

E-commerce de moda

E-commerce de moda Ultimamente muito se tem falado sobre e-commerce de moda, mas afinal de contas, o que tem esse segmento do comércio eletrônico de moda especial assim. Em termos de tecnologia, praticamente nada, que com exceção de alguns recursos de apresentação dos produtos, lojas virtuais de moda nada diferem de outros sistemas de e-commerce. O grande diferencial do e-commerce de moda está na abordagem que deve ser feita para criar um laço de relacionamento, principalmente com o público feminino. Tido antigamente como um segmento difícil, o e-commerce de moda está ganhando proporções gigantescas no Brasil, a ponto de chamar a atenção de gigantes do segmento como a japonesa Rakuten, uma das dez maiores redes de varejo do mundo. Grandes redes varejistas de moda também já aderiram ao comércio eletrônico de moda como Magazine Luiza e Dafiti, que já tem o e-commerce como fonte de receita significativa dentro de suas operações. Como novos negócios ou expansão dos negócios físicos, as lojas virtuais de moda já são uma tendência no e-commerce brasileiro. E-commerce de moda foca o público feminino no Brasil Quando se fala em e-commerce de moda no Brasil o que nos vem à cabeça imediatamente são as lojas virtuais de moda voltadas para o público feminino. O comércio eletrônico de roupas e acessórios femininos, o segmento de moda que mais cresce no país. A brasileira, antes reticente em relação à compra de moda online, hoje em dia se sente muito a vontade de navegar pela Internet e fazer suas compras em lojas virtuais. Esse comportamento já chamou a atenção dos novos empreendedores digitais que passam a ver no e-commerce de moda uma boa oportunidade para iniciarem seus negócios online. Em nosso [curso sobre criação de lojas virtuais](#) cada vez maior o número de participantes que pretendem abrir um e-commerce de moda. Isso nos dá uma boa noção sobre o potencial desse mercado. Também na área de consultoria, cada vez maior o número de pequenos e médios empresários que nos procuram para montar lojas virtuais voltadas para o comércio de moda e acessórios. O diferencial no e-commerce de moda Embora o e-commerce de moda, em termos tecnológicos não se diferencie em nada de uma operação convencional de comércio eletrônico, fato que esse segmento apresenta algumas singularidades. Como já tive a chance de explicar em meu artigo anterior sobre o que faz as mulheres comprarem na Internet, é necessário dar uma abordagem feminina no projeto de e-commerce. Um exemplo dessa diferença é a presença de detalhes do produto. Nas lojas virtuais voltadas para o público feminino, essa parte da loja virtual costuma apresentar recursos de visualização de detalhes do produto, como zoom e rotação 360 graus bastante sofisticados. Um belo caso de tecnologia aplicada a provedores virtuais no Brasil é o das Lojas Riachuelo que proporciona uma experiência bem realista de prova do look através da webcam do usuário em seu Provedor Virtual. Um caso de realidade aumentada aplicado ao mundo da moda no e-commerce. Outra área diferenciada no e-commerce de moda é o marketing digital, que envolve muito mais relacionamento que outras áreas de vendas online, mas isso fica para outro artigo.

Sobre o Autor

O Curso de E-commerce é uma consultoria especializada em treinamentos nas áreas do comércio eletrônico, marketing digital e mídias sociais.

Source: <http://www.artigopt.com>