



# O e-commerce em um mundo pandêmico

**Encontros Empresariais Sebrae/BA 2021**

# Agenda

- 1 - O varejo **antes** da pandemia
- 2- 2020 – impactos da pandemia no varejo
- 3 - Comportamento de consumo no mundo pandêmico
- 4 - O varejo se transformou
- 5 - Aprendizados









ML. HOOKAH  
Rua 25 de Março, 661 - P. Andar

GALERIA  
661

LANCE

lojas de roupas

TI GRANE

CROQUIS

BUNKO

Box

ALUGA-SE  
BOX

ALUGA-SE  
BOX

LEWIS

GCM

SHOPPING CIDADE SÃO PAULO



# Panorama nos últimos 10 anos

ANO	PIB (TRILHÕES)	CRESCIMENTO %	POSIÇÃO NA ECONOMIA MUNDIAL	EVOLUÇÃO VAREJO RESTRITO %	EVOLUÇÃO VAREJO AMPLIADO %	CRESCIMENTO DO E-COMMERCE %	INFLAÇÃO %	TAXA DE DESEMPREGO %	CARGA TRIBUTÁRIA %
2011	4,1	3,97%	6o	6,70%	6,60%	26%	6,50%	6,00%	33,4%
2012	4,4	1,92%	7o	8,40%	8,00%	20%	5,84%	5,50%	32,7%
2013	4,8	3%	7o	4,30%	3,60%	28%	5,91%	5,40%	32,7%
2014	5,1	0,50%	8o	2,20%	-3,70%	24%	7,14%	4,80%	32,4%
2015	5,9	-3,55%	8o	-4,30%	-8,60%	15%	10,67%	6,80%	33,7%
2016	6,3	-3,31%	7o	-6,20%	-8,70%	7%	6,30%	11,50%	33,4%
2017	6,6	1,06%	9o	2,00%	4,00%	8%	2,95%	12,7%	33,0%
2018	6,8	1,12%	9o	2,30%	5,00%	12%	3,75%	12,3%	34,6%
2019	7,3	1,14%	9o	1,80%	3,90%	16%	4,31%	11,9%	35,2%
2020	7,4	-4,10%	12o	1,20%	1,50%	41%	4,52%	13,5%	31,6%

Fontes: <https://www.ibge.gov.br/explica/pib.php>

<https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,brasil-deixa-ranking-das-10-maiores-economias-apos-queda-de-4-1-do-pib>

<https://www.portaldocomercio.org.br/noticias/cnc-diminui-para-35-estimativa-de-crescimento-do-varejo-em-2021/321001>

<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/30039-vendas-no-varejo-caem-6-1-em-dezembro-e-fecham-2020-com-alta-de-1-2>

<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/29871-inflacao-acelera-em-dezembro-e-chega-a-4-52-em-2020-a-maior-alta-desde-2016>

<https://economia.uol.com.br/empregos-e-carreiras/noticias/redacao/2021/02/26/desemprego---pnad-continua---dezembro-2020.htm>

<https://agenciabrasil.etc.com.br/economia/noticia/2021-03/previa-da-carga-tributaria-caiu-para-3164-do-pib-em-2020>

Webshopper: Crescimento do e-commerce by eBit/Nielsen

2 – 2020  
impactos da  
pandemia no  
varejo



PESQUISA PULSO EMPRESA

# Comércio sofre impactos da pandemia, aponta pesquisa do IBGE

Estudo feito pelo órgão aponta que 38,6% das empresas sentem impacto negativo causado pela covid-19

**EH** Edis Henrique Peres\*

postado em 15/09/2020 20:41



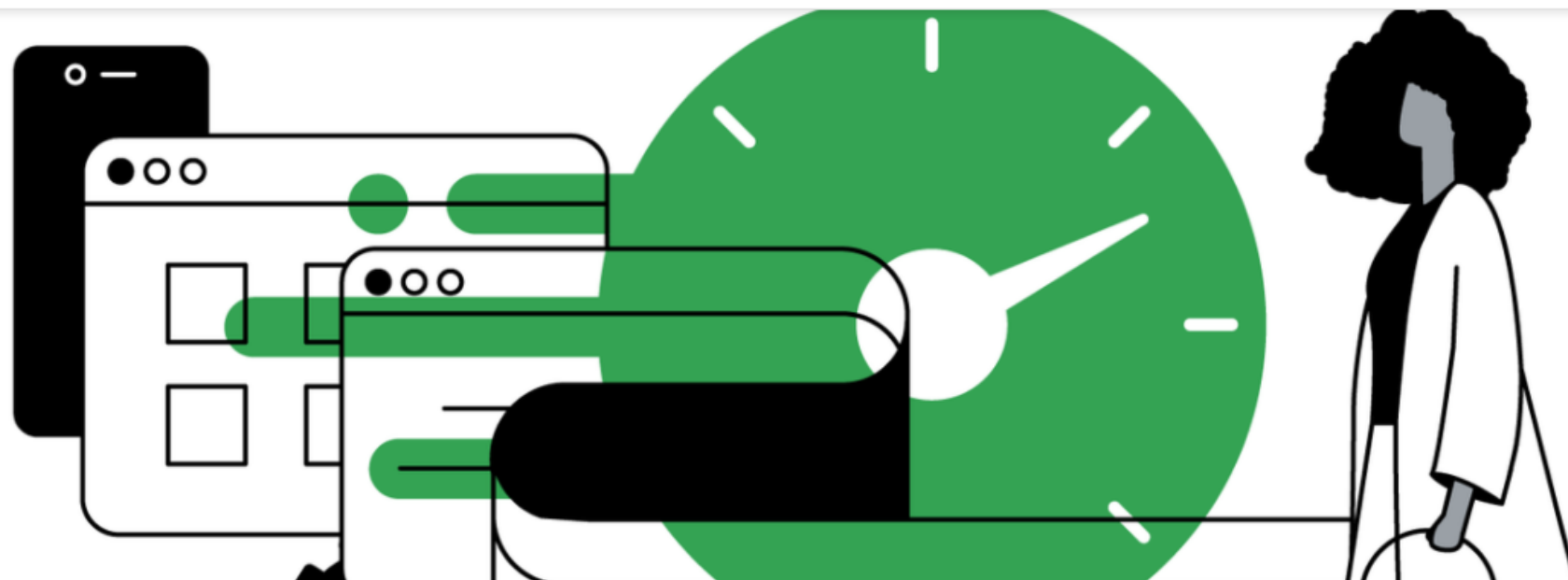
# Varejo do Brasil perdeu 75 mil lojas em 2020, diz CNC

Pandemia do coronavírus causou a maior retração no setor desde 2016, mesmo com queda de vendas menor do que a esperada pela entidade.

Por G1

01/03/2021 13h06 · Atualizado há 3 meses





## Décadas em semanas: a migração do consumo brasileiro para o digital

Gabriela Arthur, Keiko Mori / Setembro de 2020

[Compartilhar](#)




Menu



Eventos

e-commerce**brasil**  
MUITO MAIS QUE E-COMMERCE

[Página inicial](#) | [Notícias](#) | [Em 67 dias, associação registra 107 mil novas lojas online](#)

 Redação E-Commerce Brasil

# Em 67 dias, associação registra 107 mil novas lojas online

Terça-feira, 09 de junho de 2020 • [CORONAVÍRUS, MERCADO](#)  Tempo de leitura: 2 minutos •

★★★★★ 5/5.0     

A conta é bem simples. Entre os dias 23 de março e 31 de maio, a **Abcomm** (Associação Brasileira de **Comércio Eletrônico**) registrou o surgimento de 107 mil novas **lojas online**. Isso significa mais de um novo **e-commerce** por minuto durante o período.

EVENTOS

## 400 mil PMEs abrem e-commerce em 2020; Loja Integrada lança treinamento gratuito para novos lojistas

Redação - 09/11/2020

PRIMEIROS  
**VIAJANTES**  
DA BLACK FRIDAY

**10 a 12**  
DE NOVEMBRO  
RESERVE SEU LUGAR!

Uma jornada em 3 dias para  
sua loja saltar no tempo.

# 2020, um ano como jamais visto

PIB Brasil em 2019  
**+1.1%**

**Q1**

Primeiro caso de Covid confirmado no Brasil em **26.02**



Desemprego sobe **+1.4p.p.** e atinge 12,6% em Abr 2020

**Q2**

Semana de **22.03**  
Mega abastecimento da despensa + distanciamento social  
**+23,3% vs. 15/03**



**Auxílio emergencial** de R\$ 600 por três meses para trabalhadores informais

**Inflação fora do controle**  
Em setembro IPCA teve maior alta para o mês em 17 anos

**Q3**

**Fuga das metrópoles**  
Cidades pequenas e médias cresceram **54%** mais que as grandes

**3 em cada 4**  
Usaram o auxílio emergencial para compra de alimentos



**Q4**

**14 milhões sem emprego**  
E Brasil salta a taxa recorde de 14,6% no 3º tri

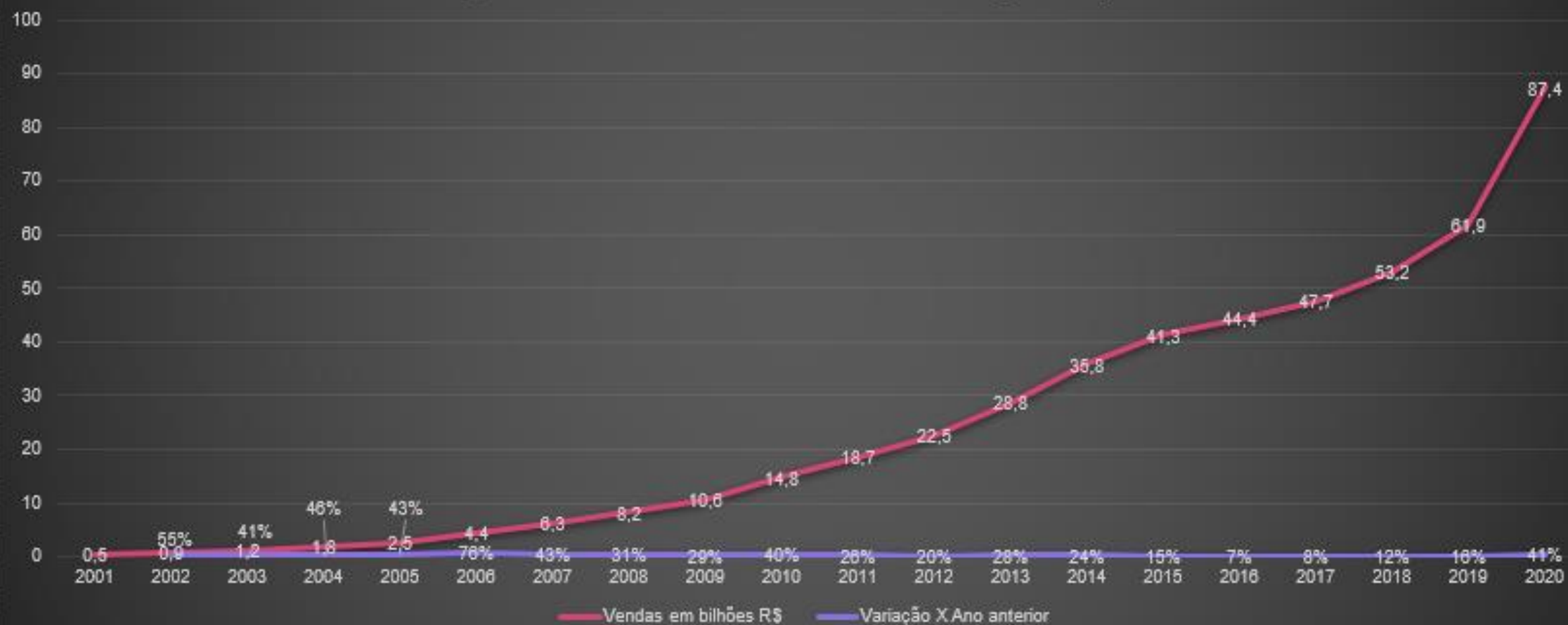


**+1,4%**  
Foi o crescimento em volume das cestas NielsenIQ em 2020

**2021...**

**TOMBO de -4,1%**  
na economia brasileira

## Evolução no E-Commerce no Brasil by eBit|Nielsen



### **3 – Comportamento de consumo no mundo pandêmico – aceleração digital**



# O brasileiro teve que se adaptar às turbulências

Trazendo um abismo de desigualdade entre:

**PROTEGIDOS**

41%  
Não tiveram redução ou perda de renda

**RESTRINGIDOS**

59%  
Racionalizam suas compras priorizando o básico

Tendo o e-commerce como seu principal aliado



**Recorde no e-commerce:**

Explosão de novos consumidores  
**13,2 milhões de novos no ano**

E precisou se abastecer nas poucas saídas

**Abastecimento cresce:**

Compras abastecedoras crescem **+55%** acima da média em 2020



**Menos omnichannel:**

Priorização de canais e redução da frequência e mixidade

Menos chances de interagir com consumidor e menos compras de impulso

Consumidor teve que ficar mais em casa

Restrições levaram ao fechamento as lojas com consumo local



Var% valor

**-17%**

Com consumo local

Var% valor

**+8%**

Sem consumo local

# O brasileiro teve que se adaptar às turbulências

Trazendo um abismo de desigualdade entre:

Restringidos vs. Protegidos

Tendo o e-commerce como seu principal aliado

Online vs. Offline

E precisou se abastecer nas poucas saídas

Abastecimento vs. Reposição

Consumidor teve que ficar mais em casa

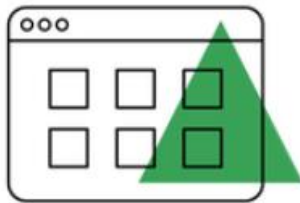
Com vs. Sem consumo local

## Pessoas foram ao Google para comprar online



### **Aumento 112% de pedidos online**

Mais que dobrou o número de tickets online emitidos no 2º trimestre  
39 M 2º tri/2019 para 82,8 M 2º tri/2020



### **Aumento de 104% faturamento**

do e-commerce. De R\$ 16.2 bilhões  
2º tri/2019 para R\$ 33 bilhões 2º tri/2020



### **Novos e-shoppers**

24,2% é a participação de novos e-shoppers sobre o total das vendas

# Pessoas foram ao Google comprar tudo online



## Principais crescimentos registrados nas buscas

Perfumaria online

Lojas de bebê online

Renault delivery

Lojas de aviamento online

Ovos de Páscoa online

Lojas de pijama online

Hortifruti delivery

## Na quarentena, mais brasileiros experimentam apps de delivery de comida

72% dos internautas brasileiros com smartphone já pediram uma refeição através de um app ou site móvel. Trata-se de um avanço de 14 pontos percentuais em relação à pesquisa de um ano atrás, quando eram 58%. O crescimento também é significativo se comparado com a edição de setembro de 2019, quando eram 62%, ou seja, houve um ganho de 10 pontos percentuais desde então (Gráfico 4).

Como cerca de 50% das entrevistas desta pesquisa foram realizadas na

segunda metade de março, parte desse crescimento pode estar relacionado à quarentena da população.

Não há diferença significativa por gênero ou região do País, mas por idade e classe social, sim. Pedir comida em casa via app é mais comum entre os jovens de 16 a 29 anos (76%) e no grupo de 30 a 49 anos (75%), do que entre as pessoas com 50 anos ou mais (58%). No que diz respeito à renda familiar mensal, a prática é mais comum entre consumidores das classes A e B (80%) que entre os das classes C, D e E (71%).

Na disputa entre os apps de delivery, o iFood mantém sua liderança incontestável, sendo o preferido de 70% das pessoas que já usaram esse tipo de serviço. Em segundo lugar vem o Uber Eats, que segue ganhando share gradativamente de seis em seis meses, a cada nova edição da pesquisa. Em sentido inverso está o WhatsApp, que vem perdendo espaço como o favorito para essa finalidade (Gráfico 5).





**+508%**

de aumento nas pesquisas  
por entrega de supermercado  
ou compra de itens domésticos online

Fonte: Pesquisa sobre COVID Ipsos / Google - 27 de abril. N- 1000 respondentes. 22/03 a 27/04

## Onde os e-shoppers fazem — ou pretendem fazer — compras de alimentos e produtos de higiene e limpeza?



	Durante a quarentena	Quando a pandemia acabar
Lojas físicas	31%	34%
Em sites/apps com entrega em casa	20%	15%
Em aplicativos de entrega	14%	12%
Em sites/apps para retirar na loja	10%	9%

Fonte: Google Survey 30 de maio a 2 de junho 2020 / 800 brasileiros conectados que fizeram compras de supermercado em sites/apps na quarentena

## A compra na loja é mais predominante no Brasil do que em outros mercados.



65%

percentual de consumidores brasileiros que fizeram suas compras mais recentes de produtos em lojas físicas.



52%

percentual que fez o mesmo no Reino Unido.

No entanto, os consumidores no Brasil mostraram uma afinidade crescente por experiências de comércio digital desde o início da pandemia.



33%

aumento na participação preferindo canais de compras digitais e móveis desde a pandemia.



46%

participação geral que prefere canais digitais.

Declínio de **17%**  
no share de consumidores brasileiros que preferem **fazer compras na loja** desde o início da pandemia

O percentual de consumidores brasileiros que preferem canais de compras digitais cresceu

**mais de 30%**  
desde o início da pandemia

## Os brasileiros mais jovens e com renda mais alta adotam fortemente as práticas de compra digital.

**50%**

share de pessoas menores de 37 anos com renda acima da média que fizeram suas compras mais recentes online ou via celular.

**74%**

percentual neste grupo que hoje prefere usar canais digitais para fazer compras.

## Melhorar os recursos de pedidos móveis e retirada na loja, assim como a IA, estão no topo da agenda dos comércios brasileiros.

**52%**

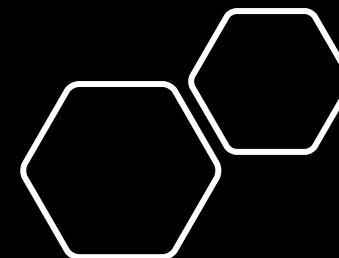
share de comércios brasileiros que planeja investir em opções de retirada na loja, dentro ou fora dela

**49%**

share de comércios que planeja investir em pedidos antecipados por celular

**72%**

share de comércios que consideram os sistemas de negócios de IA muito importantes - quase o dobro da quantidade encontrada em outros mercados.



# 03 tipos de consumo no 'novo normal'



## Consumo de **subsistência**

- subsistência
- escassez
- economia circular
- criativo



## Consumo de **celebração**

- exagero
- excesso
- produtos de desejo
- prazer
- propensão ao upgrade
- expressão
- escape
- vitória



## Consumo de **reflexão**

- funcional
- poupador
- sem excessos
- pensamento local/nacional
- coletivo
- sustentável
- pequeno produtor

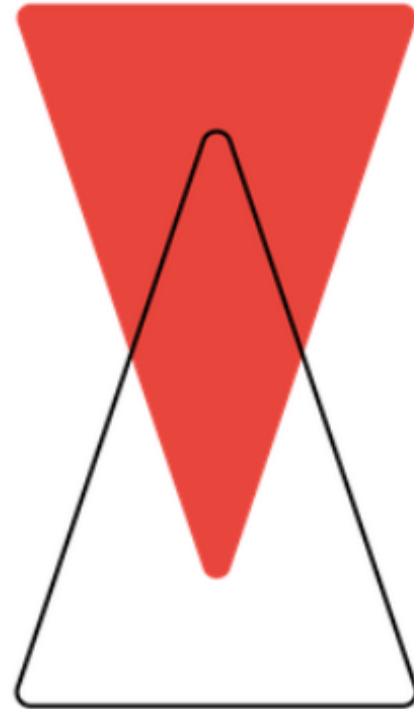
## Classe A

52% dos consumidores da classe A estão se declarando permissivos consigo em relação aos gastos

+10% nas buscas por joias

+12% nas buscas por produtos de luxo

Fonte: Dados internos do Google.  
Google Books & Google Search



## Classe C

A perspectiva de consumo para a classe C já está 20% menor do que em maio de 2019

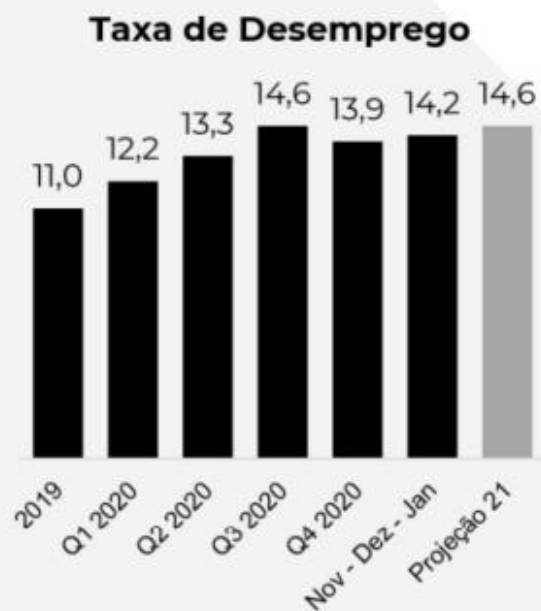
59% da classe C declara consumir apenas o essencial, como comida e itens de higiene

30% dos conectados declara já ter reduzido o consumo de alimentos

Fonte: CNC, índice de intenção de consumo das famílias

# No 2021 a alta taxa de desemprego e comprometimento de renda impactam a confiança do consumidor

## AUMENTO DO DESEMPREGO



## RESTRIÇÃO DE RENDA

O que aconteceu com sua renda durante a pandemia?

**8.8%** - Aumentou  
**36.5%** - Reduziu  
**54.7%** - Estável

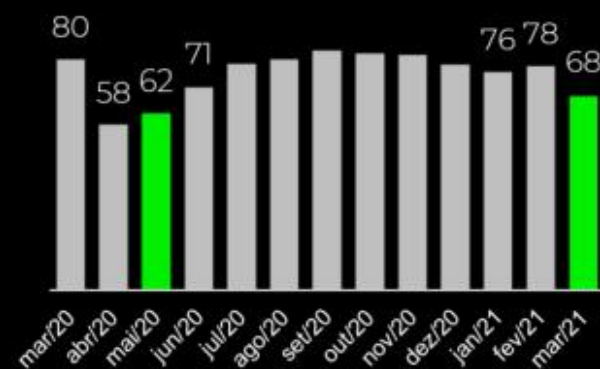
## PREOCUPAÇÃO COM PREÇOS

Quais são suas principais preocupações?



## MENOR CONFIANÇA

Índice de Confiança do Consumidor



Queda em Mar/21 teve maior impacto de famílias de baixa renda (< R\$2.100/mês), mas em todas as faixas de renda houve redução na confiança do consumidor.

# 4 – 0 varejo se transformou



# A transformação digital na PME, começou...

Quando tudo fecha,  
como vender?

A demanda acabou  
para muitos (Ex.  
aluguel de roupas de  
festas)

Quem são e onde  
encontrar os clientes?

Quem tem o  
WhatsApp do seu  
cliente?

Como é o engajamento  
dos seus clientes nas  
redes sociais da  
marca?

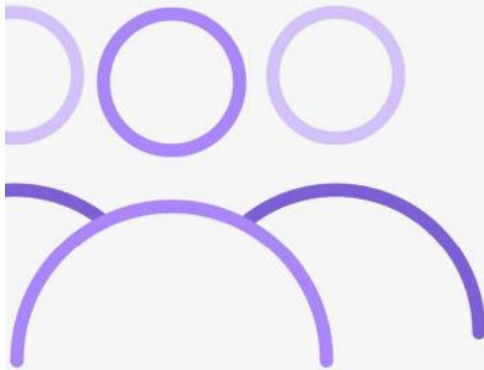
Quais os diferenciais  
do que vendo? Como  
falar sobre isso nas  
redes?

Para que mais serve a  
loja física? (dark store,  
live commerce)

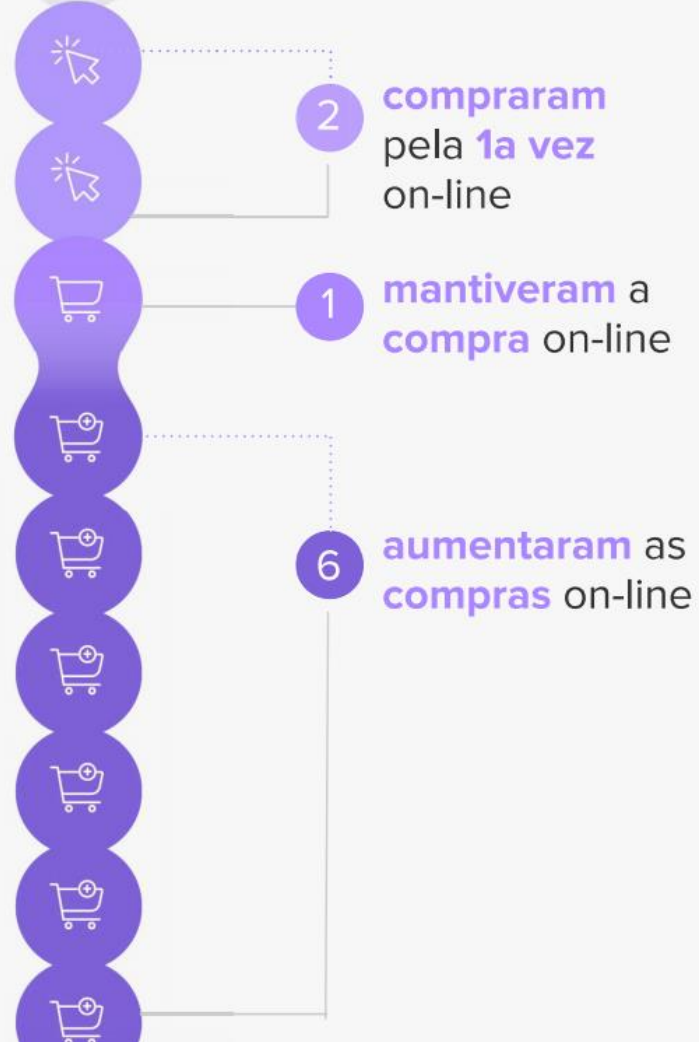
E-Commerce (loja  
própria, redes sociais,  
marketplace)

Tendências do E-commerce  
Aprendizados em um ano mais digital

## 2020: um ano de maior adoção digital



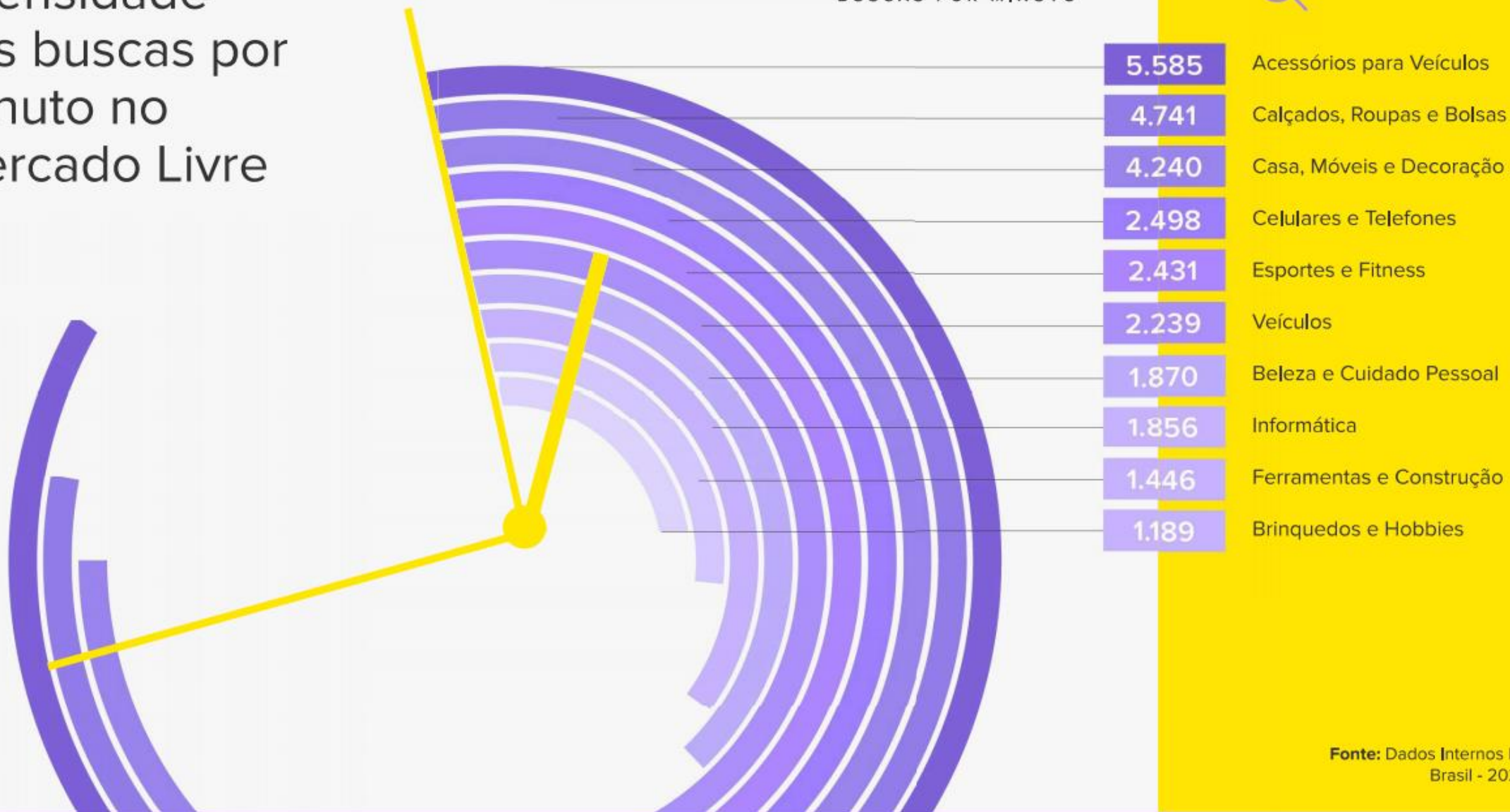
A cada **10**  
compradores  
digitais



Fonte: GfK, Estudo confidencial para Mercado Livre, Brasil, 2021.

# Intensidade nas buscas por minuto no Mercado Livre

QUANTIDADE DE BUSCAS POR MINUTO



## Crescimento do E-Commerce em 2020

O ANO DO E-COMMERCE!

2020 encerra com  
**+300MI**  
de pedidos on-line.  
Faturamento bate  
recorde!

**47%**  
dos internautas  
totais, foram novos  
consumidores!

Fonte: 6º relatório Neotrust - ano 2020

**75,1**

FATURAMENTO (B)



**126,3**

FATURAMENTO (B)



ANO	PEDIDO (M)	TÍQUETE MÉDIO	VAR. PEDIDO	VAR. FATURAMENTO	VAR. TÍQUETE MÉDIO
2019	178,7	R\$ 420,4	22,6%	22,8%	0,2%

ANO	PEDIDO (M)	TÍQUETE MÉDIO	VAR. PEDIDO	VAR. FATURAMENTO	VAR. TÍQUETE MÉDIO
2020	301,0	R\$ 419,4	68,5%	68,1%	-0,2%

NEOTRUST

## Perfil dos consumidores online em 2020



Até 25 anos

**18,9%**



Entre 26 e 35 anos

**33,2%**



Entre 36 e 50 anos

**33,6%**

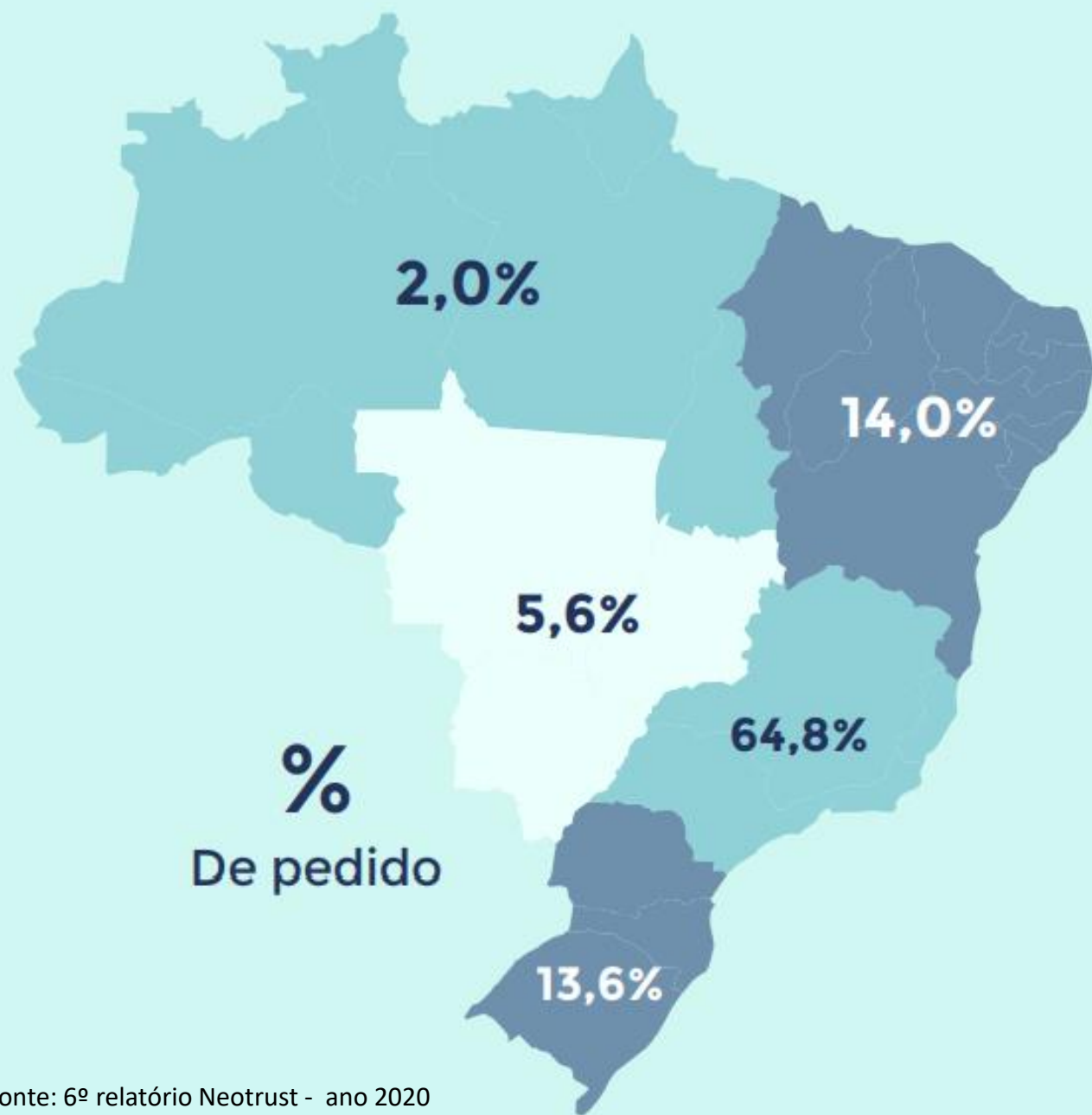


Acima de 51 anos

**14,3%**

ANO	CONSUMIDORES ÚNICOS (EM MI)	MÉDIA DE GASTO TOTAL DO CONSUMIDOR	MÉDIA DE COMPRAS	VAR. QTD CONSUMIDORES ÚNICOS	VAR. GASTO TOTAL DO CONSUMIDOR	NOVOS CONSUMIDORES (EM MI)
2019	31,4	R\$ 2.121	6	40,6%	10,9%	

ANO	CONSUMIDORES ÚNICOS (EM MI)	MÉDIA DE GASTO TOTAL DO CONSUMIDOR	MÉDIA DE COMPRAS	VAR. QTD CONSUMIDORES ÚNICOS	VAR. GASTO TOTAL DO CONSUMIDOR	NOVOS CONSUMIDORES (EM MI)
2020	42,9	R\$ 2.618	7	36,7%	23,4%	20,2



REGIÃO 2020	% PEDIDO	P.P 2020 X 2019
CENTRO-OESTE	5,6%	- 0,1%
NORDESTE	14,0%	2,1%
NORTE	2,0%	0,0%
SUDESTE	64,8%	- 1,5%
SUL	13,6%	- 0,5%

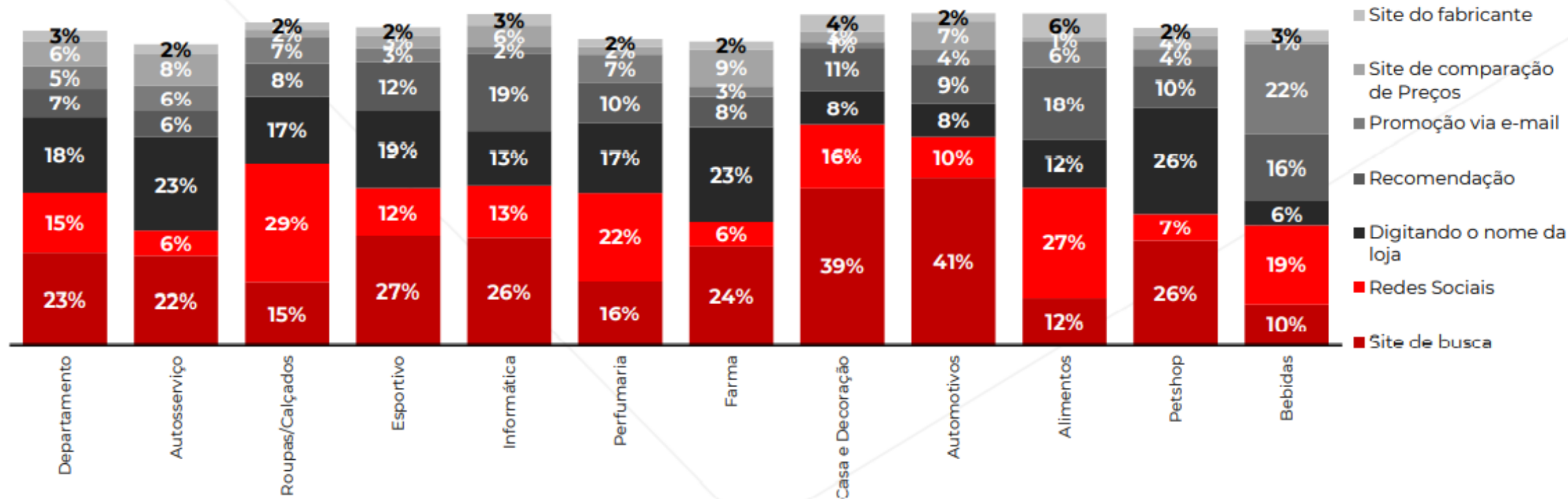


# Sites de busca e redes sociais são os principais caminhos para as lojas

p. 18

## Como você chegou nessa loja?

Por segmentação de loja - % pedidos - 2020





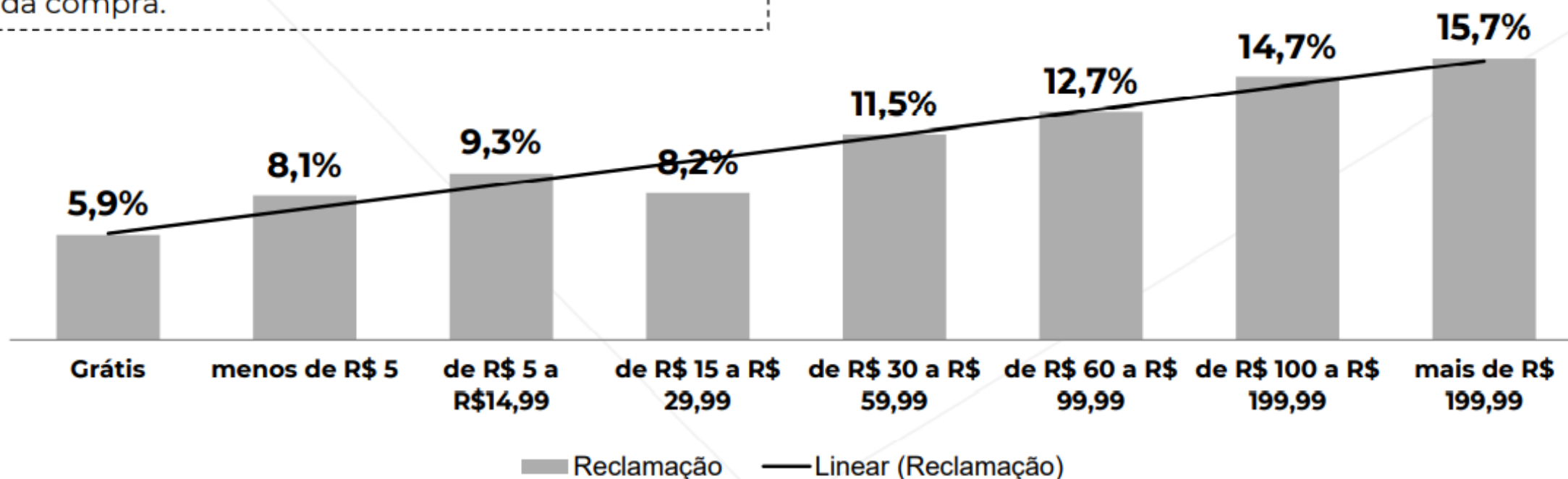
p. 27

## Outro fator importante para os consumidores é o valor do frete

### O consumidor é sensível ao valor do frete

Quanto mais ele pagou pelo frete, mais chances de ele fazer uma reclamação sobre qualquer aspecto da compra.

% de Reclamação por faixa de frete 2020





p. 20

### Faturamento

Faturamento em  
R\$ 2020

**45,9Bi**

(+78% vs 2019  
+176% vs 2018)

Share 2020 em  
faturamento

**52,5%**

(+10,7 p.p vs 2019  
+21,2 p.p vs 2018)

### Pedidos

N. De pedidos  
2020

**106,6<sub>mi</sub>**

(+56% vs 2019  
+148% vs 2018)

Share 2020 em  
pedidos

**55,1%**

(+8,9 p.p vs 2019  
+20,1 p.p vs 2018)

### Ticket médio

M-commerce  
2020

**431**

(+14% vs 2019  
+11% vs 2018)

E-commerce  
2020

**452**

(+8% vs 2019  
+4,1% vs 2018)

Q Buscar

Valor **Empresas**



## Amazon abre loja internacional no Brasil e libera frete para cliente de programa de fidelidade

Por Adriana Mattos, Valor — São Paulo  
10/05/2021 23h58 · Atualizado há um mês



**LABS** LATIN AMERICA BUSINESS STORIES  
NEGÓCIOS ECONOMIA TECNOLOGIA SOCIEDADE #STARTUP #FINTECH #BRASIL **INSCREVA-SE**

NEGÓCIOS

## Americanas Mundo promete entregas de produtos internacionais em 11 dias

A partir da próxima semana, a empresa ampliará o número de voos semanais China-Brasil para cinco. Com isso, tempo de entrega cairá de 21 para 11 dias



**exame.**

REVISTA

EXAME IN

VÍDEOS

BÚSSOLA

INVEST

ACADEMY

Home → NEGÓCIOS → AliExpress anuncia entregas internacionais em até 7 dias no Brasil

NEGÓCIOS

## AliExpress anuncia entregas internacionais em até 7 dias no Brasil

Segundo o Aliexpress, todo o processo, desde a separação até o embarque das encomendas, pode ser acompanhado, online, pelo cliente

Por **Marina Filipe**

Publicado em: 17/06/2021 às 13h18

Alterado em: 17/06/2021 às 13h24

Tempo de leitura: 2 min





# Cross Border Trade cresce 76% em faturamento em 2020

p. 35

Apresentando um ganho de 4 p.p em importância vcs 2019

## Faturamento total 2020

**R\$110.1 BI**

Var. 20 vs. 19  
**47%**

**R\$22.7 BI**

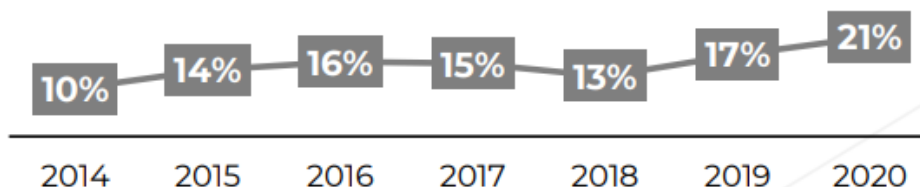
Var. 20 vs. 19  
**76%**

O aumento do dólar representa 15% do crescimento de Cross Border

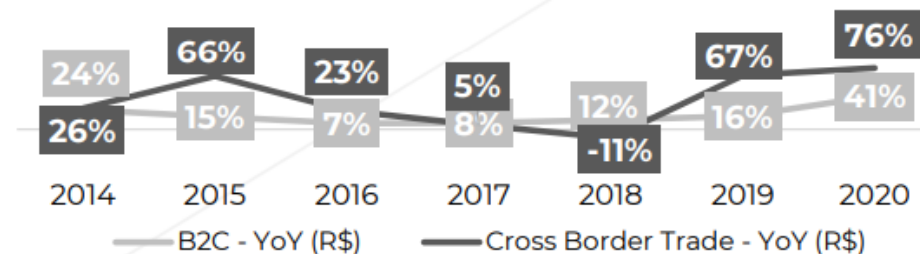
■ B2C + Cross Border Trade

□ Cross Border Trade

## Importância em faturamento | cross border trade



## Varição versus ano anterior em faturamento



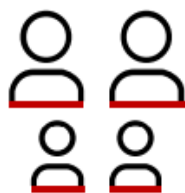
\* Dados em Reais considerando a média do dólar de cada ano para conversão

Fonte: Ebit | Nielsen Webshoppers 43ª edição | pesquisa sobre compras em sites estrangeiros realizada no período de 11 a 29 de janeiro de 2021



p. 36

## Pedidos continua sendo o principal impulsionador para crescimento do Cross Border Trade



**+ R\$ 6.11 BI**

2020 teve um incremento de 9.5 milhões de consumidores, que representam **27%** do **crescimento em faturamento**



**+ 47.2 MI Pedidos**

Cross Border apresentou crescimento de **52%** em número de pedidos vs 2019, contribuindo com **72%** para faturamento



**+ R\$22,06**

O **ticket médio** por pedidos, apresentou um aumento de **15%** vs 2019, segundo maior crescimento desde 2014 e contribui com **28%** para o faturamento

ENTREGAMOS  
PEÇA PELO  
WHATAPP  
11 9 9 2 5 3 9



a gente entrega  
pra você!

# Vendas pelo WhatsApp

---

Construa sua audiência via Instagram e Facebook

---

Passe o contato, da conta do WhatsApp profissional, da sua loja para o seu cliente

Peça para o cliente adicionar o contato da loja

---

Crie listas de transmissão, segmentadas. Tenha conteúdo adequado para cada grupo de perfis de clientes

---

Utilize o WhatsApp para dar suporte e atender o cliente

---

Organize os seus clientes <> estágio de relacionamento

Treine sua equipe para vender e atender pelo WhatsApp

---

Crie um cronograma de mensagens por lista de transmissão

---

Crie campanhas de vendas pelo Whats App

Se puder, contrate ferramentas como: Omni.chat para te ajudar a gerenciar as ações no WhatsApp

# Vendas pelo Instagram

---

Use o Instagram Business (comercial) – faça a sincronização com a fan page no Facebook.

---

Tenha um redator para produzir o conteúdo certo, por canal.

---

Tenha um cronograma de publicações e de campanhas, por canal.

Crie campanhas com os micro influenciadores da região/cidade

---

Dependendo do seu tipo de negócio, peça que os usuários postem fotos utilizando o seu produto e reposte no seu feed e nos stories.

---

Estratégia de vídeos (Boomerang, Stories e Reels)

# Marketplaces com app no celular dos clientes

[TABELA 1]

## RANKING DOS APPS DE COMÉRCIO USADOS COM MAIS FREQUÊNCIA PELO BRASILEIRO

**Pergunta:** Cite até três nomes de apps ou sites que você usou para fazer encomendas pelo celular

**Obs.:** Foram incluídos apenas os apps citados por 5% ou mais dos entrevistados.

**Base:** 1.753 consumidores móveis

	App ou site	Março de 2020
1	Mercado Livre	39%
2	Americanas.com	34%
3	iFood	29%
4	Magazine Luiza	16%
5	Wish	13%
6	AliExpress	9%
7	WhatsApp	9%
8	OLX	8%
9	Uber Eats	8%
10	Amazon	7%
11	Submarino	6%
12	Casas Bahia	6%
13	Netshoes	6%
14	Facebook	5%
15	Rappi	4%

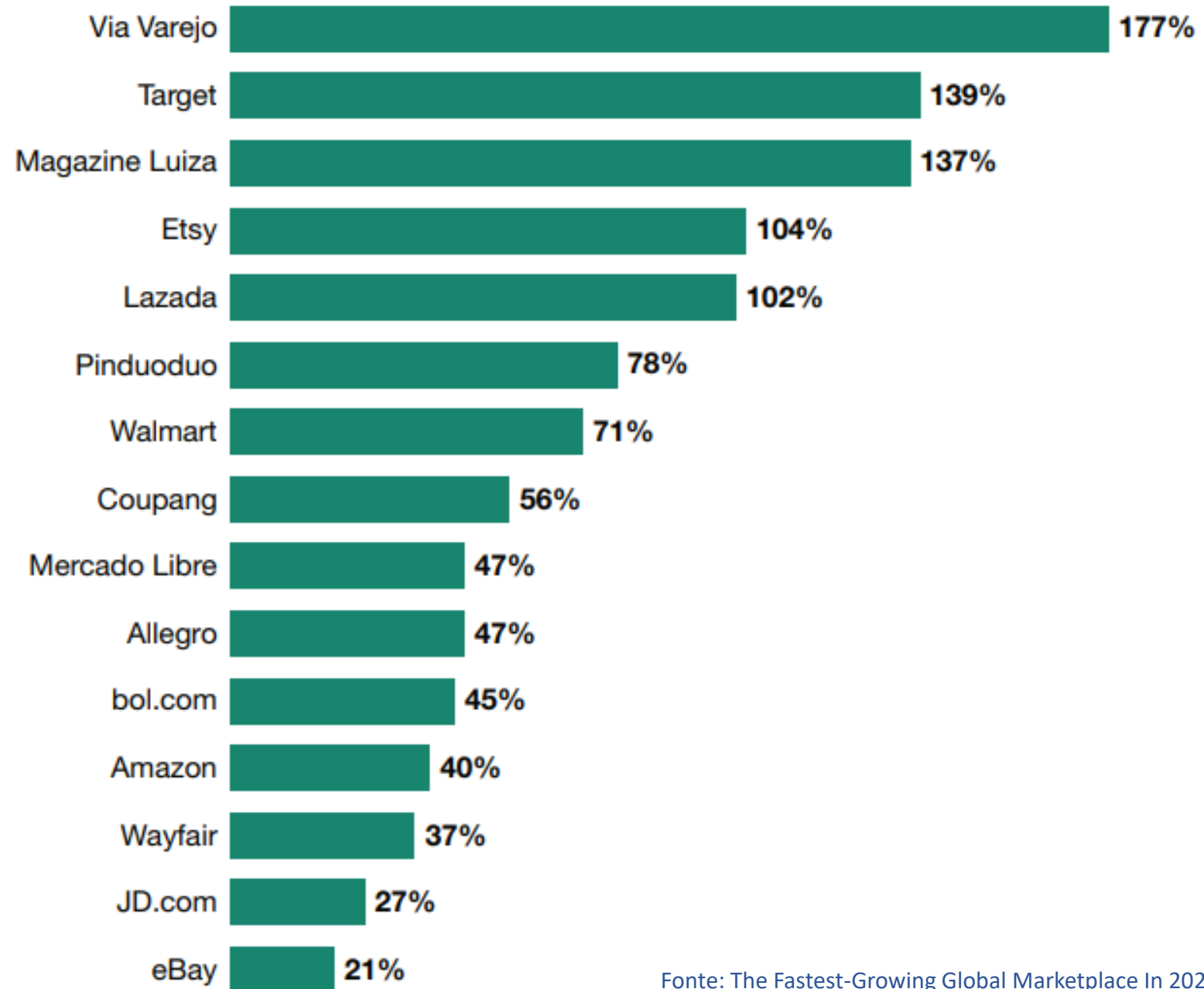
[TABELA 2]

## CATEGORIAS DE PRODUTOS MAIS POPULARES NO COMÉRCIO MÓVEL

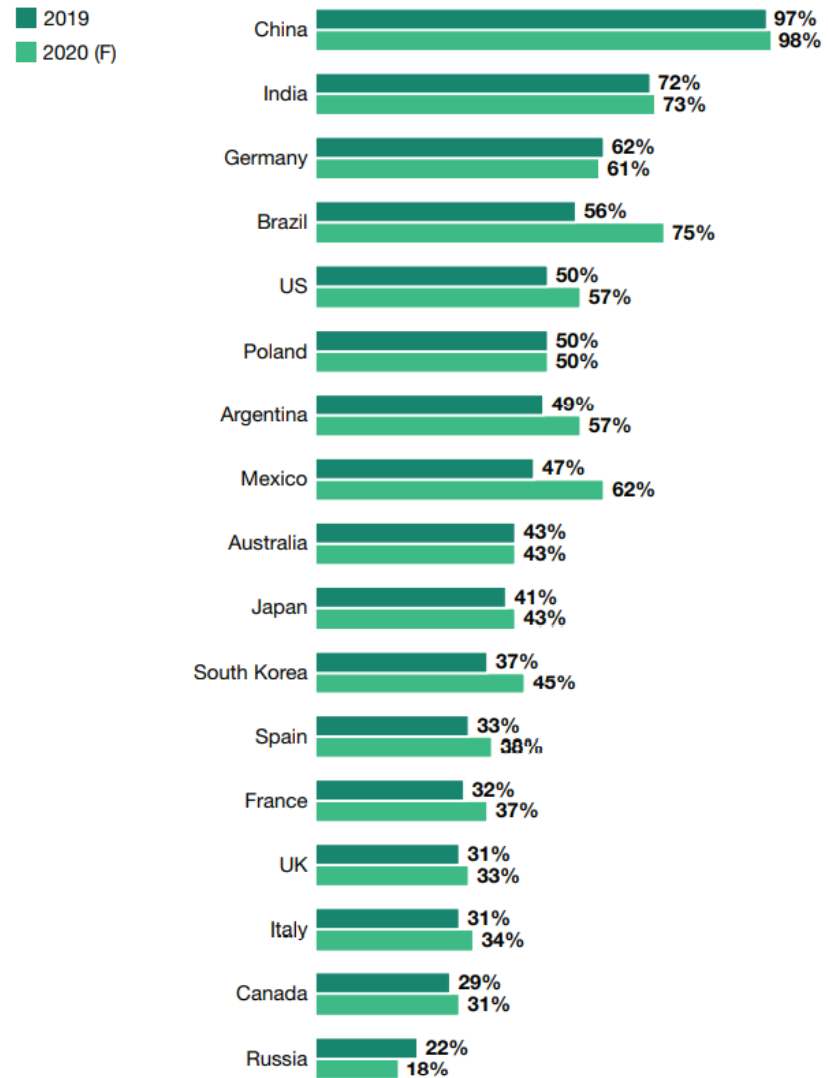
**Pergunta:** Marque quais categorias de produtos você já encomendou através de app ou site em seu smartphone

**Base:** 1.753 consumidores móveis

Categoria	Março de 2020
Roupas	52%
Refeições	50%
Eletroeletrônicos	48%
Alimentos	35%
Eletrodomésticos	35%
Cosméticos ou itens de higiene pessoal	33%
Livros	30%
Utensílios domésticos	30%
Acessórios de moda	29%
Remédios	27%
Móveis	22%
Brinquedos	19%
Artigos esportivos	18%
Bebidas	16%
Artesanato	9%
CDs ou DVDs	8%
Outros	6%



### Share of marketplace sales within the country's total e-commerce sales



Fonte: The Fastest-Growing Global Marketplace In 2020 – Forrester Research

# Para que mais serviu e serve a loja física?

Compre online  
e retire na loja

A sua loja é em  
um shopping –  
Delivery Center

Live commerce

Local destino x  
conveniência

# 5 - Aprendizados

**Aposte na omnicalidade**

**Fique atento aos pontos de atenção (redes sociais, site, Reclame Aqui)**

**Invista na produção de conteúdo (fotos, vídeos, texto)**

**As vendas virtuais são o novo padrão**

**A captação, guarda, uso dos dados (LGPD) são o novo diferencial para vender melhor, sempre.**

**Live Commerce**

**Experiência do cliente é tudo e faz diferença hoje para o futuro. Coloque os clientes em primeiro lugar**

---

- Obrigada 😊

- [www.ecommercebrasil.com.br](http://www.ecommercebrasil.com.br)

- Youtube: [www.youtube.com/ecommercebrasil](http://www.youtube.com/ecommercebrasil)

- Instagram: @ecommerce\_br

- LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/e-commerce-brasil/mycompany/>

- Spotify: Entre Amigos

- [https://open.spotify.com/show/1nUBh317MxB3VCguUcJ78i?si=1Ub1dqsWQXKnRi3QDqrIjw&dl\\_branch=1](https://open.spotify.com/show/1nUBh317MxB3VCguUcJ78i?si=1Ub1dqsWQXKnRi3QDqrIjw&dl_branch=1)

- e E-Commerce Cast

- [https://open.spotify.com/show/5FZ6mEVDtfKbILqJHlgvFF?si=UQkvGB76Q7auwzwVhkKIWA&dl\\_branch=1](https://open.spotify.com/show/5FZ6mEVDtfKbILqJHlgvFF?si=UQkvGB76Q7auwzwVhkKIWA&dl_branch=1)