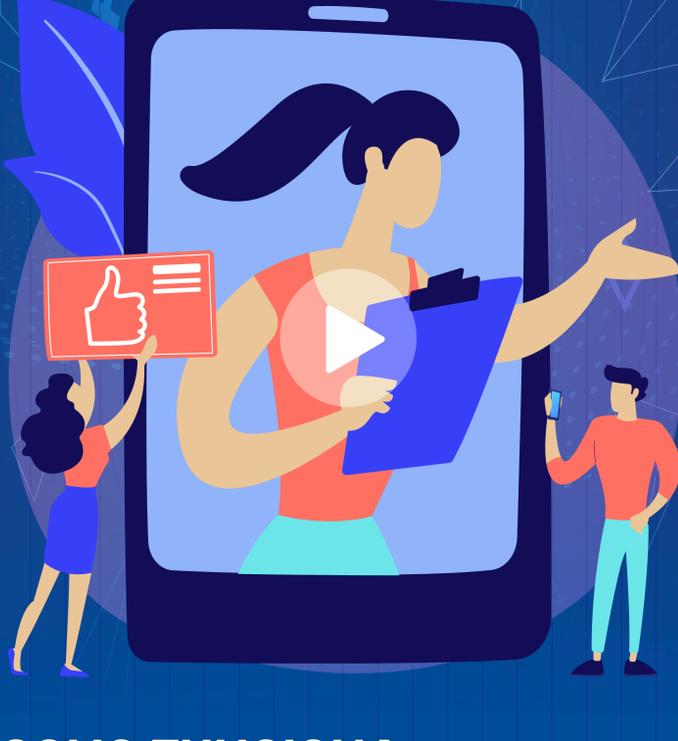


LIVESTREAMING

O FENÔMENO DO E-COMMERCE NA CHINA

Como ele dominou o e-commerce chinês e pode fazer o mesmo no Brasil



COMO FUNCIONA O LIVESTREAMING?



Streamers apresentam, testam e divulgam produtos em lives



O público comenta e esclarece dúvidas sobre os produtos durante a live



Promoções válidas apenas durante a transmissão



Enquanto acompanham o livestreaming, consumidores podem comprar os produtos apresentados diretamente na live (integração das plataformas)



Após a live, empresas e streamers analisam as métricas e avaliam formas de aprimorar a abordagem e aperfeiçoar as técnicas de venda

LIVE COMMERCE = LIVESTREAMING + E-COMMERCE

LIVE COMMERCE EM NÚMEROS

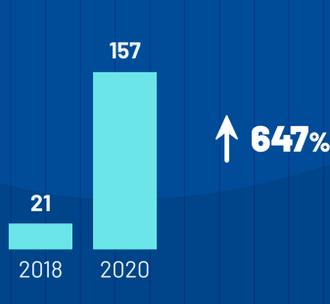
Até 2019, vendas neste formato eram ainda limitadas a nichos específicos

EM 2020, COM A PANDEMIA, AS VENDAS DISPARARAM

NÚMERO DE USUÁRIOS (MILHÕES)



TAMANHO DE MERCADO (US\$ BILHÕES)



40% DA POPULAÇÃO CHINESA = 62% DOS USUÁRIOS DE INTERNET

Assistem a live streams

Fonte: SEO Agency China, Statista

PRINCIPAIS PLATAFORMAS

Juntos, Taobao Live, Douyin e Kuaishou têm mais de 1.5 BILHÃO de usuários mensais ativos



756 MILHÕES DE USUÁRIOS

Primeira plataforma a integrar livestreaming e e-commerce em 2016



470 MILHÕES DE USUÁRIOS

Kwai (Kuaishou)



469 MILHÕES DE USUÁRIOS

Douyin | TikTok

Fonte: Pandaily, Statista

STREAMERS MAIS POPULARES DA CHINA

Viya e Austin Li são os principais KOLs (Key Opinion Leaders) - formadores de opinião - do país



Viya

Promove desde cosméticos da P&G até carros da Tesla e foguetes. Tem **824 milhões** de views/mês. Já vendeu **814 casas** em **20 minutos** + 1 serviço de lançamento de foguete de **US\$ 6 milhões**



Austin Li | Li Jiaqi

Testa batons. Já vendeu **15 mil unidades** em **5 minutos**. Tem **6.5 milhões** de seguidores no Taobao Live e **30 milhões** no TikTok, e **839 milhões** de views/mês.

VANTAGENS DO FORMATO



Divulgação da marca

A live da marca Estée Lauder vendeu US\$ 300 milhões em produtos com desconto de 2 por 1 no 11.11 de 2020



Investimento com baixos custos operacionais e alto retorno



Alta exposição e alcance

Na mesma data, a Perfect Diary (chinesa) fez parceria com o Discovery Channel em sua linha de maquiagem



Engajamento direto

Top KOLs conseguem reunir uma audiência de até 10 milhões de pessoas

PROJEÇÕES PARA 2021



O livestreaming vai gerar **+500 milhões** de vendas



O total de vendas por live commerce na China pode chegar a **US\$ 300 bilhões**

LIVE COMMERCE NO BRASIL

Apesar de tímidos, algumas empresas já fizeram experimentos com o live commerce

AMERICANAS

Em junho de 2020, estreiou o "Americanas ao Vivo", uma série de lives com reviews de produtos vendidos na plataforma. **AUMENTO 10X VENDAS.**

RENNER

Em julho de 2020, iniciou o projeto Renner Live Shop, proposta semelhante à da Lojas Americanas.



Iniciou lives mensais desde agosto de 2020 para alavancar as vendas. **O e-commerce representava 3% das vendas em 2019. CRESCEU 600% EM 2020.**



Startup de streaming de produtos que está ajudando a trazer o live commerce para o Brasil.