

Pandemia impulsiona o crescimento dos e-commerces de moda

Análise da consultoria Conversion aponta que o comércio eletrônico do segmento cresceu 95,27%

Ao longo da pandemia da Covid-19, a audiência dos sites de comércio eletrônico de moda cresceu 95,27% no Brasil. A informação é da Conversion (São Paulo/SP), consultoria de performance & SEO, que analisou a audiência de 50 e-commerces brasileiros e constatou que, em maio, as principais páginas eletrônicas registraram um crescimento médio de 51% nos acessos em relação a fevereiro, período anterior ao isolamento social.

"A pandemia acelerou fortemente o e-commerce e vai criar uma nova corrida pelas vendas on-line entre as empresas", afirma Diego Ivo, CEO da Conversion.

No cenário analisado, destacaram-se os seguintes setores com os respectivos aumentos, em comparação ao início da pandemia: Eletrônicos (136,72%), Moda (95,27%), Casa & Móveis (85,39%), Pet (65,56%) e Comida (61,40%).

No ranking dos sites mais acessados do Brasil em maio, destacam-se nos setores de Moda e Beleza: a Dafiti, que aparece no 11º lugar (com 17,760 milhões de acessos), a Riachuelo em 16º (com 12,110 milhões) e a Natura em 18º (com 11,580 milhões).

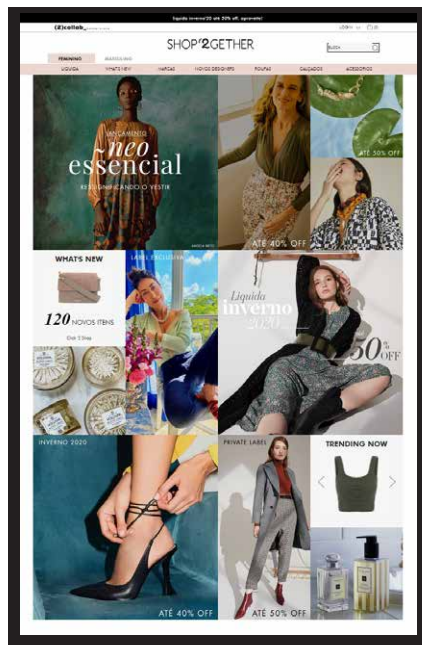
Alavancagem de vendas de itens com ticket médio mais baixo

Desde o início da pandemia, o Icomm Group (São Paulo/SP) registrou um forte aumento no número de clientes atendidos por mês em seus e-commerces Shop2gether e OQVestir, que saltou de 30 mil para 43 mil, em média. Ou seja, muitos novos usuários chegaram aos sites, o que alavancou as vendas de itens com ticket médio mais baixo, uma vez que muitos destes consumidores estão experimentando os e-commerces pela primeira vez. "Nosso primeiro trimestre apresentou crescimento comparado ao ano anterior, porém, tendo em vista tudo que vem acontecendo com o mercado, estamos revisando nossa previsão de crescimento para 2020, que era de 30% até agora", afirma Ana Isabel, Co-founder do Shop2gether e curadora de moda do Icomm Group.

Para auxiliar o pequeno varejista de moda na pandemia

Para alcançar e "abraçar" o pequeno varejista de moda neste momento, o Icomm Group lançou em abril o (2)Collab. Essa nova plataforma estava em desenvolvimento dentro da companhia desde o segundo semestre de 2019 e tem por objetivo fomentar a moda nacional e dar visibilidade a novas e criativas marcas. "Com a pandemia, entendemos que o propósito do (2)Collab ganhou ainda mais relevância, com o intuito de poder ajudar as marcas que ainda não haviam entrado no mercado on-line e ajudá-las nesse processo de digitalização emergencial. Por isso, aceleramos e investimos em seu lançamento", reforça Ana.

Nessa primeira fase da (2)Collab, a plataforma iniciou com 40 marcas disponíveis e teve outras mil etiquetas interessadas em participar do projeto desde o início da pandemia, que neste momento estão passando pela curadoria e treinamento para operar no site.



FOTOS: DIVULGAÇÃO