

## Comércio Eletrônico

Sergio Soares

### Antes...

- Sistemas proprietários para comunicação com clientes e parceiros comerciais
- Sistemas e comunicação era cara e pouco efetiva
- Não havia padronização

2

### ...e agora

- Advento da internet
  - Comunicação padronizada e espalhada
  - Baixo preço da tecnologia
- Parceiros comerciais podem se comunicar, sem intermediários
- Empresas disponíveis **24/7**
- Alguns produtos são distribuídos fisicamente pela rede

3

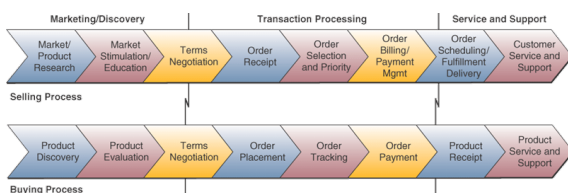
### Redução do custo de transação pela web (bancos) - em dólares

Transação	Tradicional	Internet
Verificar saldo	1,08	0,13
Responder pergunta do cliente	10 a 20	0,10 a 0,20
Enviar folder de propaganda	0,75 a 10	0 a 0,25
Pagar uma conta	2,22 a 3,32	0,65 a 1,10

4

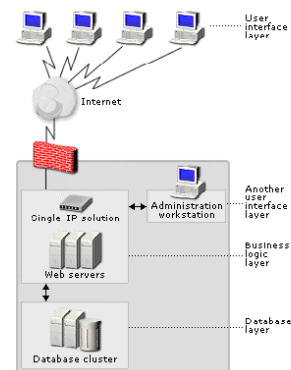
## E-commerce

- Mais do que a simples compra e venda online de produtos utilizando tecnologia Internet
- Inclui
  - Desenvolvimento, marketing, entrega, pagamento por produtos
  - Rede global de parceiros de negócio



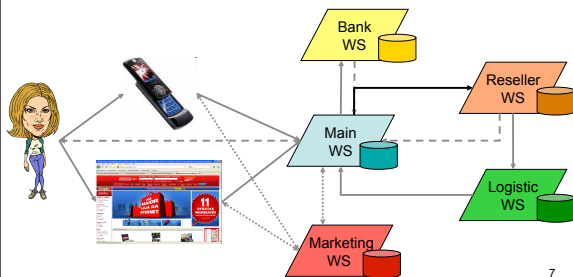
5

## Tecnologia de e-commerce



6

## Tecnologia de e-commerce



7

## Novos modelos de negócio de internet

- Loja virtual
- Corretora de transações
- E-marketplace
- Provedores de conteúdo e serviços online
- Portais

8

## Categorias de e-commerce

- Business-to-Consumer (B2C)
- Business-to-Business (B2B)
- Consumer-to-Consumer (C2C)

9

## Business-to-consumer (B2C)

- Mercados online com venda de produtos e serviços a clientes
  - Forma mais conhecida
- Meta: atrair compradores potenciais
  - negociar bens e serviços
  - fortalecer a fidelidade
- B2C de sucesso
  - produtos e serviços atraentes
  - valor ao cliente
  - previsões realistas de rentabilidade

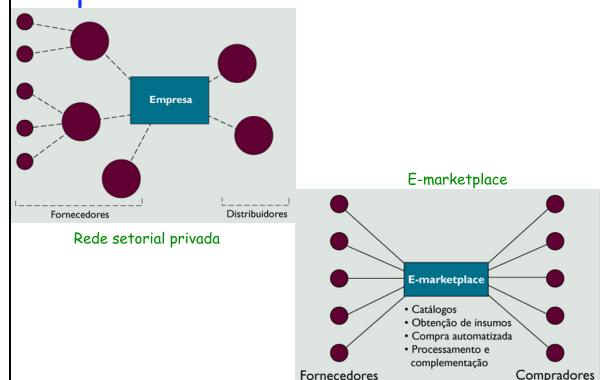
10

## Business-to-business (B2B)

- Antes: empresas usavam sistemas proprietários
- B2B: empresas compram, vendem ou comercializam com outras empresas
- Muitas empresas integram sistemas de e-commerce a seus sistemas de e-business
  - Base da **cadeia de suprimentos** moderna (SCM)
- E-government
  - G2B (licitações)
  - G2C (detran)
  - G2G (receita, fazenda)

11

## Tipos de B2B



## Consumer-to-consumer (C2C)

- Leilões online com total independência
- Fomentam a interação entre compradores e vendedores
  - Mas não participam diretamente do processo de vendas
- Faturam com publicidade e serviços facilitadores de comércio
- Ex: e-bay, mercadolive

13

## Desenvolvendo e-commerce

- Construção
  - Ferramentas de design do website
  - Modelos de projeto de sites
  - Hospedagem do website
- Marketing
  - Propagandas em páginas Web
  - Promoções por email
  - Registro em mecanismos de busca

14

## Lidando com clientes virtuais

- Atendimento
  - Páginas personalizadas
  - Mecanismo de busca no catálogo
  - Carrinho de compras integrado
- Vendas
  - Processo flexível de pedido
  - Cálculos de impostos e remessa (frete)
  - Notificação de pedidos por e-mail
  - **Pagamento eletrônico**

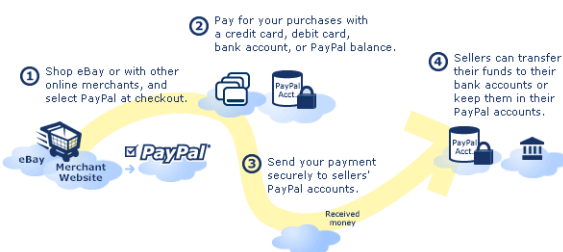
15

## Pagamento eletrônico

- Parte primordial do e-commerce
- Cartões de crédito seguro e carteiras digitais
- Pagamento de valor pré-armazenado, dinheiro digital
- Cheque digital com assinatura eletrônica
- Paypal!

16

## Ex: PayPal



Conhecem o MercadoPago do mercadolive.com ?

17

A imagem mostra a interface do MercadoPago com os seguintes elementos:

- Meu MercadoPago:** Links para "Minhas Transações", "Pagar um Produto", "Adicionar dinheiro", "Retirar dinheiro", "Pagar ao MercadoLivre" e "Minha Conta MP".
- Assuntos Relacionados:** "Ajuda" e "Termos e Condições do MercadoPago".
- Formas de Pagamento:** Logos de VISA, MasterCard, American Express, Boleto e Débito em Conta.
- Portal de Segurança:** Dicas de segurança para uma negociação mais tranquila e confiável, incluindo: "Proteja o seu cadastro e senha", "Confira os prazos de liberação", "Saiba identificar um e-mail ou site falso" e "Informe um Problema de Segurança".
- Mais vantagens para você:** Benefícios em suas compras (alternativas de pagamento, pagamentos em até 18x no cartão de crédito, segurança em suas compras) e benefícios em suas vendas (mais opções de pagamento e aumento das vendas, recebimento à vista e sem custos extras, produtos ganhando mais exposição).

## Administrando e-commerce

- **Direção**
  - Estatísticas de utilização
  - Gerenciamento da conta do cliente
  - Integração com sistemas internos
- **Operação**
  - Funcionamento em tempo ininterrupto
  - Capacidade de rede escalável
- **Proteção**
  - Proteção à senha do usuário
  - Processamento criptografado de pedidos

## Fatores de sucesso

- **Seleção e valor**
  - Seleções de produto atrativas
  - Preços competitivos
  - Suporte pós-venda
- **Desempenho**
  - Procura otimizada
  - Pedido rápido
- **Aparência**
  - Como qualquer loja, deve ser atrativa
  - Inovação é lei

20

## Fatores de sucesso

- **Atenção pessoal**
  - Páginas pessoais
  - Sugestões personalizadas
- **Relacionamento em comunidade**
  - Comunidades virtuais de clientes e fornecedores
  - Forums e chats
- **Segurança e confiabilidade**
  - Manter informação do cliente e suas transações seguras
  - Ética

21