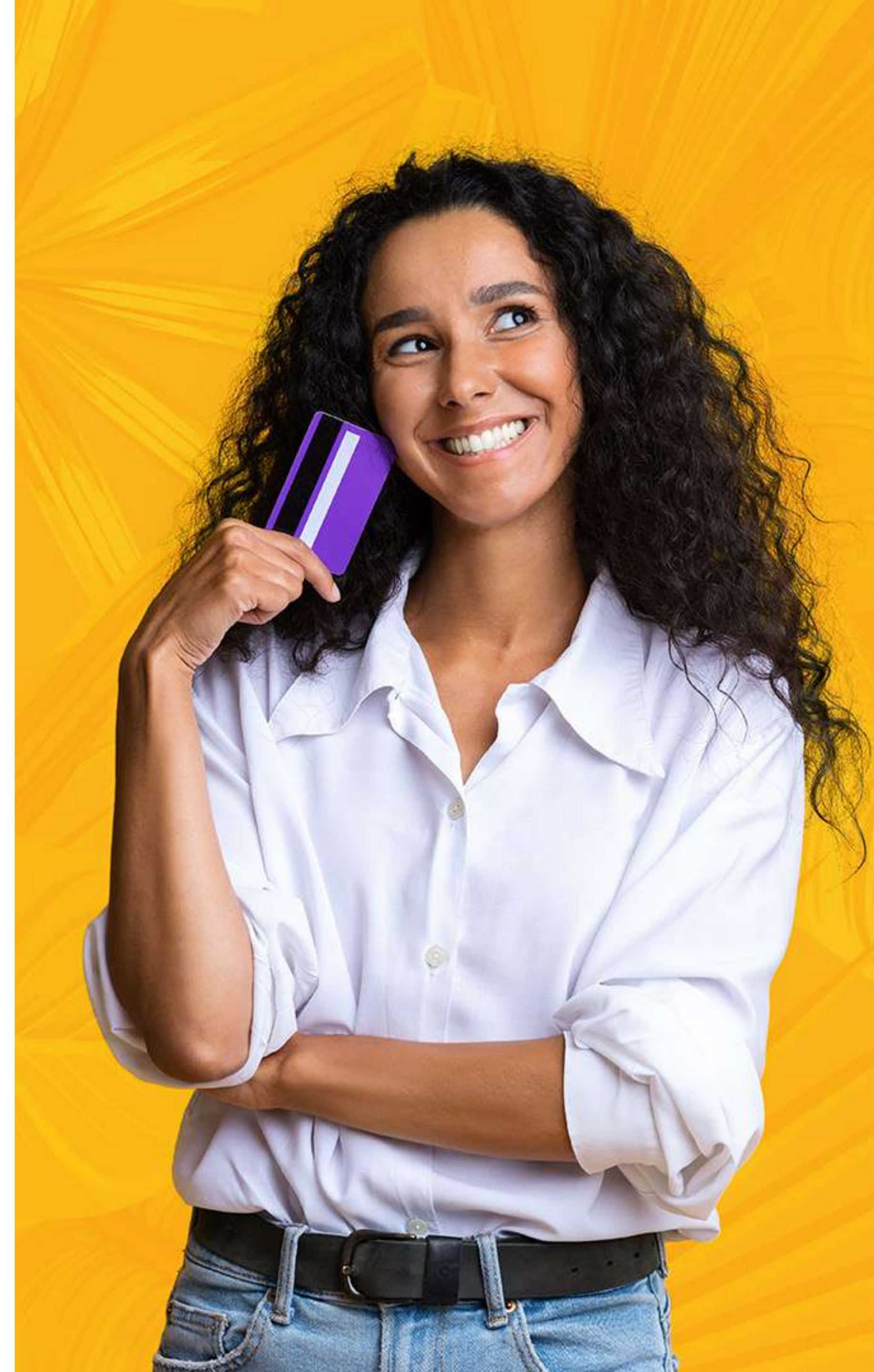
66% vendem parcelado
no cartão de crédito
Ticket médio de R\$ 186

28% vendem à vista
no cartão de crédito
Ticket médio de R\$ 165

Do total de vendas parceladas (66%):

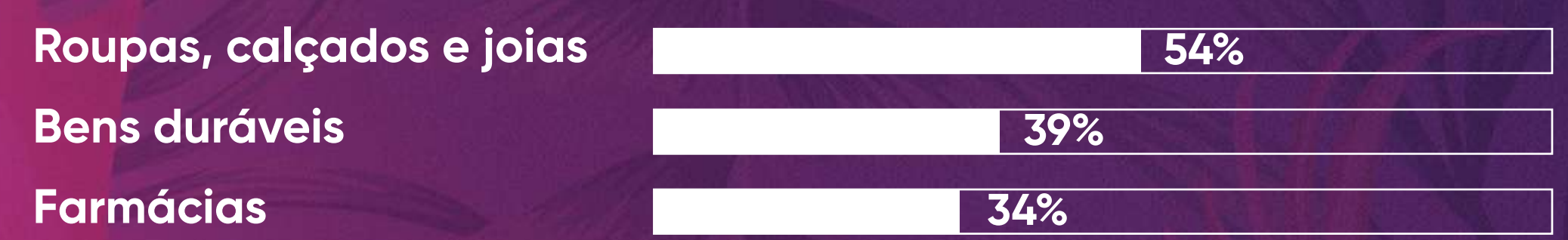
 94% dos compradores parcelam entre 2 a 6 vezes

 Enquanto 6,3% parcelam entre 7 a 12 vezes





Para quem compra, poder diluir altos valores tornou-se um grande atrativo, já que garante maior flexibilidade e controle do orçamento. Além disso, outro estudo da Abranet em parceria com a Datafolha mostrou as categorias de produtos mais parcelados no cartão pelos clientes:



Para o lojista, vender parcelado significa:

- 💎 Mais oportunidade de venda
- 💎 Aumento do ticket médio
- 💎 Maior giro de estoque
- 💎 Maior segurança
- 💎 Garantia de recebíveis

Antecipação de recebíveis

Venda a prazo e receba à vista. Essa é a lógica da **antecipação de recebíveis** para quem vende por cartão de crédito, seja ele parcelado ou direto para o vencimento, descontando do valor uma taxa referente à operação.

Ter acesso à antecipação de recebíveis ajuda a **equilibrar o fluxo de caixa e a gestão financeira do seu negócio**.

Na prática, se um cliente fizer uma compra com cartão de crédito para parcelar o valor, você só terá o pagamento total em 30, 60, 90 dias ou mais — de acordo com o vencimento de cada parcela.

Com a antecipação de recebíveis, sua empresa passa a receber em 2 ou 14 dias após a data da venda (mediante análise).

Assim, um valor que demoraria meses para cair se transformaria em **caixa rápido para sua empresa manter o capital girando**. Essa é uma excelente forma de garantir sua empresa ativa no mercado sem perder boas oportunidades de negócio.

As vantagens de antecipar recebíveis são:

-  É um crédito próprio
-  Valores flexíveis
-  Taxas atraentes
-  Liberação rápida
-  Redução de riscos
-  Receba em pagamento único o que foi parcelado

Tudo que você precisa para vender online com estabilidade e segurança

Com o público aquecido e sentindo-se cada vez mais confortável para comprar roupas e acessórios pela internet, oferecer as **melhores soluções do mercado** é o primeiro requisito de todo negócio digital para vender e crescer cada vez mais.

Aqui com o EBANX, você tem acesso à **inteligência de pagamento dos maiores sites do mundo pronta para usar no seu e-commerce.**

Veja grandes marcas que confiam no EBANX:



SHEIN

LOJAS AMERICANAS



Soluções inteligentes para ajudar você a vender mais e crescer

Cartões de crédito

Aceite as principais bandeiras de cartões do mercado com grande segurança nas transações dentro do seu site

Parcele suas vendas em até 12x

Venda parcelado, receba de uma vez e aumente a rentabilidade do seu negócio

Tokenização

Informações seguras, compras em um clique. Armazene os dados dos seus clientes com encriptação e facilite suas vendas

Checkout transparente

Ofereça a melhor experiência de compra para seu cliente com checkout sem redirecionamento que ajuda na redução de taxas de abandono de carrinho

Soluções inteligentes para ajudar você a vender mais e crescer

Alto índice de aprovação

Conte com tecnologia de ponta para aumentar os índices de aprovação e minimizar falhas de pagamentos

Antifraude

Mais segurança para suas vendas. Um sistema que reduz o número de pagamentos cancelados por suspeita de fraude e falsos-positivos

Painel de controle

Informação em tempo real para controlar os seus recebimentos de um jeito fácil, inteligente e rápido

Suporte humanizado

Aqui no EBANX, do outro lado da linha ou da tela, tem uma pessoa de verdade falando com você e pronta para te atender

Rentabilize suas vendas

Cartão de crédito



A partir de 3,5%

Pague apenas por pagamento liquidado,
sem taxas de emissão e segunda via

Boleto bancário



R\$ 2,99 por documento pago

Pix



Aceite o método de pagamento que
mais cresce no Brasil





O EBANX conecta você aos consumidores com a mesma experiência e soluções de pagamentos dos maiores sites do Brasil e do mundo. Quer saber como podemos te ajudar?

SOLICITE UM CONTATO

Fontes

[Conversion](#) [Ebit | Nielsen](#) [E-commerce Brasil](#)
[E-commerce Brasil](#) [Finaria](#) [IBGE](#) [Lett](#) [Neotrust](#)
[Nuvemshop](#) [PayPay e BigDataCorp](#) [SPC Brasil](#)

