

E-commerce



INTERNACIONALIZAÇÃO VIA E-COMMERCE

Uma das chaves para o sucesso das empresas são as oportunidades que a Internet oferece para aproveitar a demanda dos consumidores em outros países, refletindo uma redução de custos e as incertezas que enfrentam as empresas que realizam vendas entre países.

Para se ter uma ideia, entre 2010 e 2017, as vendas entre países na União Europeia cresceram 81% no eBay, e as chances de sobreviver como um exportador eram mais do que duas vezes maiores no eBay do que para as empresas tradicionais. 37% das novas empresas com presença no eBay continuaram a exportar depois de três anos, ao passo que apenas uma média de 16% das empresas tradicionais de seis países da União Europeia continuam a sua atividade de exportação nesse mesmo período.

O sucesso de exportação também contribui para reforçar as Micro e Pequenas Empresas que vendem on-line, tornando-os mais resistentes às oscilações econômicas locais.

Atualmente, mais de 93% das micro e pequenas empresas europeias que vendem em marketplaces como E-bay, Alibaba e Amazon, já estão exportando seus produtos.

Se antes a barreira de entrada nos países era principalmente a dificuldade de achar compradores, atualmente é possível encontrar seu público-alvo com alguns cliques de distância.

SEGREDOS DE UM E-COMMERCE DE SUCESSO

• PLANEJAMENTO

Antes de todo negócio bem sucedido, há um bom planejamento. Imagine seu e-commerce como sendo um avião. Os mercados seriam os aeroportos onde queremos chegar. Como iremos chegar é o plano de vôo, a visão macro da viagem, o planejamento. Táticas são os botões que iremos apertar, o taxiamento na pista de decolagem, o ajuste dos flaps, a quantidade de combustível necessária, etc.

• PLATAFORMA

Há plataformas de e-commerce de todos os tamanhos e preços. Quem define a necessidade é o tipo de produto. Vender sapatos demanda funcionalidades diferentes de vender milho, por exemplo. Nem sempre a plataforma mais cara é a melhor para seu negócio.

• DESIGN E USABILIDADE

Lojas organizadas, com bom design e fotos bem captadas, nos mantém por mais tempo navegando pelas páginas. O tíquete médio das compras é maior. É possível ter uma loja bonita, organizada e com boa usabilidade sem precisar gastar muito.

• CONTEÚDO

Fotos e descrições de produtos não podem ser commodities. Se todos os e-commerces usarem as mesmas fotos e descrições e cobrarem o mesmo preço, não haverá concorrência. Ajude o comprador a decidir pelo seu produto, ao mostrar imagens exclusivas, diferenciadas e descrições mais detalhadas, inclua formas de uso dos produtos e opiniões de outros compradores.

• OPERAÇÃO

Depois que o cliente clica no botão “finalizar compra”, começa o verdadeiro trabalho no e-commerce. Conferência, seleção, embalagem, etiquetagem, envio, tracking, etc. As operações de um e-commerce internacional devem estar sincronizadas, ter timing, tecnologia e envolvimento de todos.

• CANAIS DE ATENDIMENTO

A comunicação deve fluir para todos os lados. E-mail, telefone, formulário, chat, Twitter, blog, WhatsApp ou Facebook. Deixe todos os canais de comunicação abertos, quem deve escolher por onde vai falar com você é o cliente. Responda rápido e aja mais rápido ainda.

SEGREDOS DE UM E-COMMERCE DE SUCESSO

• TECNOLOGIA

A cada dia, fica mais barato o acesso das empresas às novas tecnologias. Automatizar processos reduz erros e custos. A tecnologia deve estar diluída em todos os processos de um e-commerce. A tecnologia deve contribuir também com o processamento das informações e geração de relatórios analíticos e de fácil compreensão.

• PARCEIROS E AFILIADOS

Os compradores não navegam apenas em sites de e-commerce. Eles visitam sites de notícias, lêem e-mails, jogam games, ouvem músicas, internet banking e se relacionam com amigos. O seu e-commerce deve ser facilmente encontrado por quem procura seus produtos. Empresas bem sucedidas no comércio eletrônico se relacionam bem com parceiros. Invista em programas de afiliados, recompensando bem as fontes que geram negócios.

• EQUIPE

São as pessoas que fazem o e-commerce. Jack Welch, CEO da GE por 30 anos, diz em seu livro, que gastava 50% de seu tempo no recrutamento de talentos. Para um e-commerce de sucesso, seus funcionários devem ter presença digital. Pessoas que acreditam na Internet, que a usam para fazer compras, se relacionarem e que tenham capacidade de serem geradores de conteúdos. Contrate gente que tenha facilidade no uso de tecnologias e que saiba usá-las de forma criativa e inovadora.



VENDER COM SEGURANÇA

Confiança é fundamental nas compras pela Internet. Tanto do lado de quem compra, quanto do lado de quem vende.

• SELOS E CERTIFICAÇÕES

Existe um selo de confiança global, emitido pela Global Ecommerce Association e é reconhecido por consumidores de dezenas de países.

Ao ver o selo **Safe.Shop** em uma loja virtual, os consumidores ficam mais seguros de comprar em sites de outros países.



A ABComm é a entidade emissora do selo para as lojas virtuais brasileiras: www.abcomm.org

• OPINIÕES DE COMPRADORES

Publicar opiniões de clientes ajuda muito na decisão de compra.

Procure ser o mais isento possível, pois se você publicar somente elogios, as pessoas podem ficar desconfiadas.



Referências Bibliográficas

www.brasilglobalnet.gov.br

www.investexportbrasil.gov.br/sites/default/files/publicacoes/manuais/PUBExportPassoPasso2012.pdf

www.comoabrirumaloja.com.br

www.gerentecommerce.com.br

www.comschool.com.br/livro-marketing-digital-de-alta-performance/p/