



**Criativa**  
lojas virtuais

# Análise Comercial de Mercado

**LOJA PRONTA - COSMÉTICOS**

Criando e ativando Lojas Virtuais que vendem!

# Análise Comercial de Mercado

A análise comercial de mercado tem intuito de visualizar com maior alcance o comportamento do nicho e apontar quais as principais categorias e linhas a serem trabalhadas na loja virtual. As informações aqui contidas foram extraídas através de pesquisa e consultoria com especialistas do nicho.

## FONTE DE PESQUISA:

**BELEZA NA WEB**

[www.belezanaweb.com.br](http://www.belezanaweb.com.br)

**MERCADO DA BELEZA**

[www.mercadodabeleza.com.br](http://www.mercadodabeleza.com.br)

**ÉPOCA COSMÉTICOS**

[www.epocacosmeticos.com.br](http://www.epocacosmeticos.com.br)

**SEPHORA**

[www.sephora.com.br](http://www.sephora.com.br)

**DOCE BELEZA**

[www.docebeleza.com.br](http://www.docebeleza.com.br)

**BELEZA DE MULHER**

[www.belezademulher.com.br](http://www.belezademulher.com.br)

**LOJA DA BELA**

[www.lojadabela.com.br](http://www.lojadabela.com.br)

**PERFUMARIA EM CASA**

[www.perfumariaemcasa.com.br](http://www.perfumariaemcasa.com.br)

**BELEZA COSMÉTICOS**

[www.bezacosmeticos.com.br](http://www.bezacosmeticos.com.br)

**ILHA DA BELEZA**

[www.ilhadabeleza.com.br](http://www.ilhadabeleza.com.br)

**EU QUERO COSMÉTICOS**

[www.euquerosmeticos.com.br](http://www.euquerosmeticos.com.br)

**FERNANDA COSMÉTICOS**

[www.fernandacosmeticos.com.br](http://www.fernandacosmeticos.com.br)

**SUPER BONITA**

[www.superbonita.com.br](http://www.superbonita.com.br)

**NIKKEY COSMÉTICOS**

[www.nikkeycosmeticos.com.br](http://www.nikkeycosmeticos.com.br)

**SHOPPING**

[www.shoppingdoscsmeticos.com.br](http://www.shoppingdoscsmeticos.com.br)

**CLIQUE NOS LINKS PARA ENTRAR NAS LOJAS.**

## Informações Gerais:

### CONCENTRAÇÃO DO MERCADO VIRTUAL:

**SÃO PAULO**

### IDADE:

**20 À 35 ANOS**

### CLASSE:

**MÉDIA / MÉDIA ALTA**

### PERSONA:



### RANKING:

**BRASIL - 4º MAIOR  
MERCADO DO MUNDO**

## Informações Comerciais:

**QUANTIDADE MÉDIA DE  
PARCELAMENTO SEM JUROS:**

**10 VEZES**

**MÉDIA DE PARCELA MÍNIMA:**

**R\$ 20,00**

**DESCONTO NA FORMA DE  
PAGAMENTO BOLETO:**

**ENTRE 5 E 10%**

**UTILIZAM CUPOM DE  
DESCONTO?**

**SIM. ENTRE 5 E 10%**

**BRINDE PEDIDO:**

**COMUM NO MERCADO DE BELEZA  
ENVIAR AMOSTRAS GRÁTIS NO  
FORMATO DE BRINDE**

**FRETE GRÁTIS:**

**TODOS POSSUEM FRETE GRÁTIS COM  
VARIAÇÃO DE POLÍTICA E REGIÃO**

# Informações Marketing:

**PRESENÇA REDE SOCIAL:**

**ALTA**

**ESCALA DE REDES:**

**INSTAGRAM, FACEBOOK,  
WHATSAPP, YOUTUBE**

**SEGUIDORES:**

**NÚMEROS EXPRESSIVOS**

**PRINCIPAL VEÍCULO MARKETING SOCIAL:**

**INFLUENCERS**

# Informações Sobre Produtos:

## PRINCIPAIS CATEGORIAS:

### NÍVEL DE FORÇA MEDIDO DA ESQUERDA PARA A DIREITA



**1 - CABELOS:** KIT TRATAMENTO | SHAMPOO | CONDICIONADOR | COLORAÇÃO | LEAVE-IN

**2 - PERFUMES:** FEMININO | MASCULINO

**3 - MAQUIAGEM ROSTO:** BASE | CORRETIVO | PÓ COMPACTO | BLUSH

**4 - MAQUIAGEM OLHOS:** SOMBRA PARA OS OLHOS | LÁPIS E DELINEADOR | MÁSCARA CÍLIOS

**5 - CUIDADOS PELE:** ROSTO

# Principais Marcas Presentes Em Lojas Virtuais:

**TRÜSS**  
hair therapy

  
**Schwarzkopf**  
PROFESSIONAL

PROFESSIONAL  
**SEBASTIAN**

**L'ORÉAL**

**REVLON**  
PROFESSIONAL®

**KEUNE**  
THE ART OF HAIR DESIGN

**INOAR**  
PROFESSIONAL

  
**Vult**  
COSMÉTICA

**JOICO**  
THE ART OF HEALTHY HAIR

# Sugestão de Estratégia Comercial:

Primeiro ponto a se avaliar é a organização da estrutura comercial do nicho de mercado. Com base na pesquisa em 15 lojas virtuais em atividade, constatamos as seguintes diretrizes como ideal:

## PARCELAMENTO CARTÃO DE CRÉDITO:

**6 VEZES SEM JUROS**

## MÉDIA DE PARCELA MÍNIMA:

**R\$ 20,00**

## DESCONTO PAGAMENTO BOLETO:

**10%**

## DESCONTO UTILIZAÇÃO DE CUPOM:

**10%**

## BRINDE PEDIDO:

**COMUM NO MERCADO DE BELEZA  
ENVIAR AMOSTRAS GRÁTIS NO  
FORMATO DE BRINDE**

## FRETE GRÁTIS:

**OFERTAR FRETE GRÁTIS COM EXTENSÃO  
POR MÍNIMO DE COMPRA,  
EM TODA REGIÃO NACIONAL**

## Redes Sociais:



Estratégia ideal de posicionamento rápido será utilizar influencers com audiência trabalhando na divulgação e forma de recebimento.

Importante também preparar material físico de brinde com tema de empoderamento feminino.

As redes sociais serão uma grande aliada da loja virtual. Será necessário um plano de ação imediato com caixa de investimento para trazer demanda de seguidores. Buscar uma comunicadora, influencer, para ser a frente da operação nas redes sociais.

## Sugestão de Ferramentas:



Utilizado para atribuir a loja virtual o formato de pontos. Muito utilizado no mercado por se tratar de produtos de beleza, o qual a recompra é alta.



Utilizado para atribuir a loja virtual vitrines inteligentes para uma ofertar e navegação mais dinâmica ao consumidor.



Utilizado para funcionalidades: Recuperador de Carrinho, Boletão e E-mail marketing.



Utilizado para automatização de avaliações das compras dos clientes para aumentar pontuação com o google.



# Criativa

lojas virtuais



41 99678-7086 | 41 99678-7148



[comercial@criativojasvirtuais.com.br](mailto:comercial@criativojasvirtuais.com.br)



[www.criativojasvirtuais.com.br](http://www.criativojasvirtuais.com.br)