



Antonio Solano / Getty Images

Quero começar dizendo que não sou anti-IA.

Longe disso, na verdade. ☐

Acho que a IA é incrível e nada se interporá entre mim e minha assinatura do ChatGPT.

Então, se você é um superfã de IA...

RELAXE ☐☐☐ e fique fora das minhas DMs.

Não estou brigando com você, pelo menos não hoje. (Posso mudar de ideia amanhã! ☐)

Além disso: como se inscrever no 'próximo TikTok' - e por que você deve fazer isso imediatamente

Agora que resolvi meu aviso de isenção de responsabilidade, PRECISO falar sobre o futuro das compras online.

Se você já pensou em começar um negócio online ou já está vendendo coisas online e procurando vantagens, eu estou com você.

Neste artigo, exploraremos:☐



- Como acredito que será o futuro das compras online
- Como chegamos a este ponto no cenário do varejo digital
- Dicas e truques que você pode usar para ficar à frente

Portanto, relaxe e abaixe o forçado enquanto mergulhamos no que acredito que poderá ser uma virada de jogo para as compras online em 2025.

Ah, e se você ficar até o fim, também contarei como poderíamos fazer uma mula. ☐

O que você vai ler:



- [Introdução rápida](#)
- [A maior oportunidade para compras online em 2025](#)
- [A psicologia de por que funciona](#)
- [Quem são os jogadores?](#)
- [3 dicas para começar com o comércio ao vivo](#)
 - [1. Promova sua transmissão ao vivo com antecedência.](#) ☐
 - [2. Aproveite as perguntas e respostas ao vivo](#) ☐
 - [3. Tenha uma frase de chamariz clara](#) ☐
- [Meus dois centavos](#)

Introdução rápida

Se você é novo no meu trabalho, meu nome é Lester, mas meus [amigos](#) me chamam de Les. ☐

Sou um fundador com uma saída bem-sucedida e atualmente presidente executivo de um grupo de marcas de comércio eletrônico. Em minha essência, sou um profissional de marketing de desempenho premiado, e identificar tendências é minha praia.

Mais importante ainda, estou no setor de comércio eletrônico há mais de 10 anos, com algumas vitórias enormes e perdas ainda mais impressionantes (risos).

Já vi muitas tendências irem e virem, mantendo o controle sobre o setor e o que está funcionando. ☐☐

Mas posso afirmar com 99% de certeza que essa tendência é diferente.



A maior oportunidade para compras online em 2025

Tenho certeza que você está se perguntando: que grande oportunidade é essa? □

Chama-se comércio ao vivo e, se você não conhece, é uma mistura de transmissão ao vivo e comércio eletrônico.

Os criadores apresentam seus produtos ao vivo, explicando os recursos e benefícios ao seu público. Se o público gostar do que vê, ele pode adicioná-lo instantaneamente ao carrinho e comprá-lo.

Aqui está a parte maluca: o comércio ao vivo gerou US\$ 20 bilhões em 2022 e está projetado para atingir US\$ 55 bilhões até 2026. □

Além disso: há um novo rei das compras online e ele construiu um monopólio imparável

De acordo com um estudo recente, o comércio ao vivo melhora a experiência de compra online em até 60%, tornando-a mais envolvente e agradável para os consumidores. O que é ainda mais impressionante é que cerca de 46% dos consumidores dos EUA fizeram uma compra através de um evento de compras ao vivo.

História engraçada.

Lá estava eu, explicando o comércio ao vivo para Aly (minha editora), e ela olhou para mim e disse: “Então, é como QVC?”

Eu ri e disse: “Sim, basicamente, mas online”.

Então duas coisas me atingiram.

Um, nossa, estou ficando velho. □

Segundo, mesmo com todos os avanços tecnológicos, como carros autônomos e IA, em nossa essência, os humanos ainda querem se sentir conectados a alguma coisa. Isso é algo que a IA nunca substituirá.

Além disso: IA não é a próxima grande novidade - aqui está o que é

Replicar, claro. Substitua, não. □

O futuro pertence aos fundadores e empreendedores que criam conexões significativas com seu público.

Agora, não estou dizendo que os avatares de IA irão falhar.



Estou dizendo que os fundadores e empreendedores que ousarem se expor provavelmente terão mais sucesso.

E aqui está a ironia.□

Quanto mais IA tivermos, mais pessoas buscarão conexões humanas significativas.

A psicologia de por que funciona

Compreender por que o comércio ao vivo funciona é essencial para preparar seu negócio para o futuro.

O comércio ao vivo está na raiz do que nos torna humanos. Não se trata apenas do produto.

Vamos começar com o medo de perder, uma tática de marketing convincente. Quando você vê outras pessoas entusiasmadas e fazendo compras, é difícil não pensar: “Eu também preciso de um”. □

É como quando você vê um daqueles desafios do TikTok e pensa: “Tenho que tentar isso”.

“Não pode ser tão bom.”

ou

“Não pode ser tão difícil.”

É a mesma coisa com o comércio ao vivo.

Mas quando está acontecendo em tempo real, é aquela sensação de uso de esteróides, porque quando a transmissão ao vivo termina, a promoção também termina.

O público se depara com a compra de uma forma ou de outra naquele momento. □

Quem são os jogadores?

Como você pode esperar, o TikTok está liderando o comércio ao vivo.

Deixando de lado as preocupações com privacidade, o TikTok realmente entende.

Os criadores tiveram muito sucesso e ganharam milhões usando este formato. □

Além disso: Por que a proibição do TikTok pode colapsar a economia criadora

Não se trata apenas de ganhar dinheiro com produtos. O recurso de presentes do TikTok permite que os usuários enviem itens virtuais aos criadores para demonstrar



agradecimento, adicionando outra camada de envolvimento.

Dito isso, a plataforma que estou assistindo (e totalmente apaixonada) se chama Whatnot.

Enquanto escrevo isto, Whatnot é a plataforma de crescimento mais rápido para compras ao vivo. É especializada em itens colecionáveis, [moda](#) e outros produtos de nicho.

O que mais adoro na plataforma é como ela conecta colecionadores apaixonados aos produtos que eles mais amam. ☐

Realmente parece uma comunidade.

Embora a plataforma seja “nova”, os criadores já estão obtendo sucesso.

Além disso: As melhores webcams para streaming de 2025: testadas e revisadas por especialistas

Por exemplo, Caitieco compartilhou recentemente que vende mais de US\$ 170.000 por mês no Whatnot. Isto prova que vendedores dedicados podem alcançar um sucesso financeiro significativo através da plataforma.

O que adoro no Whatnot é que ele mostra que esse estilo de comércio tem pernas e não é exclusivo do TikTok. ☐

Dito isto, novas plataformas estão surgindo e as já estabelecidas estão adotando esse estilo de comércio com níveis variados de sucesso.

3 dicas para começar com o comércio ao vivo

Tenho certeza que você está se perguntando: por onde eu começo?

Você deve ser bom em falar em público e noções básicas de comunicação para fazer isso funcionar. Embora você não precise ser perfeito e coisas como a gagueira possam até ser cativantes, você precisa ter uma compreensão firme do que está fazendo antes de ir ao [ar](#).

Além disso: um dos melhores microfones de podcasting que testei não é fabricado pela Yeti ou Rode

Neste caso, “viver” não significa estar despreparado. Sinta-me? ☐

Dito isso, aqui está seu curso intensivo sobre como começar a fazer comércio ao vivo e prosperar.



1. Promova sua transmissão ao vivo com antecedência. □

O que é: Promova sua transmissão ao vivo com antecedência para criar entusiasmo e garantir uma grande participação. Sua transmissão ao vivo precisa parecer um evento, então faça algo único e ofereça uma oferta ou promoção exclusiva que só pode ser resgatada durante a transmissão ao vivo. Você precisa dar ao seu público um motivo para aparecer.

Como fazer: Use e-mail, mídia social e SMS para tratá-lo como um pré-lançamento. Conte a todos que você conhece e incentive-os a compartilhar isso com outras pessoas. Crie buzz compartilhando prévias ou teasers do que você mostrará durante o show.

Dica profissional: Configure um sistema de lembrete com SMS ou e-mail. Envie mensagens de contagem regressiva como “Estaremos no ar em 24 horas!” ou “Não perca nossa live em 1 hora!” Combine esses lembretes com uma dica sobre a oferta especial para criar urgência e garantir que seu público esteja pronto para interagir.

2. Aproveite as perguntas e respostas ao vivo □

O que é isso: uma conversa em tempo real com seu público onde você responde perguntas para construir confiança e relacionamento. Em muitos aspectos, é como estar em uma loja e perguntar a um vendedor sobre um produto ou serviço.

Como fazer: Incentive seu público a fazer perguntas durante a transmissão ao vivo e respondê-las de forma genuína e detalhada. Esta é a sua chance de lidar com objeções e esclarecer qualquer coisa que possa não estar clara na mente de seus clientes potenciais.

Dica profissional: Prepare respostas para perguntas comuns com antecedência para manter a sessão tranquila e envolvente. Se você não souber a resposta, não há problema em dizer: “Não sei, mas entrarei em contato com você”.

3. Tenha uma frase de chamariz clara □

O que é: Uma frase de chamariz (CTA) clara diz ao seu público exatamente o que você deseja que ele faça, seja comprar um produto, inscrever-se ou permanecer conectado. Você deve ter um CTA e também não seja tímido. Seja claro e confiante em seu produto ou serviço.

Como fazer: Seja direto e específico durante sua transmissão ao vivo. Diga coisas como “Clique no link para adicionar isto ao seu carrinho agora” ou “Toque no botão para reivindicar esta oferta exclusiva”. Torne a ação fácil e óbvia para eles.

Dica profissional: Use urgência e exclusividade em seu CTA. Por exemplo, “Esta oferta está disponível apenas pelos próximos 10 minutos” ou “Temos estoque limitado, então pegue o seu antes que acabe”. Mais importante ainda, torne-o especial; dê aos seus



apoiadores leais um motivo para comparecer ao seu evento ao vivo e explique por que eles precisam da sua oferta.

Meus dois centavos

Como a maioria das coisas na vida, você receberá o que investiu.

O comércio ao vivo é uma oportunidade fantástica para expandir qualquer negócio. No entanto, isso não significa que seja uma fórmula mágica.

Coisas como ter um bom produto que as pessoas desejam, compreender o seu público e saber como se conectar com eles terão um papel importante.

O comércio ao vivo deve ser visto como mais uma ferramenta em seu cinto de ferramentas, não como o cinto em si. □

É interessante ver como as grandes marcas estão perdendo contato com seu público. Eles estão perseguindo tendências de IA enquanto se afastam ainda mais das conexões genuínas. Enquanto isso, os consumidores dizem: “A IA é ótima, mas não queremos que ela substitua as interações autênticas com uma marca”.

Além disso: o seu serviço de streaming de TV ao vivo ainda vale a pena? Eu reavaliei as opções para nós dois

Envolver-se consistentemente com seu público é fundamental.

Quem sabe? O “comércio ao vivo” pode ser renomeado para algum outro nome sofisticado em alguns anos. Mas, no fundo, a “coisa” subjacente que está acontecendo é simples: humanos se conectando com humanos.

Agora é o momento perfeito para aproveitar essa mudança e ganhar vantagem. As grandes marcas estão errando o alvo e perdendo a conexão com o público.

Você ser você é uma vantagem.

A IA não pode imitar isso.

Dito isso, os humanos estão vencendo, por enquanto □

□ Espero que este artigo ajude; Estou torcendo por você.

PS Quer mais insights de marketing baseados em dados? Inscreva-se para receber meu boletim informativo gratuito, No Fluff Just Facts. Compartilho o que está funcionando no mundo do marketing digital, as últimas tendências e algumas conversas estimulantes ocasionais para mantê-lo inspirado. Se isso soa como sua jam e você quer ser melhor amigo



para sempre, clique aqui para se inscrever. É totalmente gratuito.