


Sistemas de Informação

**Comércio Eletrônico e
Transações Virtuais**


OBJETIVO

Entender as funcionalidades e desafios do comércio eletrônico, conhecer os modelos de negócios virtuais utilizados pelas organizações e quais as modalidades existentes, e por fim, qual a legislação que trata do comércio eletrônico.

Several white lines of varying lengths and angles are positioned in the bottom right corner of the slide, creating a modern, abstract graphic element.

E-MARKETPLACE


É um espaço virtual onde se faz comércio eletrônico no sentido mais amplo. É um sinônimo de Marketplace, que consiste em um site desenvolvido para promover negócios de produtos através da internet.

Several white lines of varying lengths and angles are positioned in the bottom right corner of the slide, creating a modern, abstract graphic element.

E-PROCUREMENT

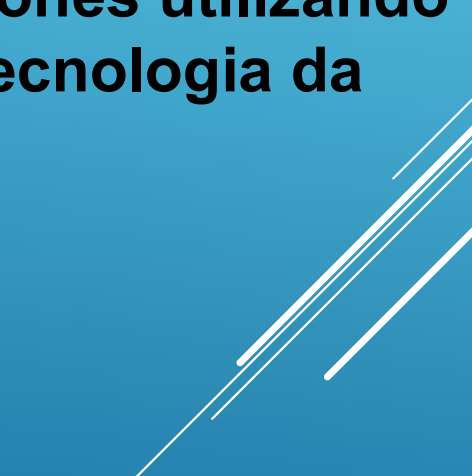
O *e-procurement* possibilita um fator que hoje é fundamental no mundo dos negócios, pois agiliza os processos internos a dispor produtos mais rapidamente no mercado através da internet.

O *e-procurement* pode se tornar uma vantagem competitiva quando bem estruturada e alinhada estrategicamente com os principais parceiros de negócio da organização.

Several white diagonal lines of varying lengths and thicknesses are positioned on the right side of the slide, extending from the middle towards the bottom right corner.

E-COMMERCE


O e-Commerce ou Comércio eletrônico compreende qualquer tipo de transação comercial (com ou sem fins lucrativos) feita especialmente através de um equipamento eletrônico de informática como computadores, tablets e smartphones utilizando a internet. Seus fundamentos estão baseados em tecnologia da informação como os aplicativos, segurança, criptografia, moedas e pagamentos eletrônicos. Também envolve pesquisa, desenvolvimento, marketing, propaganda, negociação, vendas, logística e suporte.

Several white diagonal lines of varying lengths and thicknesses are positioned on the right side of the slide, extending from the middle towards the bottom right corner.

MODELOS DE E-COMMERCE


- **B2B (Business to Business)**
 - **B2C (Business to Consumer)**
 - **C2C (Consumer to Consumer)**
 - **B2G (Business to Governement)**
- 
- Several white lines of varying lengths and angles are positioned in the bottom right corner of the slide, creating a modern, abstract graphic element.

INDICADORES DO E-COMMERCE

- Quantidade de Visitantes Únicos;
 - Taxa de Conversão de Vendas;
 - Taxa de Conversão de Upselling e Cross-selling;
 - Retorno do Investimento;
 - Ticket Médio;
 - Taxa de Abandono de Carrinho;
 - Taxa de Rejeição;
 - Custo de Aquisição de Cliente;
 - Taxa de Trocas e Devoluções;
 - Taxa de Amplificação.
- 
- Several white lines of varying lengths and angles are positioned on the right side of the slide, creating a modern, abstract graphic element.

E-BUSINESS

É a utilização da Intranet, Extranet e ou Internet pelas organizações como uma ferramenta fundamental de seus Sistemas de Informação ou a digitalização de seus sistemas e processos de negócios.

Several white lines of varying lengths and angles are positioned on the right side of the slide, extending from the middle towards the bottom right corner.


VARIAÇÕES DO E-COMMERCE



- **M-Commerce - Mobile Commerce**
- **T-Commerce - Television Commerce**
- **C-Commerce - Collaborative Commerce**
- **S-Commerce - Social Commerce**
- **Tecnologias alternativas de pagamento**


ALTERNATIVAS DE PAGAMENTOS

Quando uma empresa ou empreendedor decide montar um e-commerce, sempre surge aquela dúvida: Quais meios de pagamento utilizar na minha loja virtual ? A resposta seria: depende. Na verdade é importante conhecer o modo de funcionalidade de financiamento para cada serviço de pagamento online, as conexões (gateways) e assim decidir qual é mais compatível com sua estratégia de negócio.

Several white lines of varying lengths and angles are positioned in the bottom right corner of the slide, creating a modern, abstract graphic element.

MARKETING DIGITAL

São ações de comunicação que as empresas podem utilizar por meio da internet, da telefonia celular e outros meios digitais, para assim divulgar e comercializar seus produtos, conquistando novos clientes e melhorando a sua rede de relacionamentos. Ele engloba a prática de promover produtos ou serviços pela utilização de canais de distribuição eletrônicos, para então chegar aos consumidores rapidamente de forma relevante, personalizada e com mais eficiência;.

Several white diagonal lines of varying lengths and thicknesses are positioned on the right side of the slide, extending from the middle towards the bottom right corner.

LEGISLAÇÃO

Decreto 7.962/2013: Regulamenta o comércio eletrônico

Estabeleceu a obrigação do fornecedor a utilizar mecanismos de segurança:

Art. 4º Para garantir o atendimento facilitado ao consumidor no comércio eletrônico, o fornecedor deverá:

[...]

VII – utilizar mecanismos de segurança eficazes para pagamento e para tratamento de dados do consumidor.

Sistemas de Informação

**Comércio Eletrônico e
Transações Virtuais**