

'E-commerce' entre maiores mercados do mundo vale 72 mil milhões de euros

Comércio digital O 'mobile' é uma das plataformas com mais impacto no sector. Retailo e turismo são pioneiros.

Catarina Madeira
 catarina.madeira@economico.pt

O comércio electrónico em Portugal vale 49 mil milhões de euros, revelou recentemente a associação do sector (ACEP), que aponta para que as compras na Internet venham a representar 45% do PIB nacional até 2017. Mas é nos mercados anglo-saxónicos, onde a tecnologia está mais evoluída e há uma maior vocação para a inovação, que se começam a definir as tendências de futuro para o retalho electrónico. Só no Reino Unido, as exportações de produtos de moda através da Internet atingiram os 878 milhões de euros, em 2013, revelou um estudo realizado pela eBay e pela Deloitte. Além disso, no ano passado, outro estudo da PayPal revelou que o comércio electrónico entre os seis maiores mercados mundiais já vale mais de 72 mil milhões de euros por ano, número que se prevê que venha a triplicar até 2018. Este é um dos temas que vai ser debatido na conferência QSP Summit, de que o Diário Económico é 'media partner', e é representativo das coordenadas que apontam para o futuro do retalho.

Susana Voces, directora de vendas da eBay Espanha que vai

estar presente na edição deste ano do QSP Summit, acredita que a Internet está a introduzir uma nova e forte tendência que vai mudar a face do retalho no futuro próximo: o aumento do comércio entre diferentes países. "O comércio transfronteiriço está a tornar-se uma grande oportunidade para os retalhistas e está a crescer rapidamente", afirma.

Para Estanis Martín de Nicolás, director-geral da PayPal para Portugal e Espanha, um dos movimentos que está a marcar o desenvolvimento das estratégias de e-commerce da empresa de retalho é a expansão através do 'mobile'. "A proliferação de smartphones e tablets entre os utilizadores portugueses e a crescente confiança que têm em meios de pagamento, como a PayPal, são factores que têm contribuído para o crescimento desta tendência", garante.

É neste cenário que o objectivo da marca passou a ser levar a sua experiência até aos clientes, independentemente das plataformas. "O digital é hoje um universo constituído por inúmeros canais e o consumidor está presente naqueles que lhe são mais relevantes e convenientes", diz Miguel Osório, administrador de marketing da Sonae MC. Por isso, continua, "o processo de compra passará a ser independente das plataformas, permitindo ao consumidor comprar onde e como preferir".

Além do retalho, o turismo é outro dos sectores que tem beneficiado da presença multiplataforma. Cada vez mais os turistas procuram, nas opiniões de outros, inspiração para as suas viagens. "Há 15 anos, as decisões baseavam-se nas experiências de conhecidos ou na opinião de um especialista. Hoje temos à nossa disposição o que no TripAdvisor chamamos a sabedoria das massas frente à sabedoria dos amigos", diz Fernando Oliveira, responsável pelas parcerias estratégicas do 'site' de viagens no Sul da Europa, África e Médio Oriente.



O digital abriu as portas a estarem presentes em múltiplos canais, que vão do 'mobile' à televisão interactiva.

FUTURO DO RETALHO EM DEBATE

Representantes da eBay, Sonae, PayPal e TripAdvisor vão falar sobre o futuro do 'e-commerce'.

Vendas do Continente Online crescem dois dígitos

As vendas do Continente Online têm vindo a crescer dois dígitos, nos últimos anos. A plataforma tem mais de 500 mil clientes registados e a previsão é de que este número continue a aumentar assim como o peso nas vendas totais. Miguel Osório, administrador de marketing da Sonae MC, diz que as novas tecnologias trouxeram três desafios: a importância para o consumidor do acesso ao pinho de terceiros, o 'saber qual'ativo do 'mobile' que tornou o consumidor muito mais informado nas suas visitas à loja e a possibilidade de segmentar e criar uma relação individual com os clientes.



Miguel Osório
 administrador de marketing da Sonae MC



Estanis M. de Nicolás
 director-geral da PayPal para Portugal e Espanha

PayPal lança dispositivo de pagamento por impressão digital

A empresa de meios de pagamento, devida pela eBay, tem apostado no desenvolvimento de ferramentas de conveniência, flexibilidade e segurança nas transacções. Uma das inovações é a tecnologia Beacon, que opera através de Bluetooth permitindo identificar a pessoa que entra numa loja com o seu telemóvel e enviar-lhe informações sobre as promoções em cada departamento. Estanis Martín de Nicolás, director-geral da PayPal para Portugal e Espanha, lembra ainda que, na área do 'mobile', a PayPal acaba de anunciar um acordo com a Samsung para facilitar a compra por meio da identificação de impressões digitais.

Visitas ao TripAdvisor aumentaram 20% em Portugal

De acordo com o ComScore de Dezembro, o TripAdvisor.com.pt teve um crescimento de visitas de 20% em 2013. Apesar do 'site' de viagens ser de origem norte-americana, a Europa gera 41% das suas visitas. Fernando Oliveira, responsável pelas parcerias estratégicas do 'site' de viagens, constata que "o aspecto social de uma viagem é uma das grandes tendências actuais". Foi isso que justificou o lançamento pela TripAdvisor da ferramenta "As cidades que visitei", que hoje conta com 20 milhões de utilizadores.



Fernando Oliveira
 responsável pelas parcerias estratégicas de TripAdvisor



Susana Voces
 directora de vendas da eBay Espanha

eBay pode melhorar vendas das marcas em 1,2%

A eBay está a apostar na melhoria da experiência de compra móvel, com o desenvolvimento de serviços que permitam aos consumidores contactar com aquilo que precisam e desejam. Além disso, o objectivo da empresa de meios de pagamento é "tomar-se o parceiro ideal para ajudar os retalhistas a aumentar os seus negócios e desenvolver estratégias omnicanal", explica Susana Voces. A directora de vendas da eBay Espanha garante que as marcas que trabalham com a empresa "podem beneficiar não só de uma melhor divulgação, mas também de um aumento de vendas da loja de até 1,2%".



QSP SUMMIT

● A 8ª edição do QSP Summit - "The Multichannel Opportunity" realiza-se na próxima quinta-feira (13) na Exponor (Porto).

● O evento conta com 'case studies' de quatro marcas: Twitter, LinkedIn, TripAdvisor e Whole Foods.