

“Análise do E-Commerce no Brasil 2016”

Opener Obrigado por participar da Pesquisa “Análise do E-Commerce no Brasil 2016”, uma parceria da Forrester Research e do E-Commerce Brasil. Nessa pesquisa, focaremos especificamente nas prioridades, investimentos, indicadores de performance (KPIs) e estrutura organizacional de empresas de comércio eletrônico. Para responder a todas as questões, você levará aproximadamente 20 minutos. Tenha em mãos informações de estatísticas de performance para completar toda a pesquisa. Em alguns casos você pode não ter todas as respostas precisas. nessa situação, tente se aproximar ao máximo da realidade. TODOS os dados são confidenciais e os dados coletados serão publicados de forma a agregar valor para o mercado. Como agradecimento, queremos oferecer um resumo de alguns dos resultados compilados da pesquisa. Caso você tenha interesse em receber o relatório, por favor, deixe seu e-mail ao final desta pesquisa. Não usaremos seu e-mail para quaisquer outros fins que enviar-lhe o relatório.

IMPORTANTE: Não há a opção de retornar à pergunta anterior nessa pesquisa. Se você usar o botão de voltar do seu navegador, você pode perder suas respostas. Caso você prefira rever as questões antes de iniciar a pesquisa, por gentileza veja o PDF anexo enviado pelo E-Commerce Brasil com todas as perguntas.

Q1aB2B Você também vende para consumidores?

- Sim
- Não

Q2B2B Que tipo de varejista é você?

- Fabricante de marca
- Distribuidor/Atacadista/Revendedor

Q3B2B Qual é a receita bruta da sua empresa?

- R\$60-240K
- R\$240-360K
- R\$360K-3.6M
- R\$3.6M-1B
- R\$1B+
- Não sei / Não se aplica

Q4B2B Quantos funcionários sua empresa emprega no total?

- Menos que 100
- 100 a 249 funcionários
- 250 a 499 funcionários
- 500 a 999 funcionários
- 1.000 a 2.499 funcionários
- 2.500 a 4.999 funcionários
- 5.000 a 9.999 funcionários
- Mais de 10.000 funcionários
- Não sei

Q5B2B Aonde fica a sede da sua empresa?

- Bahia
- Distrito Federal
- Minas Gerais
- Paraná
- Pernambuco
- Rio de Janeiro
- Rio Grande do Sul
- São Paulo capital or Grande São Paulo
- Interior de São Paulo
- Outro (por favor, especificar) _____

Q6B2B Qual das opções abaixo melhor descreve a indústria que sua empresa opera primariamente?

(Selecione uma)

- Agricultura, alimentos e bebidas
- Fabricante de produtos para consumidores (fabricante de marca)
- Química / Metais
- Eletrônicos
- Manufatura
- Varejista / Revendedor / Atacadista
- Transporte e logística
- Serviços (para consumidores ou empresas)
- Software
- Propaganda e marketing
- Mídia e lazer
- Viagens e hospedagens
- Construção
- Energia ou gerenciamento de lixo
- Serviços de telecomunicações
- Serviços financeiros e seguros
- Educação ou entidade sem fins lucrativos
- Saúde
- Governo
- Outra (por favor, especifique) _____
- Não sei

Q7B2B As vendas da sua empresa ocorrem...

- Somente online
- Somente offline
- Ambos online e offline

Q8aB2B A sua empresa pretende vender através de canais online?

- Sim
- Não

Q9aB2B Quando sua empresa está planejando oferecer vendas online através dos seguintes canais?

	Ao final de 2016	Em 2017	Em 2018 ou depois	Sem planos	Não sei / Não se aplica
Vendas online realizadas pelo consumidor (self service)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vendas online facilitadas por equipe interna	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vendas online realizadas através de parceiros ou sites de terceiros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Possibilidade de clientes B2B comprarem através de um celular	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Possibilidade de clientes B2B comprarem através de um tablet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Outro (por favor, especifique)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q10aB2b Qual é a principal razão para a migração de atuais clientes B2B offline para um cenário de compras online? (Selecione uma)

- Promover uma estrutura de suporte online mais barata com a finalidade de cortar custos
- Tirar proveito do melhor engajamento com o cliente que o online propicia
- Prevenir que meus clientes atuais sejam abordados por competidores online
- Estabelecer um relacionamento de compras direto com os consumidores
- Melhorar a fidelidade dos clientes
- Minimizar descontos informais de vendedores
- Nós não temos essa iniciativa
- Não sei / Não se aplica

Q8B2B Há quanto tempo sua empresa realiza vendas online?

- Menos de 2 anos
- 2 a 5 anos
- 6 a 10 anos
- Mais de 10 anos
- Não sei

Q9B2B Qual é a sua receita de vendas B2B online (web, mobile e tablets)?

- R\$60-240K
- R\$240-360K
- R\$360K-3.6M
- R\$3.6M-1B
- R\$1B+
- Não sei / Não se aplica

Q10 B2B Qual das alternativas abaixo melhor descreve sua estratégia de B2B mobile?

- Tenho uma estratégia, estou implementando mas sem refiná-la ainda
- Tenho uma estratégia e estamos começando a implementá-la
- Tenho uma estratégia, mas não estamos prontos a implementá-la ainda
- Primeiros passos, estamos elaborando uma estratégia
- Não tenho uma estratégia
- Não sei

Q11B2B Por favor, preencha com o número de pessoas em cada setor no time de e-commerce B2B. Caso você não tenha as respostas precisas, tente se aproximar ao máximo da realidade ou deixe as respostas em branco.

	Tempo integral	Tempo parcial	Não sei
Número de pessoas de TI no time de e-commerce			
Número de membros na área de Marketing no time de e-commerce			
Número de pessoas de Operações no time de e-commerce			
Número de pessoas de Atendimento ao Consumidor no time de e-commerce			
Número de pessoas de usabilidade/experiência do cliente/criativos no time de e-commerce			
Número de pessoas de Gerenciamento de Projetos no time de e-commerce			
Número de pessoas de Analytics no time de e-commerce			
Outro (por favor, especifique)			
Total de pessoas no time de e-commerce			

Q13B2B Quais são suas 3 principais prioridades de investimento digitais para os próximos 12 meses?

- Plataforma de eCommerce
- Integração interna (incluindo gerenciamento de pedidos, ERP, relatórios financeiros)
- Integração multi-canal
- Governança do site
- Conteúdo do site
- Repaginação do site
- Conversão do site
- Ferramentas de gerenciamento de conteúdo (do site)
- Ferramentas de gerenciamento de conteúdo (de produtos)
- Tecnologias de marketing
- Sites e Aplicativos mobile/site
- SEO
- Mudança de canal de consumidores offline para online
- Marketplaces
- Analytics
- Crescimento internacional
- Outro, por favor especificar _____
- Não sei

Q14 B2B Quais as mudanças no seu investimento em tecnologias de eCommerce para o próximo ano?

- Decrescendo significativamente
- Decrescendo
- Permanecendo o mesmo
- Crescendo
- Crescendo significativamente
- Não sei

Q15B2B
2015?

As seguintes métricas de 2016 são maiores, iguais ou menores quando comparadas a

	Aumentou	Permaneceu igual	Diminuiu	Não sei
Porcentagem de crescimento em relação ao último ano	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porcentagem de vendas online via smartphones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porcentagem de vendas online via tablets	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Taxa de conversão do site	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Taxa de abandono de abandono do carrinho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ticket médio das vendas online	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ticket médio de compra de clientes existentes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Taxa de compra de clientes existentes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porcentagem de vendas para clientes existentes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porcentagem de retorno de vendas online (não inclui cancelamento)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porcentagem de cancelamentos em relação ao total de vendas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Porcentagem de gastos com TI em relação ao total de vendas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Custo com aquisição de clientes para cada compra online	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Custo de Marketing para cada compra online	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porcentagem de vendas com descontos ou "off-list"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q16B2B Preencha com seus indicadores de performance (KPIs) para cada uma das categorias abaixo. Se você não tem os números precisos, ou você não se sentir confortável em estimar, por favor, ignore essa métrica específica).

- Porcentagem de crescimento em relação ao último ano
- Porcentagem de vendas online via smartphones
- Porcentagem de vendas online via tablets
- Taxa de conversão do site
- Taxa de abandono do carrinho
- Ticket médio de vendas online
- Ticket médio de vendas para clientes existente
- Taxa de compra de clientes existentes
- Porcentagem de vendas para clientes existentes
- Porcentagem de retorno de vendas online (não inclui cancelamento)
- Porcentagem de cancelamentos em relação ao total de vendas
- Porcentagem de gastos com TI em relação ao total de vendas
- Custo com aquisição de clientes para cada compra online
- Custo de Marketing para cada compra online
- Custo de serviço ao cliente para cada compra online
- Custo operacional por compra (custos totais de serviço e entrega ao consumidor)

Q17B2B Como você classificaria a experiência do consumidor com o website de sua empresa se comparado à Amazon.com? (Selecione uma)

- Muito pior
- Pior
- Similar
- Melhor
- Muito melhor
- Não sei

Q18B2B Quais são as 3 principais formas de pagamento que seus clientes B2B utilizam? (Selecione três)

- Cartão de crédito
- Transferência bancária
- Cartão de débito
- Cheques
- Outra (por favor, especifique)

Q19B2B Qual é a principal razão para a migração de atuais clientes B2B offline para um cenário de compras online? (Selecione uma)

- Promover uma estrutura de suporte online com mais barata, afim de cortar custos (dada o alto custo do time de vendas)
- Beneficiar a empresa com um melhor engajamento com o cliente que o online permite
- Prevenir clientes atuais de serem levados aos sites de competidores
- Estabelecer um relacionamento de compra direto com o consumidor
- Melhorar a fidelidade do cliente
- Minimizar descontos informais do time de vendas
- Nós não temos essa iniciativa
- Não sei / Não se aplica

Q20B2B Por favor, classifique em uma escala de 1 a 5 (1 = Não é uma barreira significativa e, 5 = É uma barreira muito significativa) o grau em que se encontra cada um dos seguintes desafios do seu negócio online para os próximos 12 meses:

Q21B2B Atualmente, seus sistemas de tecnologia são capazes de efetivamente dar suporte a:
(Selecione todas que se aplicarem)

- Vendas online realizadas pelos consumidores (self service)
- Vendas online com suporte de um representante de vendas interno
- Vendas online através de parceiros e sites de terceiros
- Experiência do consumidor comparada à Amazon.com
- Habilidade de clientes B2B efetuarem uma compra via celular
- Habilidade de clientes B2B efetuarem uma compra via tablet
- Outros, por favor especificar _____
- Nenhuma das anteriores
- Não sei

Thank you Obrigado por completar a pesquisa!

Contact info Como agradecimento, gostaríamos de oferecer um resumo de alguns dos resultados agregados da pesquisa. Se você tiver interesse em receber esse report quando o mesmo for publicado, por favor, deixe seu nome, empresa e e-mail. Seus dados serão utilizados apenas para essa finalidade específica

Nome

Empresa

Email