

Prepare sua estratégia
de e-commerce
para o futuro:

explorando as principais tendências de e-commerce para 2022



Introdução

O mercado global de e-commerce viu um crescimento sem precedentes desde o início da pandemia.

O chamado “efeito pandêmico” gerou grandes picos de compradores on-line, especialmente os novatos, e acelerou a chegada de novos formatos de negócios de e-commerce, como compras de supermercado on-line e as last-mile deliveries (etapa da compra em que o produto sai do centro de distribuição até chegar nas mãos do cliente).

Embora o boom do e-commerce tenha continuado até o final de 2020, vimos alguns sinais iniciais de uma [desaceleração em 2021](#). E agora, à medida que a cadeia de suprimentos global e as interrupções na produção persistem, a inflação atinge [máximas históricas](#) e as conversas

sobre recessão ocupam o centro do palco, muitas questões permanecem. Como o setor de e-commerce está respondendo às dificuldades econômicas? Esses problemas afetaram o crescente apelo das compras online? Que tendências desapareceram e quais vieram para ficar?

Este relatório usa dados da plataforma [Semrush .Trends](#) para responder a essas perguntas. Avaliamos o estado global e regional do e-commerce em 2022 e destacamos algumas tendências abrangentes de e-commerce que provavelmente permanecerão no longo prazo - tudo para ajudar você a moldar uma estratégia de marketing digital mais inteligente e orientada por dados para seus negócios de e-commerce nos próximos anos.

Índice

- 02 **Introdução**
- 04 **Tendências e mudanças globais da indústria de e-commerce: desaceleração do crescimento, retorno do mobile e...?**
- 06 Mudanças de comportamento dos compradores on-line
- 08 De quais países vêm os compradores on-line?
- 09 Principais conclusões sobre as tendências globais de e-commerce
- 10 **A visão regional do comércio eletrônico: principais agentes do mercado, dados de geração de tráfego e muito mais**
- 13 Setor de e-commerce: explorando as particularidades dos EUA vs. LATAM
- 16 Como as principais marcas de comércio eletrônico dos EUA geram tráfego?
- 18 Avaliando o cenário de comércio eletrônico na LATAM em 2022
- 21 **Por que as pessoas recorrem às lojas eletrônicas: produtos mais procurados e CTAs**
- 22 Produtos mais procurados entre os principais operadores de e-commerce
- 23 O que realmente faz os compradores on-line clicarem?
- 25 **Recomendações baseadas em informação para definir sua futura estratégia de marketing para e-commerce**

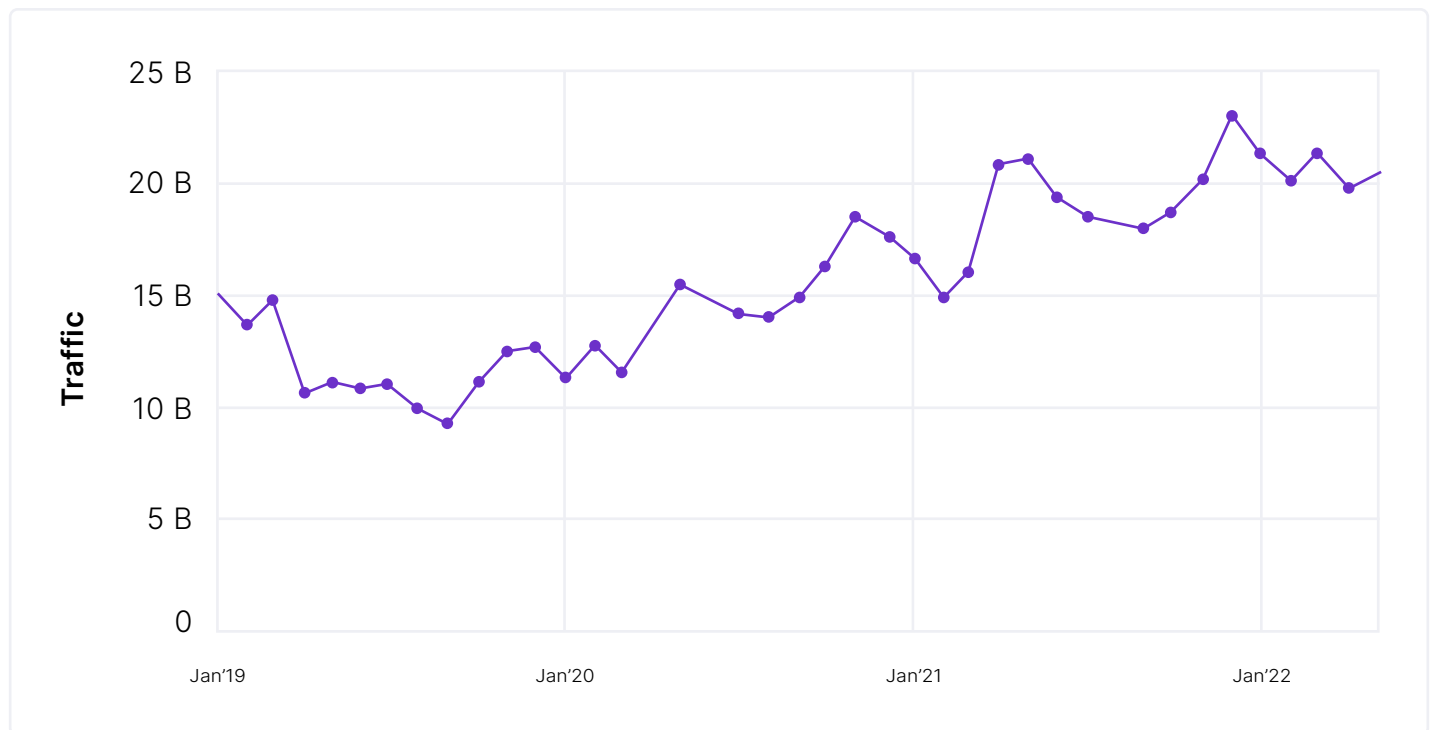
Tendências e mudanças globais da indústria de e-commerce: desaceleração do crescimento, retorno do mobile e...?



Tendências e mudanças globais da indústria de e-commerce: desaceleração do crescimento, retorno do mobile e...?

Dinâmica de crescimento global do e-commerce

2019-2022



Source: Semrush .Trends



Em dólares, o setor de e-commerce registrou [taxas de crescimento de dois dígitos](#) na última década. Em termos de tráfego, vimos um padrão semelhante – os compradores estão cada vez mais migrando para plataformas on-line para procurar produtos para comprar.

A COVID apenas alimentou essa tendência. As tendências de tráfego ano a ano (YoY) em todo o setor mostram que de 2019 a 2022, os operadores **de e-commerce tiveram 73% mais tráfego**. Se observarmos os meses mais quentes para o e-commerce, ou seja, nos meses de férias de verão - vemos aumentos significativos. **O tráfego em dezembro de 2021, por exemplo, atingiu um recorde histórico.**

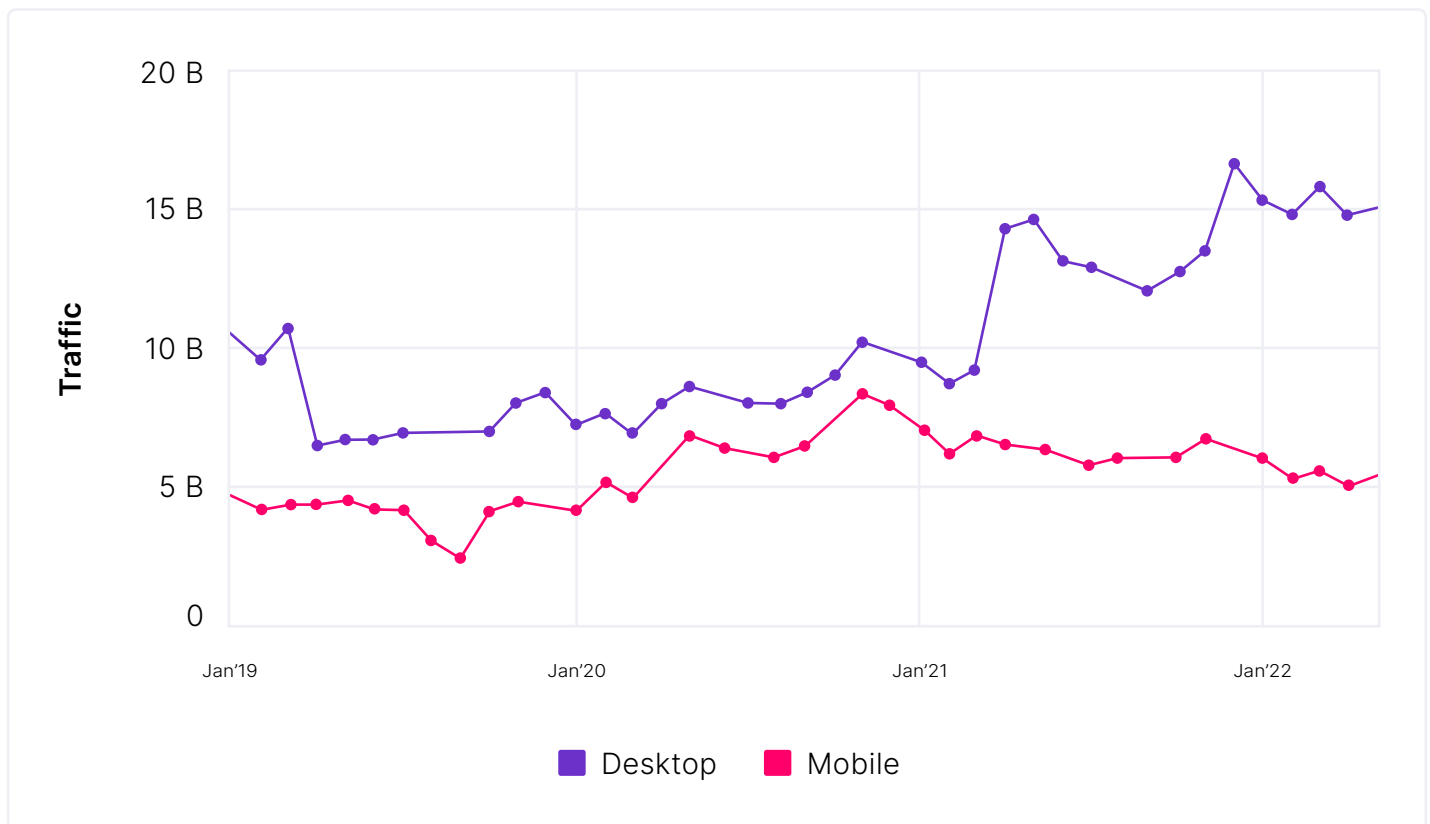
Mas será que essa tendência de expansão do mercado está crescendo progressivamente?

Os dados de tráfego mostram que, embora o interesse nas plataformas de compras on-line esteja em alta, ele vem esfriando desde 2021. O crescimento anual do tráfego em 2020 foi de 23%. Um ano depois, em 2021, o crescimento foi de 29%. Mas se olharmos para as estatísticas de 2022 versus 2021, vemos uma desaceleração significativa – um aumento de 9% em relação aos 29% do ano anterior.

Mudanças de comportamento dos compradores on-line

Tendências das parcelas de tráfego de desktops e mobile (Global)

2019-2022



Source: Semrush .Trends



Quando se trata de mudanças no comportamento do usuário, a pandemia foi marcada por um aumento significativo no uso de desktops. À medida que mais pessoas ficavam em casa, a navegação na web mobile tornou-se menos popular, então muitos usuários recorreram aos bons e velhos desktops para lidar com suas necessidades on-line.

No entanto, será que isso teve um efeito durável nas tendências das parcelas de mercado de dispositivos no e-commerce?

Ao longo de 2020, vimos uma penetração de dispositivos quase uniforme, com o uso de desktops chegando perto de 50%. Assim como o mundo estava lentamente retrocedendo em algumas restrições pandêmicas, a lacuna aumentou mais uma vez.

A partir de 2022, o tráfego mobile domina absolutamente o setor de e-commerce, com **mais de 70% dos compradores on-line navegando em sites de e-commerce a partir de seus telefones**. Esse retorno dos dispositivos móveis começou no início de 2021, quando vimos um crescimento sem precedentes no uso de dispositivos mobile em comparação com desktop - a última vez que vimos um número semelhante de mais de 70% para dispositivos móveis foi no final de 2019.

De quais países vêm os compradores on-line?

Percentual de tráfego do setor de e-commerce por país

País	Proporção de tráfego
Estados Unidos	50,22%
Alemanha	4,14%
Reino Unido	4,12%
França	3,15%
Índia	3,05%
Brasil	2,75%
Japão	2,08%
Itália	1,98%
Espanha	1,97%
Países Baixos	1,58%

Source: Semrush .Trends



**os cálculos são baseados nas estatísticas de tráfego para sites de e-commerce que nossa solução Semrush .Trends coloca na categoria de e-commerce*

O boom do e-commerce conquistou o mundo inteiro. Mas, como seria de esperar, são os países com alguns dos maiores PIBs que trazem mais tráfego para sites de e-commerce.

Os EUA, a Alemanha e o Reino Unido lideram a lista de países que contribuem com as maiores parcelas de compradores on-line. O resto da lista também segue essa tendência, com os 10 primeiros colocados quase perfeitamente sincronizados com os top 10 países por PIB.

Principais conclusões sobre as tendências globais de e-commerce

1

O mercado ainda está crescendo, mas a taxa desse crescimento está ficando menor. Para empresas de e-commerce, isso pode ser uma indicação de que confiar na expansão geral do mercado como um impulsionador para o crescimento dos negócios não é mais uma estratégia viável. À medida que o mercado parar de crescer, você precisará reorientar sua estratégia de marketing para ganhar mais participação de mercado.

2

Parece que o crescimento de desktops induzido pela pandemia não se manteve a longo prazo. O tráfego de desktop hoje não excede o limite de 30%. Como todos operamos na era mobile-first, as experiências mobile ainda são uma prioridade absoluta.

3

O mundo de língua inglesa domina o cenário do e-commerce. No entanto, ao pensar em aumentar sua participação de mercado, você pode considerar outros mercados como França, Alemanha e Japão e traduzir seu site (ou, como a Amazon, criar um site separado) para visitantes que não falam inglês.

A visão regional do e-commerce: principais agentes do mercado, dados de geração de tráfego e muito mais



A visão regional do e-commerce: principais agentes do mercado, dados de geração de tráfego e muito mais

Os top 10 agentes do mercado de e-commerce

Global, 2020-2022

Dominio	Tráfego médio mensal 2022	Diferença YoY (2020-2021)	Diferença YoY (2021-2022)
amazon.com	3,1 B	16,98%	17,85%
ebay.com	589,1 M	-4,27%	-19,30%
walmart.com	581,2 M	-1,42%	11,58%
aliexpress.com	486,4 M	84,02%	-9,54%
etsy.com	467,6 M	53,05%	16,28%
amazon.de	340 M	47,21%	-14,83%
rakuten.co.jp	278,5 M	7,99%	-22,24%
amazon.co.uk	270,2 M	23,74%	-13,86%
homedepot.com	200,7 M	0,72%	-5,77%
target.com	194,9 M	-17,98%	-7,51%
Unicórnio em termos de crescimento			
shein.com	191,7 M	119,54%	75,43%

Source: Semrush .Trends

Quando se trata dos principais players do mercado de e-commerce, as empresas sediadas nos EUA são a maioria. Amazon, eBay e Walmart têm as maiores participações de tráfego em todo o mundo, com a primeira apresentando uma taxa de crescimento de 18%, a mais alta de 2022.

No entanto, se olharmos além dos 10 principais players do setor de e-commerce, a **Shein**, com sede na China, mostra o ritmo de expansão mais impressionante: em 2022, seu tráfego aumentou 75%, e o ano anterior mostrou o crescimento de 120%.

Embora as empresas asiáticas sejam definitivamente uma força a ser enfrentada (a Ásia especialmente a China tem uma das populações mais digitalmente avançadas) a **Rakuten**, com sede no Japão, teve a maior queda de tráfego, com um declínio de -22% em relação ao ano anterior. Podemos 'culpar' a cadeia de suprimentos ou táticas de marketing mais inteligentes de outros agentes, mas parece haver um padrão maior aqui, pois a marca também teve um crescimento abaixo da média em 2021.

Curiosamente, assim como observamos em nosso detalhamento de tráfego por país, a Alemanha mostra muitos sinais promissores. Seu site local da **Amazon** tem a sexta maior participação de mercado em todo o setor de e-commerce global.

Setor de e-commerce: explorando as particularidades dos EUA vs. LATAM

Embora a maioria dos compradores on-line e das principais marcas venham dos EUA, decidimos fazer uma visão comparativa do cenário de e-commerce para avaliar a profundidade das diferenças regionais e ver como as tendências variam da região de melhor desempenho para outras localidades.

Principais agentes do mercado de e-commerce

EUA, 2021-2022

Domínio	Tráfego médio mensal 2022	YoY (2021-2022)
amazon.com	2,56 B	28,12%
walmart.com	537,5 M	11,65%
ebay.com	422,2 M	-17,79%
etsy.com	315,3 M	26,16%
homedepot.com	185,5 M	-6,58%
target.com	183,6 M	-7,87%
bestbuy.com	154,7 M	-16,73%
cvs.com	122 M	10,70%
shein.com	121,9 M	183,45%
lowes.com	111,4 M	-14,79%

Source: Semrush .Trends



Semelhante à sua posição mundial, a Amazon ocupa o primeiro lugar nos EUA. E além de sua posição já dominante—**o marketplace tem mais tráfego mensal do que todo o top 10 juntos**—ele está crescendo a uma taxa de 28%, que é superior à média do mercado de 20%.

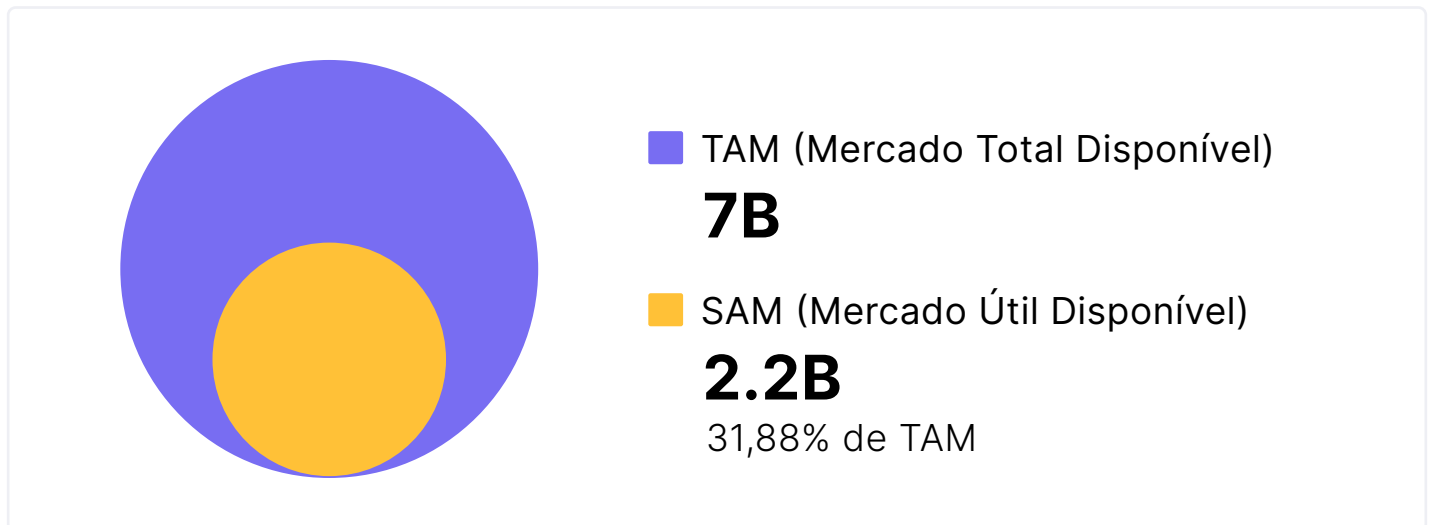
Se olharmos para os possíveis rivais, fica claro que a **Shein**, com sede na China, está tendo o maior sucesso no mercado dos EUA. A empresa viu uma taxa de crescimento de tráfego anual de mais de 180%, superando de longe as outras marcas da lista.

Em geral, os EUA estão mostrando algumas tendências mistas. Enquanto alguns players (mesmo os grandes) ainda estão capitalizando sobre o boom anterior do e-commerce, outros já estão vendo o efeito do resfriamento geral do mercado – em 2022, metade dos 10 principais players do mercado de e-commerce dos EUA viu tendências de tráfego decrescentes.

O que isso significa: se você está competindo pela atenção do público dos EUA, a corrida está ficando mais acirrada, especialmente porque a inflação representa seus próprios riscos para o poder de compra das pessoas. Embora os agentes menores continuem a ver algum crescimento, as grandes marcas ainda detêm uma parcela de tráfego significativa – até mesmo dominante no caso da Amazon – e que está crescendo. Com essa realidade de “os grandes estão ficando maiores” em mente, você precisa se concentrar na inteligência competitiva e criar estratégias revolucionárias que o ajudarão a superar a concorrência.

Tamanho do mercado de e-commerce

EUA, maio de 2022



Source: Semrush .Trends

Qualquer mercado tem um potencial de crescimento inexplorado. Para explorar o potencial do mercado de e-commerce, combinamos públicos-alvo potenciais para os principais players de e-commerce nos EUA para avaliar o tamanho do mercado no país.

Analisamos as estatísticas de demanda de produtos que os operadores de e-commerce dos EUA oferecem (com base no volume de palavras-chave e no tráfego dessas palavras-chave) e completamos isso com dados que demonstram seu público real. Descobrimos que:

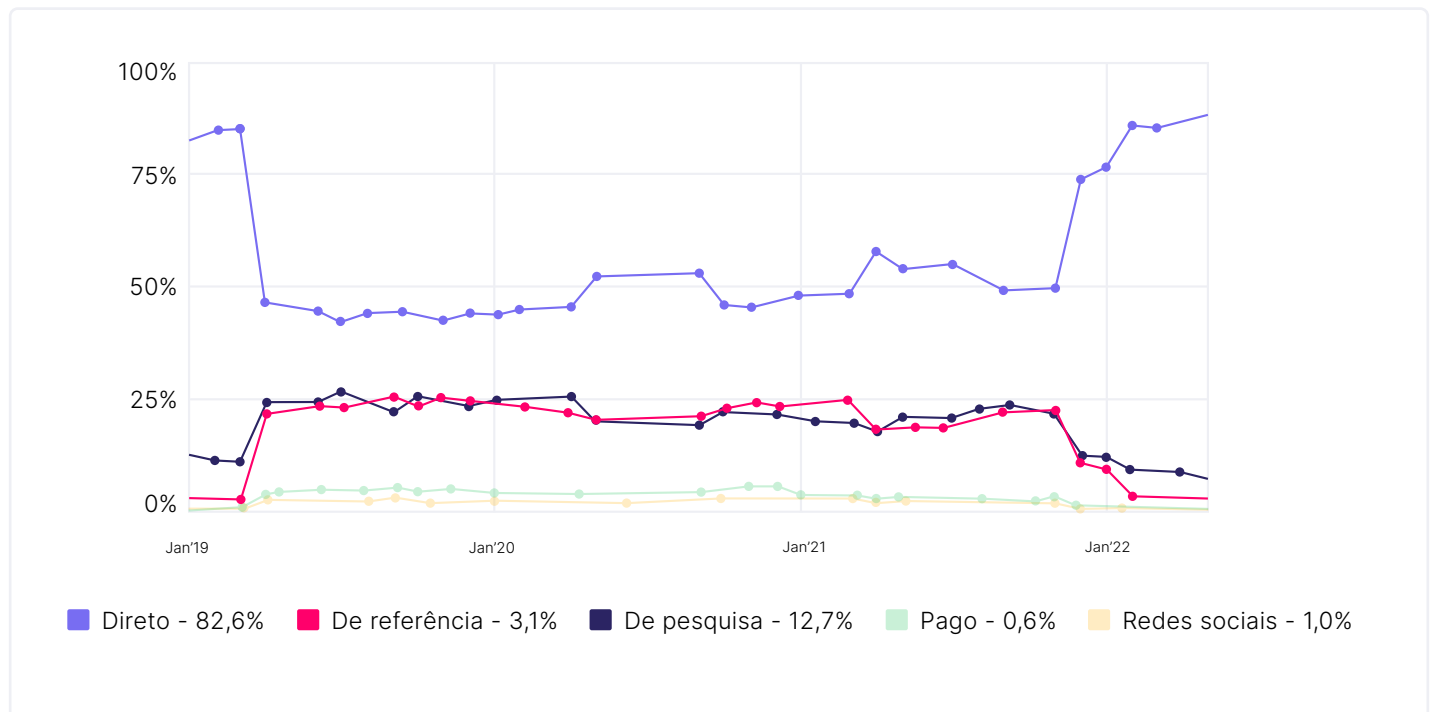
- O Mercado Total Disponível (TAM) para o mercado de e-commerce nos EUA é de 7 bilhões (acima dos 6,7 bilhões em 2021). Isso, é claro, não significa que, se você tivesse 100% de participação de mercado, veria 7 bilhões de visitantes únicos em seu site. TAM representa a quantidade de demanda dentro do mercado, ou o potencial máximo do mercado. Como cada consumidor individual pode representar mais de uma unidade de demanda – por exemplo, pais com bebês compram fraldas repetidas vezes, gerando várias unidades de demanda – esse número é normalmente maior do que o número individual de clientes do mercado.
- O Mercado Útil Disponível (SAM) nos EUA é de 2,2 bilhões. Esse número é mais focado em vendas e representa a parcela de consumidores que precisam, desejam, podem pagar e estão prontos para comprar um produto. Ele mostra quantas vendas você poderia ver se tivesse 100% de participação de mercado de e-commerce nos EUA.

O que isso significa? Certamente, ninguém pode ter 100% de participação de mercado em qualquer setor, mas esses números, especialmente se você analisar ao longo do tempo, fornecem uma visão mais realista do tamanho do mercado on-line do que os números de tráfego reais, sugerindo o potencial de mercado não realizado.

Como as principais marcas de e-commerce dos EUA geram tráfego?

As estratégias de aquisição de tráfego dos principais players de e-commerce dos EUA

2019-2022



Source: Semrush .Trends



A imagem geral da geração de tráfego aqui é semelhante ao que você esperaria de uma marca de e-commerce – a maioria absoluta do tráfego é direto.

Isso significa que, nos EUA, **o reconhecimento da marca é a ferramenta mais poderosa dos profissionais de marketing de e-commerce.**

O tráfego direto sempre representou a maior parte do tráfego no espaço de e-commerce, e essa tendência só cresceu ao longo da pandemia. No final de 2021, no entanto, o aumento das visitas diretas marcou o retorno aos níveis pré-pandemia e continuou a crescer desde então. Hoje, **as visitas diretas representam mais de 85% de todo o tráfego de e-commerce dos EUA.**

A pesquisa e a referência competem pelo segundo ponto de origem de tráfego mais importante. A partir de maio de 2022, **a referência deu lugar à pesquisa como a segunda fonte de tráfego mais importante** para sites de e-commerce dos EUA e, como discutiremos mais adiante, isso também ocorre em outras regiões. O domínio da pesquisa significa que uma estratégia forte de SEO pode fazer milagres para os resultados futuros de aquisição de tráfego.

As parcelas de tráfego pago e social sempre foram bastante estáticas, vendo pouca ou nenhuma mudança nos últimos anos. Mas a partir do final de 2021, sua participação diminuiu bastante, às vezes chegando a valores próximos de zero.

O que isso significa? As empresas de e-commerce dos EUA tradicionalmente confiam no reconhecimento da marca, mas após 2022, essa confiança deve se tornar ainda maior. Portanto, se você tiver que fazer escolhas ao investir em campanhas de marketing, dê prioridade ao reconhecimento da marca, SEO e parcerias que possam trazer tráfego de referência.

Avaliando o cenário de comércio eletrônico em LATAM em 2022

Top 10 negócios do mercado de e-commerce

LATAM, 2022

Domínio	Média mensal 2022
mercadolivre.com.br	116,5 M
mercadolibre.com.ar	76,1 M
amazon.com.br	75,1 M
americanas.com.br	61 M
aliexpress.com	57,6 M
magazineluiza.com.br	51 M
casasbahia.com.br	27,6 M
netshoes.com.br	18,2 M
ebay.com	17,8 M
mercadolibre.com	12,3 M

Source: Semrush .Trends



Os operadores de e-commerce mais populares da América Latina são locais, com o **Mercado Libre**, com sede na Argentina, e sua versão brasileira **Mercado Livre** ocupando os dois primeiros lugares.

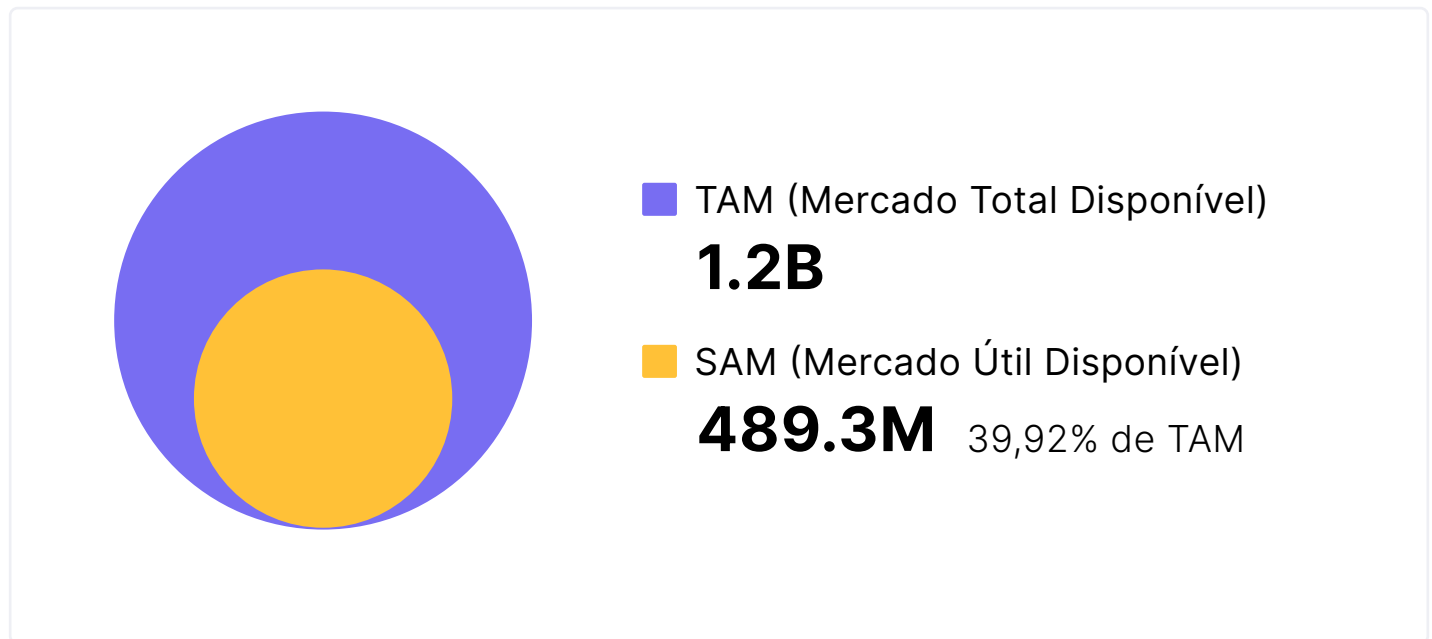
Curiosamente, embora o México tenha uma economia maior que a Argentina, não vemos nenhum operador local entre os top 10.

A Amazon - a líder absoluta dos países ocidentais - vem em terceiro lugar. Em seguida vemos um dos maiores operadores de e-commerce nativo brasileiro: Americanas.

Enquanto o restante da lista está recheada de outros varejistas brasileiros, vemos que a chinesa Aliexpress também conseguiu entrar no top 5, inclusive na América Latina.

Os mercados mais promissores de LATAM em 2022

Maio de 2022



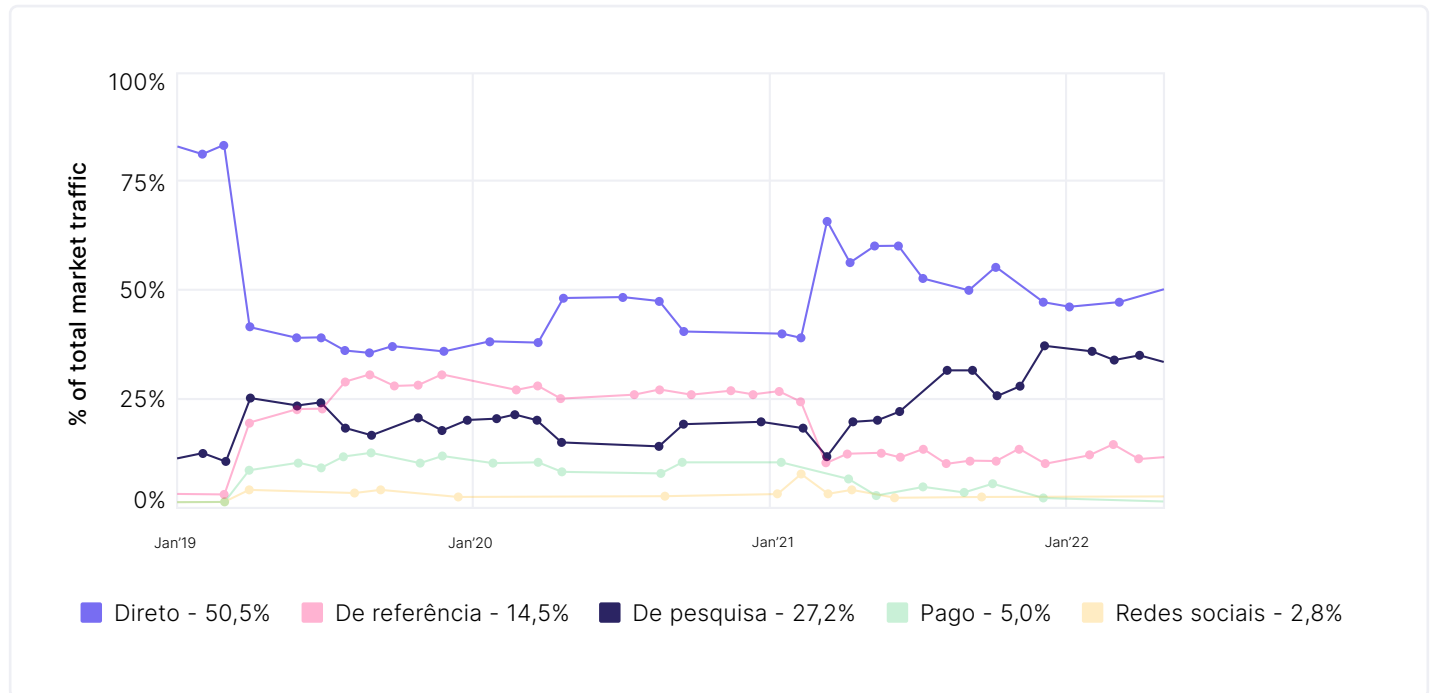
Source: Semrush .Trends



No caso da LATAM, o tamanho do mercado de e-commerce segue a lógica econômica usual – o Brasil, líder econômico regional, tem o dobro do potencial do México (a segunda potência econômica da região). A Argentina, com seu mercado de e-commerce em expansão e constante [crise de inflação](#), vem em terceiro lugar.

Estratégias de geração de tráfego dos varejistas on-line de LATAM

2019-2022



Source: Semrush .Trends



Em termos de canais de tráfego, o padrão da LATAM é uma correspondência exata aos EUA. As visitas diretas dominam o cenário de fontes de tráfego. A única diferença notável é a menor participação de tráfego de pesquisa, portanto, **uma estratégia de aquisição de usuários mais diversificada é essencial se você estiver operando uma empresa de e-commerce na região.**

Por que as pessoas
recorrem às lojas
eletrônicas:
produtos mais
procurados e CTAs



Produtos mais procurados entre os principais operadores de e-commerce







A pergunta principal para qualquer empresa de e-commerce é: “O que os clientes querem?”

De país para país, as pessoas recorrem a sites de e-commerce para comprar vários produtos. Mas será que suas preferências realmente variam tanto assim?

Vejamos os produtos mais populares entre os principais operadores de e-commerce dos EUA.

Principais produtos do setor de e-commerce

EUA, 2021

amazon.com		walmart.com	
Produto	Tráfego mensal	Produto	Tráfego mensal
 Teste rápido de antígeno COVID-19 da iHealth	1.557.757	 BinaxNOW Autoteste de antígeno de COVID-19 da Abbott	1.210.413
 Bolsas de gelo GURIN Cooler	739.722	 Console de videogame Sony PlayStation 5	1.159.824
 Console PlayStation 5	707.067	 Console de videogame Xbox Series X	918.295

Source: Semrush .Trends



Como você pode ver, os produtos de alta tecnologia são os que mais atraem os usuários para fazer compras on-line, apesar das diferenças regionais:

- Produtos da Apple e produtos relacionados a jogos (Sony PS e Xbox) envolvem a maioria dos compradores e entram em suas listas de produtos mais desejados.
- Nos EUA, um país que foi um dos primeiros a reverter as restrições relacionadas à pandemia, vemos pessoas pesquisando testes rápidos de COVID.

O que realmente faz os compradores on-line clicarem?

Cada marketplace tem seus próprios gatilhos – palavras, ou CTAs (calls-to-action), que incentivam os internautas a clicar no anúncio do produto e escolher uma plataforma em vez de outra.

Analizamos centenas de anúncios digitais dos principais operadores de e-commerce dos EUA e da América Latina e identificamos os CTAs mais populares em seus anúncios.

Principais gatilhos emocionais em destaque nos principais anúncios de operadores de e-commerce

EUA, 2022

amazon.com

- free shipping (frete grátis)
- low priced (preço baixo)
- free delivery (entrega grátis)
- fast free (rápido e grátis)
- delivery prime (entrega premiada)

ebay.com

- great prices (bons preços)
- fantastic prices (preços fantásticos)
- free shipping (entrega grátis)
- many items (muitos itens)
- ebay free (ebay grátis)

walmart.com

- low prices (preços baixos)
- walmart free (walmart grátis)
- pickup delivery (retirada)
- shop everyday (compre todo dia)
- summer deals (descontos de verão)

lowes.com

- july savings (descontos de julho)
- day savings (descontos)
- shop appliances (compre eletrodomésticos)
- save top (economize)
- top products (melhores produtos)

homedepot.com

- huge savings (grandes descontos)
- we'll install (vamos instalar)
- wide selection (seleção ampla)
- top brands (melhores marcas)
- savings appliances (poupança)

bestbuy.com

- save best
- buy deals (compre ofertas)
- unbeatable prices (preços imbatíveis)
- prices best (melhores preços)
- buy best (compre o melhor)

shein.com

- free shipping (envio grátis)
- shipping return (devolução de custos de frete)
- hot sale (promoção quente)
- first order (primeira compra)
- online free (on-line grátis)

etsy.com

- anniversary gifts (presentes de aniversário)
- fresh finds (novos achados)
- support small businesses (apoie pequenas empresas)
- unique gifts (presentes únicos)
- personalized custom (personalizada)

target.com

- order online (encomende on-line)
- gift cards (vale-presentes)
- free shipping (frete grátis)
- get free (obtenha grátis)
- fast free (rápido e grátis)

cv.s.com

- | | | |
|---|--|--------------------------|
| ● appointment today (marcação de horário para hoje) | ● delivery ease (entrega fácil) | ● - cvs help (ajuda cvs) |
| ● help save (ajuda a economizar) | ● prescriptions ease (facilidade de prescrições) | |

Source: Semrush .Trends



Principais gatilhos emocionais nos anúncios do setor de e-commerce

LATAM, 2022

mercadolivre.com.br	mercadolibre.com.ar	amazon.com.br
● compra garantida	● envío gratis	● frete grátis
● frete grátis	● envíos gratis	● aproveite frete
● lojas oficiais	● ingresá comprá	● grátis ilimitado

Source: Semrush .Trends



Obviamente, não podemos afirmar que essas mensagens são as mais eficientes, mas se os anúncios das empresas de e-commerce apresentam determinadas palavras repetidamente, significa que elas funcionam melhor.

Recomendações orientadas por dados para moldar sua futura estratégia de marketing para e-commerce

Muitos profissionais de marketing de e-commerce achavam que o crescimento induzido pela pandemia veio para ficar. As previsões pré-COVID também previam que 2020 seria maior que 2019, e 2021 seria ainda maior, e assim por diante. Mas o COVID reorganizou as tendências de crescimento e os padrões de mercado previsíveis, gerando um incrível aumento de tráfego para os operadores de e-commerce ao longo de 2020.

Em 2021, no entanto, quando o mundo off-line começou sua reabertura lenta, mas constante, a expansão do mercado desacelerou e, em alguns casos, foi revertida. 2022 veio com a inflação alta e os riscos de recessão, então o poder de compra das audiências entra em questão.

Este relatório abordou algumas das principais tendências digitais de 2022 no setor de e-commerce, especificamente para ajudar aqueles que fazem as decisões no mercado de e-commerce. Então, aqui estão alguns dos pontos mais importantes a serem levados em consideração para moldar sua estratégia de marketing diante da incerteza futura:

Foque na sua fatia de mercado

A expansão do mercado de e-commerce de 2020 prometia uma base de público crescente e, portanto, menor concorrência. Mas o boom do e-commerce desacelerou, então suas estratégias de marketing agora devem ter como alvo os concorrentes e a expansão da sua participação de mercado.

As experiências mobile são mais importantes do que nunca

O mobile fez um retorno impressionante desde sua desaceleração induzida pela pandemia. Portanto, embora você ainda deva investir na otimização entre dispositivos - para oferecer uma experiência de UX e interface do usuário sem problemas para todos os usuários - o mobile deve ser sua prioridade absoluta.

Considere expandir seu mercado-alvo

Embora o mundo de língua inglesa seja responsável pela maior parcela de tráfego para sites de e-commerce, outros locais podem ajudá-lo a expandir sua participação geral no mercado e trazer um influxo de novos compradores. Mais compradores significam mais vendas e, como resultado, mais fluxo de caixa para investir em mais campanhas de marketing.

França, Alemanha e Japão têm grandes públicos interessados em compras on-line, então você pode querer aproveitar essa oportunidade antes que seus concorrentes o façam.

O mercado de e-commerce dos EUA está ficando mais difícil

Players maiores – os chamados blue chips como Amazon, eBay e Walmart – estão ficando maiores. Mas eles cedem em outros mercados, então você pode vencê-los fora dos EUA.

No entanto, se você ainda está procurando ganhar alguma participação de mercado no maior mercado de e-commerce, parece que a única estratégia vencedora aqui é aprender tudo sobre a concorrência e criar fortes estratégias criativas que o ajudarão a ganhar vantagem.

Priorize as campanhas de reconhecimento da marca sobre todo o resto

A era pós-pandemia do e-commerce é marcada pelo aumento do tráfego direto. Ao contrário de muitas outras tendências que desapareceram em 2021, esta parece ter ficado. As campanhas de reconhecimento da marca são a chave para ajudá-lo a atrair mais visitantes e expandir sua participação no mercado. Qualquer coisa que traga tráfego de referência - campanhas de co-marketing, parcerias e linkbuilding - também deve estar dentro do seu foco, mas parece que o tráfego de referência está vendo uma desaceleração, e a pesquisa está assumindo o lugar de segunda fonte de tráfego mais importante.

Verifique regularmente o seu cenário

Embora tenhamos tentado destacar as tendências de e-commerce que vieram para ficar no longo prazo, o setor muda muito rapidamente. Assim, você sempre estará navegando em águas desconhecidas e experimentando coisas novas, novas plataformas e novas táticas. Para fazer isso com sucesso, você precisa de todas as informações que puder obter – tanto do mercado quanto da concorrência. A Semrush .Trends faz exatamente isso.

Semrush .Trends

A Semrush .Trends oferece uma visão geral de qualquer mercado. Com insights digitais competitivos, as empresas identificam novas realidades de mercado e tendências emergentes e descobrem novas oportunidades de crescimento. Com dados detalhados sobre qualquer site, setor ou mercado em 190 países e regiões, você pode identificar a concorrência, explorar as estratégias de crescimento dela e encontrar dados muito úteis sobre o público. Tudo isso ajuda sua estratégia digital a ficar mais inteligente. [Teste Semrush .Trends agora](#)

Open .Trends

A Open .Trends é uma plataforma aberta com uma visão geral de mercado de alto nível para qualquer setor ou região. Você pode usá-la para encontrar os sites mais populares de qualquer mercado, desvendar as tendências de tráfego no mercado e descrever todo o cenário competitivo. [Confira Open .Trends](#)

Semrush App Center

Mobile Action

O App Center da Semrush é uma plataforma exclusiva com aplicativos escolhidos a dedo que resolvem todos os tipos de necessidades de marketing. Seja insights sobre aplicativos móveis e monitoramento de ranking do YouTube ou geração instantânea de banners e inteligência de publicidade competitiva, há uma opção para você. [Explore o Semrush App Center](#)



Obrigado!

Se você tiver alguma opinião ou comentário sobre este relatório ou quiser saber mais sobre os recursos da Semrush .Trends, sinta-se à vontade para entrar em contato.

mr-marketing@semrush.com