









E-Business

Prof. Marcílio Oliveira marcilio.oliveira@gmail.com

Sobre o professor







Marcílio Oliveira

- √ Gerente da prática de serviços e consultoria da Sensedia.
- ✓ Graduação UFV, Mestrado pela Unicamp.
- ✓Atualmente professor nos cursos:
 - ✓ MBA de Gestão de TI USP/Fundace
 - ✓ MBA em Gestão de Projetos/PMI pelo IBTA- Campinas
 - ✓ Curso de Pós-Graduação em SOA pelo IBTA
- ✓ Gestor do programa de Capacitação da Sensedia.
- ✓ Responsável por consultorias de direcionamento da estratégia de Gestão de Serviços em empresas como Bradesco Seguros, Vivo, Telefônica, Abril, Embraer e Banco IBI.



Agenda







| Introdução | Apresentação Conceitos E-Bussiness e E-commerce B2B, B2C, C2C E-Learning e E-gov Cases e discussão |
|---------------------------|---|
| A evolução do Business | •Modelos inovadores de negócio •Trabalho – E-Business |
| Evolução do "e-" | •SOA •Cloud Computing |
| Meu e-Business | Cases de E-Business em novos modelos de negócio Apresentação dos trabalhos |





Avaliações





(IMAPES)



Uirapuru

- Práticas
 - Casos de E-Business inovadores
 - Levantamento e detalhamento de um case de E-Business inovador apresentação e discussões
 - Migrando para um E-Business
 - Desenho de um novo modelo de E-Business artigo ou ppt
 - Apresentação de um caso de E-Business
 - Novo modelo ou modelo inovador existente apresentação











E-Business Meu E-business

Prof. Marcílio Oliveira marcilio.oliveira@gmail.com

Avaliação





(IMAPES)

METROCAMP

Uirapuru

- Práticas
 - Casos de E-Business inovadores
 - Levantamento e detalhamento de um case de E-Business inovador - ppt
 - · Dia 04/06
 - Migrando para um E-Business
 - Desenho de um novo modelo de E-Business artigo ou ppt
 - · Dia 18/06
 - Apresentação de um caso de E-Business
 - Novo modelo ou modelo inovador existente apresentação
 - · Dia 18/06

Estrutura











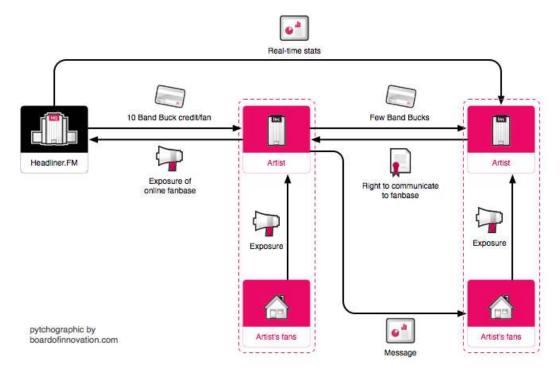
- Classificação do e-business
- Motivação e cenário
- Descrição do negócio (usar template *)
- Facilitadores de TI
- Dificultadores de TI
- Investimentos
- Riscos
- Fatores de sucesso
- Similares e diferenciais...

http://www.boardofinnovation.com/business-model-templates-tools/

Business Model Design made easy

eBay, Zopa, Skype, free newspapers, RyanAir, RadioHead... A lot of success stories are based on new business models.

Design your own business ideas with these building blocks, and find inspiration in other innovative business concepts. Example below: headliner.fm

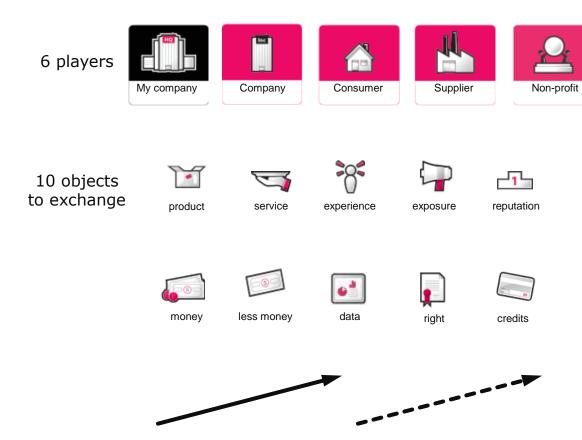




More info: boardofinnovation.com

Build your business model with these 16 blocks

(download this file to edit)



Government

Download this file & try it yourself!



http://www.boardofinnovation.com/business-model-templates-tools/

Downloads de apoio

Powerpoint template (link)

http://www.boardofinnovation.com/templates/business_model_template.ppt

•Slideshare (link)

http://www.slideshare.net/boardofinnovation/business-model-template-design-with-blocks

Google Drawer (link)

 $\underline{https://docs.google.com/embeddedtemplate?id=1U98Rco7ClaUvDcbVVG2Cg_6H-57627i2YtkWs7bRGaw}$



More info: boardofinnovation.com











E-Business Meu E-business

Board of Innovation

www.boardofinnovation.com www.businessmodelinnovatie.be info@boardofinnovation.com feedback @philderidder @nickdemey

Referências





 10 business models that rocked 2010 http://www.slideshare.net/boardofinnovation/10-business-models-that-rocked-2010-6434921



ALBERTO, A. L.; MOURA, R. M. Comercio eletrônico: mais evolução, menos revolução.
 RAE, São Paulo, v. 42, n. 3, p. 114-117, jul./set. 2002.



• AMOR, Daniel. A (R) Evolução do E-business. Makron Books, 2000.



- BATISTA, Sistemas de Informação cap 5 O uso consciente da tecnologia para o gerenciamento - Editora Saraiva - Emerson de Oliveira
- CRUZ, T.. Sistemas de informações gerenciais: tecnologia da informação e a empresa do século. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2000.
- eCommerceOrg http://www.e-commerce.org.br
- LAUS, J.; AZAMBUJA, R. A.; DALFOVO, O.; DIAS, R. P. Sistemas de e-commerce, gerenciado por um EIS. Disponível em:
 http://www.ulbra_to.br/ensino/43020/artigos/anais/2002/encoinfo2002/ecommerce..
- LUCIANO, E. M. Comércio eletrônico de produtos virtuais: definição de um modelo de Negócios para a comercialização de software 1. Disponível em: http://www.professoresea.ufrgs.br/hfreitas/revustra/arquivo/aim.edimara.pdf.
- O'BRIEN, JAMES A. Sistemas de informação e as decisões na era da Internet. 3 ed. São Paulo: Saraiva, 2010.













Dúvidas











E-Business

Prof. Marcílio Oliveira marcilio.oliveira@gmail.com

Agenda



- Conceitos
 - E-Business
 - •E-Commerce
 - •B2B
 - •B2C
 - •C2C
 - E-Learning
 - •E-Gov
- Dimensões do E-Business
- Desafios e riscos
- Casos de destaque











E-Business



BTA.



·É um termo, acrônimo do inglês Electronic Business.

Processo de fazer negócios por meios eletrônicos e identificar outras atividades comerciais que podem ser realizadas pela internet ou por outros meios da tecnologia da informação.



Conceitos

Elementos chave de apoio

Internet

 Grupo mundial de computadores e redes de computadores que são interconectados para permitir uma fácil comunicação entre eles.



Intranets

• Internets internas, específicas de cada empresa. Reúne os documentos de uma organização em uma rede interna.

Extranets

•São links que permitem aos parceiros de negócios como fornecedores, distribuidores e clientes conectarem-se às redes internas das empresas (intranets) através da Internet ou de redes virtuais privadas.

Visão histórica - relâmpago





- •A internet como um canal de comunicação propiciou um ambiente com características únicas para a forma como é feito o negócio
 - Capacidade de armazenar grandes quantidades de informação com baixo custo e em vários locais simultaneamente;
 - Interatividade e habilidade de prover informações sob demanda;
 - Capacidade para servir como meio de transação e de distribuição;
 - Redução de custos;
 - Atendimento personalizado;
 - Facilidade de acesso às informações (grande potencial para pesquisa).



Visão histórica - relâmpago



- BEA
- (IMAPES)
- METROCAMP
- *Lirapuru*

- Mudanças no Comportamento do Consumidor após a Internet:
 - Busca rápida de informações atualizadas sobre preço e qualidade;
 - Comunicação direta com os fabricantes;
 - Capacidade de fazer ofertas e negociar o preço;
 - Diante do alto número de ofertas, aumentou a busca da melhor qualidade pelo menor preço;
 - Busca de comodidade
 - Busca de economia de tempo;



Visão histórica - relâmpago



•O termo **E-Business** já tem registro desde 1995 sob o nome de uma revista on-line, mas foi em 1997, em uma campanha criada pela Ogilvy & Mather, que a IBM popularizou o E- business. Ela associou o termo às novas oportunidades em negócios altamente conectados, ligando o termo diretamente à internet.







Uirapuru

Na verdade o E-Business é muito mais que isto! O E-Business vem sendo definido como sistemas de informação que auxiliam os processos de negócio. Estes sistemas podem ser desde B2C e B2B até CRM, Supply Chain Management (SCM) e gerenciadores de conteúdo.



E-Business







METROCAMP



·Ventilando idéias...

- O objetivo é a criação de sistemas de informação capazes de disponibilizar comunicação entre empresas, e essa comunicação agiliza os processos de compra e venda entre as mesmas.
- Existem sistemas de empresas que fazem pedidos automáticos para outras empresas de acordo com seu estoque de produtos, o que facilita todo o processo de fabricação e venda, melhorando a disponibilidade desses produtos de acordo com as demandas.

E-Business







METROCAMP



·Ventilando idéias...

- Transforma o negócio da sua companhia num Negócio Eletrônico quando integra as suas vendas, marketing, contabilidade, produção e operações com as suas atividades na Internet.
- •Um E-Business usa a Internet como o centro de todas as atividades ligadas aos seus negócios.
- •O Comércio Eletrônico (E-Commerce) é o componente do seu negócio que é acessível via Internet.

Promessas











- Top 3 Vantagens do E-Business
 - Integração: sistemas conectados como ERP e SCM facilitam a troca de informações;
 - Agilidade: informações em tempo real sobre o seu negócio, facilitam a tomada de decisão;
 - Transparência: todas as etapas envolvidas estão disponíveis para o nível gerencial.

Modalidades de E-Business











- B2B Business To Business
 - Entre empresas
- •B2C Business To Consumer
 - Empresa e consumidor
- •B2E Business To Employee
 - Empresa e funcionários
- •C2C Consumer To Consumer
 - Entre consumidores finais
- •B2M Business To Management (E-Gov)
 - · Pessoa jurídica e governo
- •C2M Consumer To Management (E-Gov)
 - Pessoa física e governo













"Definimos E-Commerce como a compra e venda por meios digitais."

(O'Brien, 2004, p. 205)

•Comércio eletrônico ou "E-Commerce" cobre a gama de atividades empresariais *online* para produtos e serviços, ambos B2B e B2C, através da Internet.







"E-Business não é apenas o conjunto de transações de E-Commerce é uma redefinição do velho modelo de empresa com a ajuda da tecnologia para maximizar o valor para o cliente"



<u> Uirapuru</u>

(O'Brien, 2004)

Ok, Definimos como E-Commerce a compra e venda por meios digitais. Mas, E-Business além de abranger o E-Commerce, compreende aplicativos de escritório, tanto os internos como os de relacionamentos externo, que compõem o motor da empresa moderna...

E-Commerce e E-Business



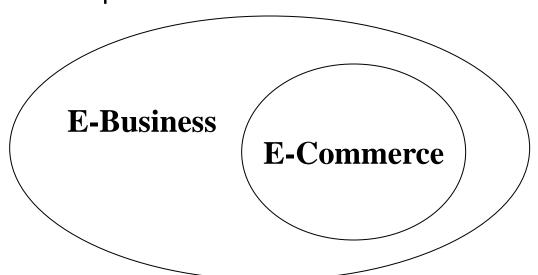
BEA.



. .



•O E-Business engloba a realização de toda a cadeia de valor dos processos de negócio num ambiente eletrônico, enquanto o E-Commerce restringe as transações comerciais de compra e venda.



E-Commerce e E-Business



IBTA'

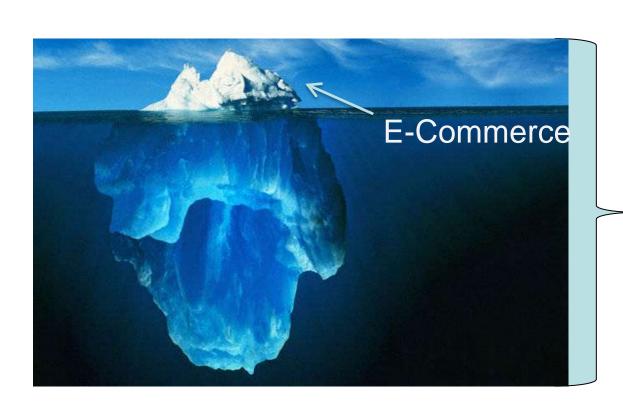


METROCAMP

<u> Uirapuru</u>

"O E-Commerce hoje é considerado como a parte visível do E-Business."

(Ricardo Dahab)



E-Business







Exemplo de E-Commerce:

•Uma loja virtual com diversos produtos e serviços onde pode-se atender um número muito grande de clientes em pouco tempo, com todas as suas tecnologias de Hardware e Software, questões legais, processos de encriptação e proteção de privacidade;



<u> Uirapuru</u>

Exemplo de E-Business:

- Metodologias, organização, cenário e processos de negócios em que esta loja virtual atua,
- e-CRM,
- e-Learning,
- e-Procurement,
- BI,
- Data Mining,
- Sistemas de Suporte a Decisão,

- · Supply Chain,
- e-Marketing,
- e-Auctioning,
- e-Banking,
- e-Engineering,
- e-Franchising,



BEA



 \sim



•O E-Commerce engloba dois componentes:

 Venda e promoção online - o conjunto de informações e atividades que proporciona ao cliente a informação que precisa para administrar o seu negócio tomar uma decisão informada de compra.

•Compra e pagamento online - a infra-estrutura tecnológica necessária para a troca de dados e a compra de um produto através da Internet.











- •Um serviço de venda online disponibiliza informação e atividades complementares que permitem aos seus clientes tomarem decisões informadas de compra.
 - Um consumidor que está interessado em adquirir um automóvel pode pesquisar online os preços e características dos veiculos.
 - Pode visitar o site da Volkswagen para para procurar informação sobre o Passat, o site da Toyota para se informar sobre o Land Cruiser, ou o site da Ford para saber mais sobre o Focus.
 - Pode, por outro lado procurar um site de um vendedor generalista como o <u>www.carpoint.com</u> para saber o preço e a disponibilidade de vários veículos de várias marcas diferentes.









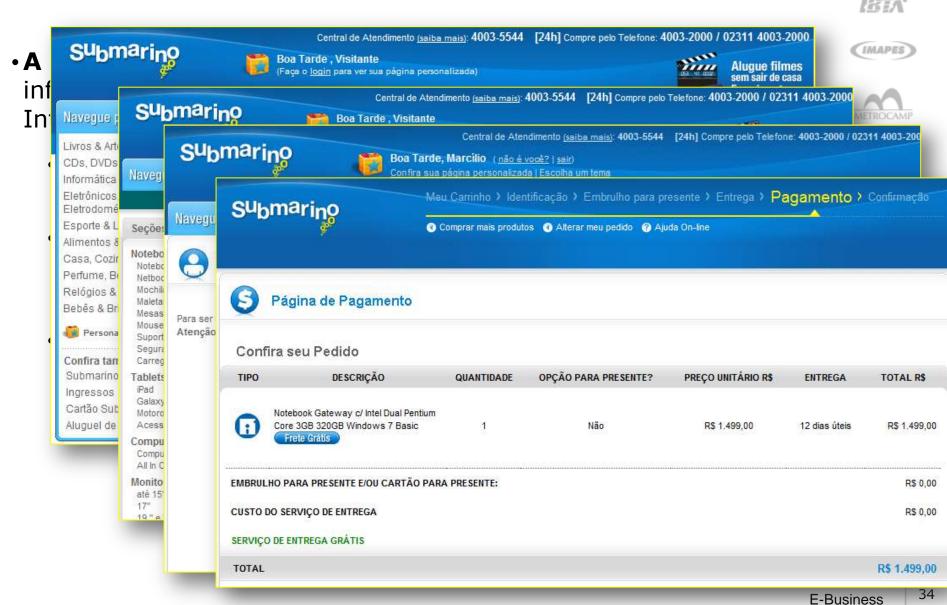






- •A Compra e pagamento online está defenida como a infraestrutura que permite a compra de produtos e serviços via Internet.
 - Se um cliente está interessado em produtos de escritório pode dirigir-se ao site da submarino.
 - Aí pode-se usar o serviço de **vendas online** para procurar os produtos que se deseja, escolhendo os produtos e colocando-os carrinho de compras virtual.
 - Quando acabada esta fase pode-se aceder ao serviço de **compra e pagamento** do submarino e, através do formulário para tal concebido, proceder-se à compra online dos produtos desejados.





E-Business & E-Commerce



BEA



 \sim



•Muitas empresas têm um *site* de E-Commerce não sendo contudo um E-Business!

 Lembrando que, o E-Commerce é a componente de venda online de um site Internet, e o E-Business é a integração das atividades de uma empresa inclusive produção, procedimentos, e serviços com a Internet.

Você só transforma a sua empresa num **E-Business** quando integrar as suas vendas, comercialização, contabilidade, fabricação, marketing e outras operações diárias com as suas atividades eletrônicas.

E-Business & E-Commerce











- O seguinte exemplo apresenta-nos o caso de uma empresa que ainda não se tornou um E-Business:
 - 1. O Ronaldo visita o *site* Internet de alfaiataria e compra uma camisa.
 - 2. Quando a camisa chega ao local estipulado para entrega vem no tamanho errado (um pouco apertada).
 - 3. Ronaldo decide então devolver a camisa através da loja local da marca em vez de a devolver para o vendedor.
 - 4. Porém, quando chega à loja é lhe indicado que não estão autorizados a trocar produtos vendidos através do seu *site*.

E-Business & E-Commerce



O seguinte exemplo al uma empresa que air Business: "O E-Business não considera o *site* Internet como uma atividade separada dos seus negócios centrais.

O site é parte integrante de todas as suas atividades. Empresas executam atividades B2B tornam-se E-Business quando integram as suas atividades standards com o seu site Internet. "

(Ronaldo)

o lo grado para entrega aco apertada).

olver a camisa através da loja a devolver para o vendedor.

ja é lhe indicado que não estão utos vendidos através do seu *site*.

E-Business na empresa

 Um vendedor considera o seu site uma ferramenta de vendas.



- O departamento de Marketing faz primeiro o lançamento de novos produtos no seu site Internet, disponibilizando apresentações eletrônicas dos produtos, cursos de E-Learning, e outras indicações.
- •O serviço de **apoio ao clientes** usa o *site* para hospedar uma lista com as **perguntas mais freqüentes** e suas respostas, para criar linhas de conversação de apoio e para moderar grupos de discussão.
- •O setor de compras usa a Internet para obter os preços de componentes necessários e para a colocação de encomendas,.
- O serviço de transporte para disponibilizar datas de entrega e para notificar os seus clientes da chegada de produtos.

A sua empresa é um E-Business?













- •A maioria das empresas passam por uma série de passos até evoluírem para um E-Business:
 - Fase 0: A empresa n\u00e3o compreende as vantagens a retirar da Internet.
 - Fase 1: Uma empresa externa é contratada para criar o site da empresa. Este site é estático, contendo pouco mais do que uma pequena apresentação. Os colaboradores da empresa raramente lhe fazem referência ou a atualizam com informação recente.
 - Fase 2: A empresa decide integrar o Comércio eletrônico no site. Alguém dentro da empresa é encarregado de apresentar uma catálogo de produtos online. Os vendedores consideram o site como uma ameaça e não como uma ferramenta integrante da sua profissão.

A sua empresa é um E-Business?











- •A maioria das empresas passam por uma série de passos até evoluírem para um E-Business:
 - Fase 3: Todas as apresentações internas incluem iniciativas para o site. Nenhuma das iniciativas é executada.
 - Fase 4: A empresa começa a implementar as iniciativas. A responsabilidade de gestão do site passa a ser uma responsabilidade interna da empresa e é atribuída a um membro importante da gestão de topo.
 - **Fase 5**: O *site* torna-se importante para toda a gestão de topo. As iniciativas são implementadas; os colaboradores focam-se na utilização da Internet para a consução dos negócios. A empresa aos poucos torna-se um E-Business.

Casos na sala...











Como Clientes? Como Fornecedores?





Os 20 países com maior número de usuários da Internet

| # | País ou Região | Usuários | Adoção da Internet | % de usuários | População (2008) | Crescimento dos Usuários (2000 - 2008) |
|-----------------------------------|----------------|---------------|-----------------------|------------------|---------------------|--|
| 1 | China | 253,000,000 | 19.0 % | 17.3 % | 1,330,044,605 | 1,024.4 % |
| 2 | Estados Unidos | 220,141,969 | 72.5 % | 15.0 % | 303,824,646 | 130.9 % |
| 3 | Japão | 94,000,000 | 73.8 % | 6.4 % | 127,288,419 | 99.7 % |
| 4 | Índia | 60,000,000 | 5.2 % | 4.1 % | 1,147,995,898 | |
| 5 | Alemanha | 52,533,914 | 63.8 % | 3.6 % | 82,369,548 | 118.9 % |
| 6 | Brasil | 50,000,000 | 26.1 % | 3.4 % | 191,908,598 | 900.0 % |
| 7 | Reino Unido | 41,817,847 | 68.6 % | 2.9 % | 60,943,912 | 171.5 % |
| 8 | França | 36,153,327 | 58.1 % | 2.5 % | 62,177,676 | 325.3 % |
| 9 | Korea do Sul | 34,820,000 | 70.7 % | 2.4 % | 49,232,844 | 82.9 % |
| 10 | Itália | 34,708,144 | 59.7 % | 2.4 % | 58,145,321 | 162.9 % |
| 11 | Rússia | 32,700,000 | 23.2 % | 2.2 % | 140,702,094 | 954.8 % |
| 12 | Canadá | 28,000,000 | 84.3 % | 1.9 % | 33,212,696 | 120.5 % |
| 13 | Turkia | 26,500,000 | 36.9 % | 1.8 % | 71,892,807 | 1,225.0 % |
| 14 | Espanha | 25,623,329 | 63.3 % | 1.8 % | 40,491,051 | 375.6 % |
| 15 | Indonésia | 25,000,000 | 10.5 % | 1.7 % | 237,512,355 | 1,150.0 % |
| 16 | México | 23,700,000 | 21.6 % | 1.6 % | 109,955,400 | 773.8 % |
| 17 | Irã | 23,000,000 | 34.9 % | 1.6 % | 65,875,223 | 9,100.0 % |
| 18 | Vietnã | 20,159,615 | 23.4 % | 1.4 % | 86,116,559 | 9,979.8 % |
| 19 | Paquistão | 17,500,000 | 10.4 % | 1.2 % | 167,762,040 | 12,969.5 % |
| 20 | Austrália | 16,355,388 | 79.4 % | 1.1 % | 20,600,856 | 147.8 % |
| Os 20 Mais 1,1 | | 1,115,713,572 | 25.4 % | 76.2 % | 4,388,052,548 | 284.5 % |
| Resto do Mundo 347,918,7 | | 347,918,789 | 15.2 % | 23.8 % | 2,288,067,740 | 391.2 % |
| Total - Usuários Mundo 1,463,632, | | 1,463,632,361 | 21.9 % | 100.0 % | 6,676,120,288 | 305.5 % |



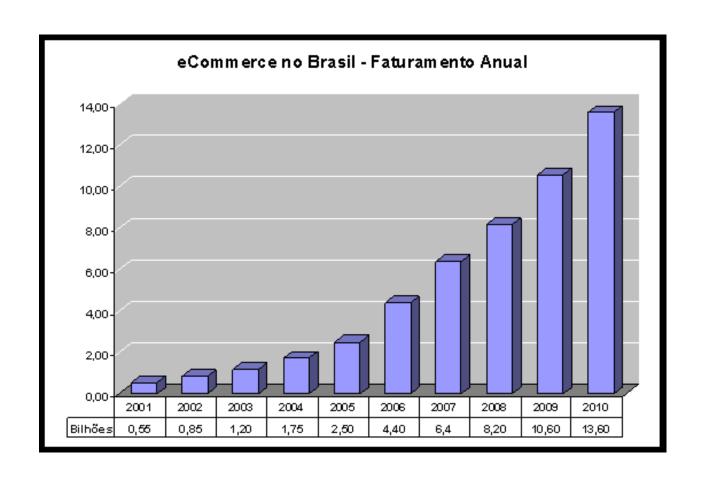
Evolução do Varejo Online - Pesquisa e-Bit















Evolução das Vendas do Natal e Ticket Médio



| Data da Pesquisa | Data da Pesquisa Faturamento (R\$ milhões) | | Faturamento Acumulado no Ano (R\$ milhoes) | Ticket Médio |
|--------------------------|--|-----|--|-----------------|
| Natal 2008 (15/11-23/12) | 1.25bi | 16% | 8.20 bilhões | 346,00 |
| Natal 2007 (15/11-23/12) | 1,08 bi | 55% | 4,4 bilhões | 308,00 |
| Natal 2006 (15/11-23/12) | 700,0 | 53% | 1.6 bilhões | 296,00 |
| Natal 2005 (15/11-23/12) | 458,0 | 61% | 2.500,0 | 272,00 |
| Natal 2004 (15/11-23/12) | 284,0 | 39% | 1,750,0 | 320,00 |
| Natal 2003 (15/11-23/12) | 204,0 | 55% | 1,100,0 | 315,0 |





Produtos Mais Vendidos no Varejo on-line do Brasil







| Produtos mais Vendidos | % em 2007 | | | | |
|---------------------------|-----------|--|--|--|--|
| Livros, Revistas, Jornais | 17% | | | | |
| Saúde e Beleza | 12% | | | | |
| Informática | 11% | | | | |
| Eletrônicos | 9% | | | | |
| Eletrodomésticos | 6% | | | | |

Fonte: Levantamento mensal realizado pela empresa e-Bit <u>www.ebitempresa.com.br</u> / Compilação: <u>www.E-Commerce.org.br</u>





Quantidade de e-consumidores no Brasil – eBit (em milhões)





Uirapuru

| | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|----------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| e-Consumidores | 1.1 | 2.0 | 2.6 | 3.4 | 4.8 | 7.0 | 9.5 | 13.2 | 17,6 | 23 |
| Crescimento .% | - | 81% | 30% | 31% | 41% | 46% | 36% | 39% | 33% | 30% |

• Fonte: : <u>www.E-Commerce.org.br</u>

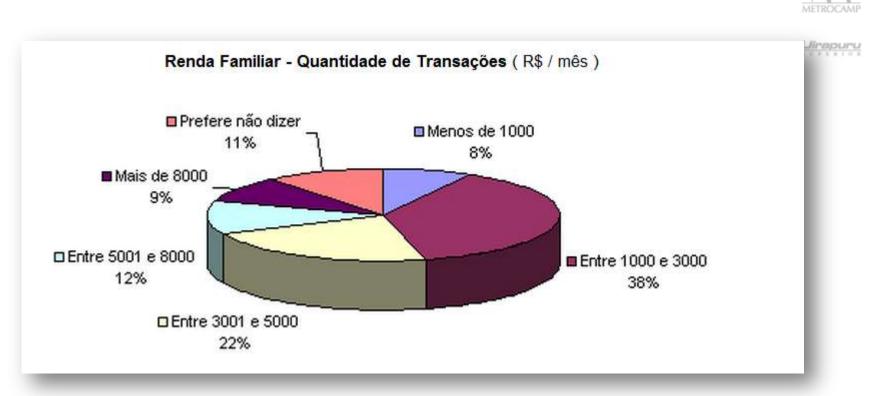


BEA.



\sim







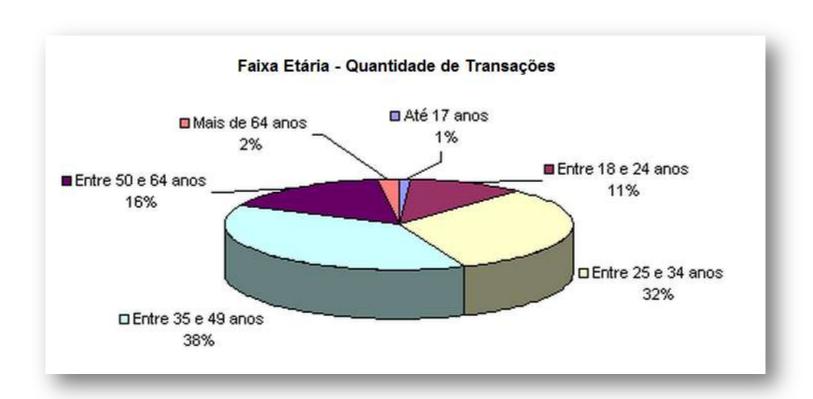






<u>Lirapuru</u>







BEA











Modalidades de E-Business











- B2B Business To Business
 - Entre empresas
- •B2C Business To Consumer
 - Empresa e consumidor
- •B2E Business To Employee
 - Empresa e funcionários
- •C2C Consumer To Consumer
 - Entre consumidores finais
- •B2M Business To Management (E-Gov)
 - Pessoa jurídica e governo
- •C2M Consumer To Management (E-Gov)
 - · Pessoa física e governo

B2B – Business to Business





- •Modalidade de E-Business para o desenvolvimento de transações eletrônicas entre empresas.
- Caracteriza a existência de um marketplace seguro (Portal B2B).
- Modalidades de B2B:
 - Público;
 - Particular;
 - Compras.
- •Este tipo de portal permite:
 - A integração de empresas em uma comunidade de negócios;
 - A criação de um ambiente de relacionamento e troca de informações entre os parceiros de negócio;
 - Que a empresa possa tirar proveito de um site com transações eletrônicas sem gastos.

B2B – Business to Business



IBEA"



É a sigla mais famosa e acaba representado todos as outras quando generalizada.



Jirapuru

Atualmente no Brasil temos um grande exemplo de rede social B2B, o Empreenderia. Uma rede social de "troca de cartões de visita" focada na procura de fornecedores e empresas em segmentos específicos.



Tipos de negócio B2B







Canal eletrônico

•Apenas um novo canal de transações da empresa, a qual já possuía um negócio convencional.





•E-Marketplace

•Junção de diversas empresas do mesmo segmento para dividir uma estrutura eletrônica de desenvolvimento de negócios.

•E-Procurement

•Empresa que presta o serviço de desenvolver pesquisa e compra de diversos produtos necessários ao desenvolvimento do negócio das empresas clientes.

Apoio Logístico

Sistemas de transporte e entrega.

B2B - Exemplos





BIA

A página da empresa Dell apresenta uma página customizada e vários outros separadores customizados. Também explicam às pessoas porque se devem tornar fãs.







A página da Ernst & Young começou como uma ferramenta de recrutamento para atrair estudantes universitários na altura em que o Facebook era apenas utilizado pelos mesmos. A sua utilização acompanhou o crescimento do Facebook e atualmente é uma fonte de recursos para qualquer cliente.

B2B - Exemplos





ARTA.

A página da Cisco faz um trabalho focado em adicionar links de outras páginas do Facebook e outros locais na web onde pode encontrar a empresa.









A página da Hubspot é ótima em providenciar conteúdo que faz as pessoas comentarem e interagirem.

B2B - Exemplos





BEA

A página da Salesforce.com providencia fotos e vídeos (inclusive enviado pelos fãs) de conferências em que participaram.





B2C - Business to Consumer





- (IMAPES)
- •Modalidade de E-Business para o desenvolvimento de transações entre empresas e consumidores, é o E-Commerce.





- •Deu espaço para o aparecimento de novas modalidades de produtos e serviços.
- •Exemplo:
 - •E-Learning.

B2C - Business to Consumer











•No ponto de vista administrativo:

• Ele permite que as organizações sejam mais eficientes e flexíveis em suas operações internas, trabalhando mais próximo de seus fornecedores e, ao mesmo tempo, permite que ela seja mais ágil às necessidades e expectativas de seus clientes.

No ponto de vista do consumidor:

• Define uma imagem de empresa atualizada, demonstrando uma organização de caráter evolutivo, moderna e apta a oferecer um produto ou serviço de qualidade.

B2C - Business to Consumer











- •Uma estratégia comum de B2C é o uso de mídias sociais como blogs ou algumas outras com o objetivo de relacionamento com o consumidor final.
- Estão crescendo o número de blogs corporativos e cada vez há melhores exemplos do uso desta estratégia disponíveis no mercado.

Exemplos:

- Compras gerais: http://www.submarino.com.br
- Livrarias virtuais Amazon (www.amazon.com),
- Venda de passagens aéreas Varig (www.varig.com.br), Tam (www.tam.com.br).
- Venda de ingressos de cinema e teatro –Ingresso Fácil (www.ingressofacil.com.br).
- Venda de serviços bancários Banco do Brasil (<u>www.bb.com.br</u>),
 Bradesco (www.bradesco.com.br), Itaú (www.itau.com.br).

C2C - Consumer to Consumer











- •Este é o comércio entre consumidores.
- •Bom exemplo:
 - •sites de leilões, como <u>Mercado Livre</u> e <u>eBay</u>, onde os usuários são vendedores e compradores ao mesmo tempo e a empresa participa apenas no processo de ajudar/facilitar e intermediar as transações.
- •E além da produção, comércio e moeda (o Ebay é dono do PayPal e o Mercado Livre tem o Mercado Pago), temos outras posturas C2C:
 - O marketing boca-a-boca, e o viral, que também ganharam enorme visibilidade com o crescimento da web.













B2E - Business to Employee











- Modalidade de E-Business para desenvolver interações entre a empresa e seus funcionários.
- •Exemplos:
 - Comunicação interna;
 - Endomarketing;
 - Treinamento corporativo;
 - E-trabalho etc.
- Normalmente relacionado aos portais (intranets) que atendem aos funcionários.
- •Tem por objetivo de ser uma área central de relacionamento com a empresa. O usuário pode:
 - Pedir material para sua área,
 - Gerir todos os seus benefício
 - Utilizar processos de gestão dos funcionários (faltas, avaliações, inscrições em treinamentos...).

B2E – Business to Employee



Modalidade de E-Business per entre a empresa e seus fun

- •Exemplos:
 - Comunicação interna;
 - Endomarketing;
 - Treinamento corporativo;
 - E-trabalho etc.
- Normalmente relacionado a atendem aos funcionários.
- •Tem por objetivo de ser um relacionamento com a empresa. O usuário pode:
 - Pedir material para sua área,
 - Gerir todos os seus benefício
 - Utilizar processos de gestão dos funcionários (faltas, avaliações, inscrições em treinamentos...).



B2M – Business to Management



BEA







- Modalidade de E-Business que acontece entre governo e as empresas para o desenvolvimento de serviços variados.
- Ou B2G (Business to Government)

São as transações entre empresa e governo. Os exemplos comuns de B2G são licitações e compras de fornecedores



Outros Conceitos











Desintermediação

- Consiste no processo pelo qual a sua empresa se aproxima do cliente final através da eliminação de intermediários.
- •Ganhos:
 - Tempo Quando a sua empresa automatiza procedimentos pode ser o tempo o intermediário que está a ser desintermediado.
 - Pessoas A automatização de alguns procedimentos pode desintermediar pessoas neles envolvidas directamente.

Outros Conceitos







\sim



Intermediação

- Processo pelo qual se cria um novo intermediário eletrônico. Um site de leilões como o ebay (www.ebay.com) é um intermediador.
 - Para os consumidores o "intermediador" é o novo intermediário. Antes da Internet os clientes tinham formas pouco diversificadas de trocar informação e produtos.
 - O alcance e abrangência da Internet disponibiliza aos consumidores o acesso a um novo mercado muito mais amplo.
 - Para a maioria dos negócios sempre existiu intermediação. A Internet disponibiliza um método de criar um mercado muito mais eficiente para a troca de bens e serviços.

Modalidades de E-Business

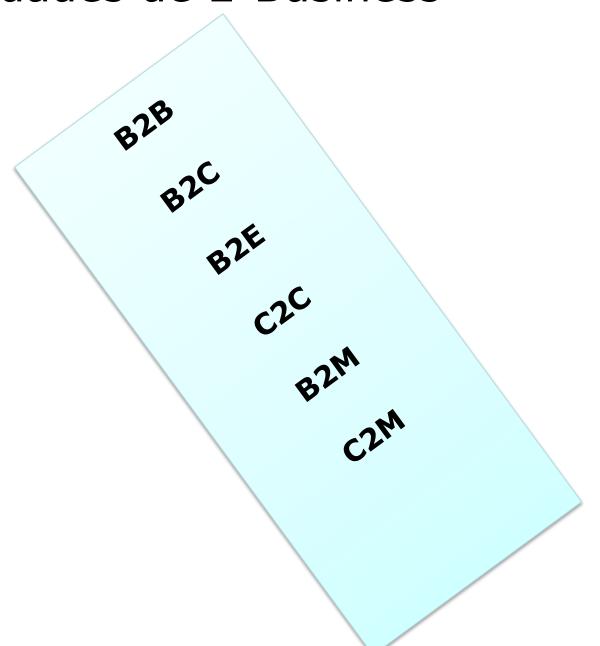






















Diferenças:

- Produtos
- Valor médio das compras
- Frêquencia
- Número de possíveis compradores
- Canal de distribuição
- Processo de compra
- Demandas











Especializações B2B:

- Quanto aos Produtos:
 - Homogeneidade dos produtos
 - Alta exigência de especificações técnicas

Alto valor médio das compras:

- O valor unitário do produto é alto
- O valor unitário do produto é baixo, mas o volume de compra é elevado.

Compra infrequente

 A maioria dos produtos industriais possuem vida física e econômica muito longas, o que dispensa a compra frequente.











Especializações B2B:

- Número limitado de compradores
 - Mercado horizontal. (ex: computadores)
 - Mercado vertical. (ex: máquinas para fabricação de couro)

Processo de compra característico:

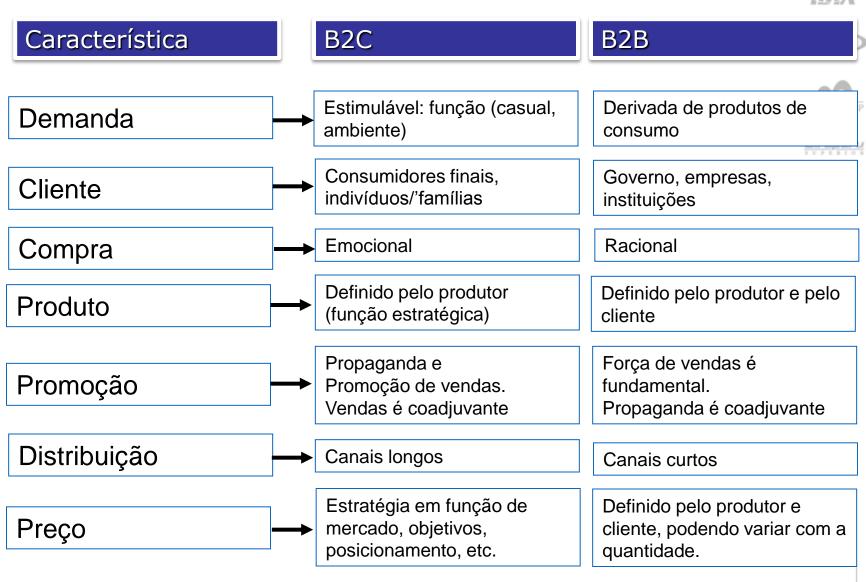
- Mais demorado
- Reciprocidade na compra

· Demanda:

Relativamente inelástica



IRTA'



norivaldo@marketflow.com.br - http://www.marketflow.com.br/universidades

E-Business

Segmentação B2B e B2C



BEA.



METROCAMP







lbta:



 ∞



- •Realização da educação on-line, através do treinamento baseado em Web.
 - Refere-se ao uso de tecnologias para permitir o aprendizado via Internet em assuntos específicos.
 - Criação de ambientes de aprendizagem de alta disponibilidade baseados em modelos pedagógicos existentes.
 - É uma forma de aprendizagem organizada que se caracteriza basicamente pela separação física entre professores e alunos e algum tipo de tecnologia de interação entre eles.
 - É um aprimoramento da Educação a distância.
 - Acesso eletrônico ao conhecimento construído com base em diferentes modelos pedagógicos.

- Realização da edu baseado em Web
- LMS's (Learning I gestão de ensino
- Exemplos:
 - Amadeus Ims (<u>www.amadeus.com</u>)
 - Blackboard (<u>www.blackboard.com/</u>)·
 - Formare (http://www.formare.org.br) •
 - Moodle (http://www.moodlg
 - TelEduc (http://www.teledu Well



Markets

Partnerships

Services

Worldwide

About Bb

Contact Us

Platforms

Suddenly, no limit

Building a better education experience is

can breathe life into educational content.

Touch more students. And improve virtually
everything about the entire experience.

Learn More

hard, but if we combine what you know with what we know it can be transformational. We

















- ELGG http://elgq.org
- Plataforma gratuita e open source de redes sociais, altamente configurável, que pode ser utilizada para aprendizado colaborativo.



Uirapuru

Organiza:

- Blogs
- Bookmarks
- Feeds
- Páginas web
- Microblogin
- Tags
- . . .

Usado, por exemplo, em:

- Harvard University Extension School
- Saugus School District
- Stanford University
- Think Global School
- University of Brighton
- University of Calgary, Grid Research Centre
- Universite Lille 1
- University of Nebraska-Lincoln
- Johns Hopkins University
- Oregon State University
- University of Florida

ELGG é o LMS do futuro?











Benefícios

- Baixo Custo
- Muito útil para o aprendizado de deficientes físicos;
- Conteúdo em geral mais atualizado e confiável do que em outras fontes;
- · Favorece à pesquisa em grupo;
- Alta disponibilidade Aprendizado 24 h/ 7 dias por semana;
- Alcance global;
- Soluções em grande escala (universidades virtuais);
- Disponibilidade de uso e integração com outros serviços, como por exemplo bibliotecas virtuais;
- •flexibilidade de escolha do aprendizado pelo aluno :









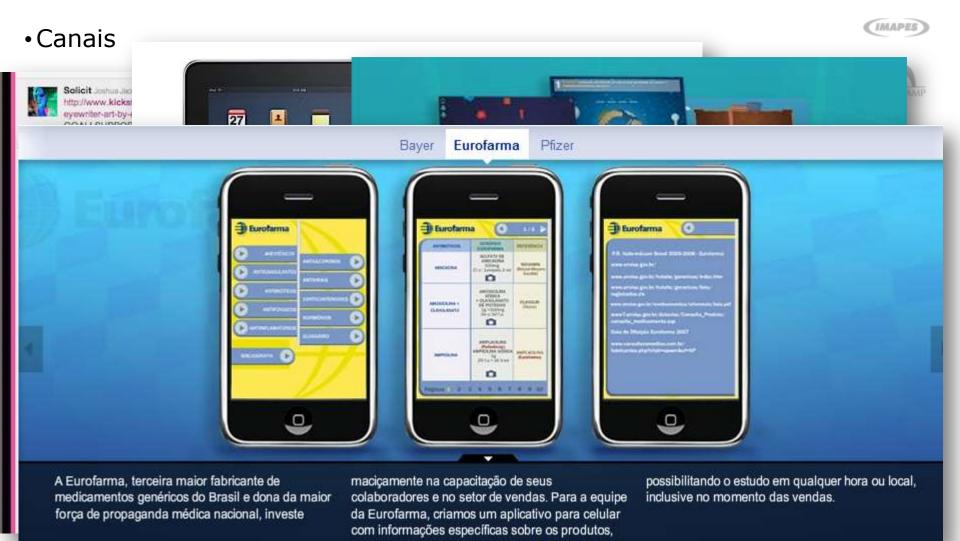


·Desafios:

- Necessidade de desenvolvimento de pesquisa aplicada e formação de núcleos;
- Reconhecimento por parte da legislação;
- Metodologia pedagógica adequada;
- Adequar o sistema de TI a ser utilizado com o projeto pedagógico;
- Poucos especialistas na área;
- Herdou imagem da educação a distância como algo de 2ª linha;
- Limitações devido à velocidade de transmissão da Internet;
- Motivação do aluno para este sistema;



IBEA'



E-Gov



BEA.



·Oferta de serviços públicos por meio da internet.

 O Termo Governo Eletrônico origina-se da prática adotada por vários Governos nos últimos anos, visando alinhar a administração pública ao dinamismo inerente à Era da Informação.

METROCAMP

Uirapuru

•Ex:

- ·Boletim de ocorrência
- Certidão negativa
- •Declaração de IR



F-Gov

e-PWG – Padrões Web e-GOV

 Os Padrões Brasil e-Gov são recomendações de boas práticas agrupadas em formato de cartilhas com o objetivo de aprimorar

Busca: Escreva o que procu Conheça o GOV.BR Projetos SISP Fórum Notícias Biblioteca Consulta Púb gina Inicial | Projetos | Padrões Brasil e-GOV Projetos Um nível acima e-PWG - Padrões Web e-GOV As Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) são in vez mais importantes no desenvolvimento de ferramentas prestação de serviços e a disponibilização de informações p cidadãos. A adocão dessas tecnologias permite o aumento a comunicação e o fornecimento de informações e serviços prestados por meios eletrônicos pelos órgãos do Governo

Objetivos

Federal.

- Estabelecer padrões de qualidade de uso, desenho, arquitetura de informação e navegação;
- Estabelecer um fluxo de criação, desenvolvimento e manutenção na gestão dos sítios governamentais;
- Consolidar a acessibilidade;
- Criar artefatos de acordo com os padrões estabelecidos pelo W3C.



E-Gov – há 10 anos

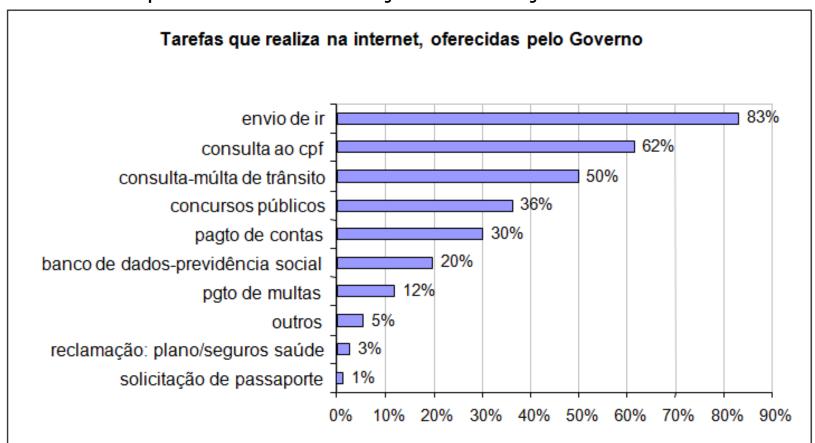








• Aumenta a qualidade e a utilização de serviços e-Gov.



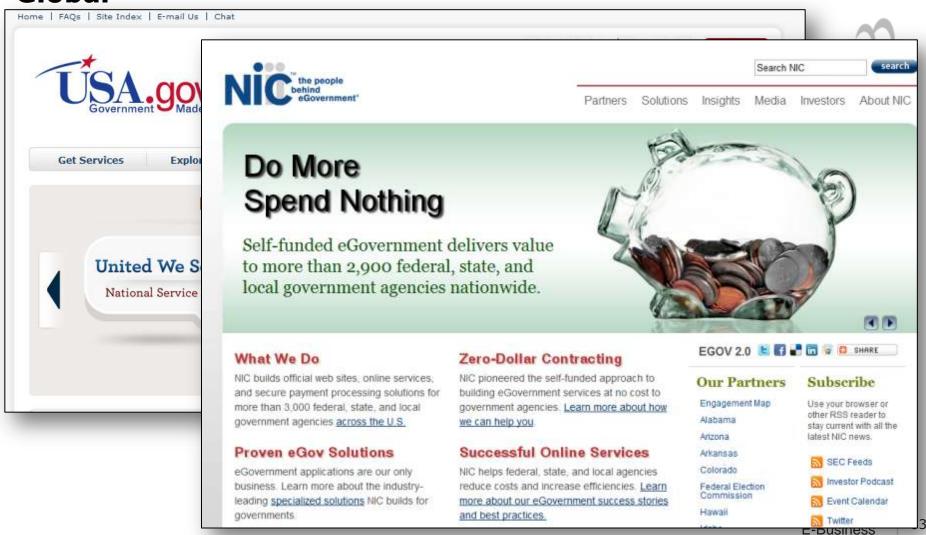
E-Gov



IBTA'



Global



Segundo Louis W. Gerstner



BEA.







"O E-Business é muito mais que simplesmente comércio, ele é a possibilidade de operacionalizar, além do comércio eletrônico, qualquer outro tipo de transação: entre funcionários dentro de uma empresa, entre uma empresa e seus fornecedores e distribuidores, entre médicos e pacientes, entre governo e cidadãos, professores e alunos e até a comunidade e seus líderes políticos.

Presidente do Conselho e CEO - IBM

Duvidas??

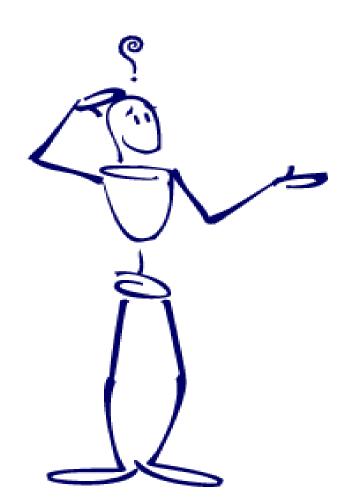












- •E-Business
 - •B2B
 - •B2C
 - •C2C
 - •B2E
 - •B2M
 - •C2M
- •E-Commerce
- •E-Learning
- •E-Gov











Obrigado

Prof. Marcílio Oliveira marcilio.oliveira@gmail.com