

# E-MARKETING:

## Passado, presente, futuro

# COMENÇANDO A CONVERSA



A INTERNET



A História da Internet.wmv

# INTERNET 101

- ⦿ A internet é uma rede global de redes interconectadas.
- ⦿ E-mails e arquivos digitais passam por linhas telefônicas, cabos e satélites.
- ⦿ Existem três tipos de acesso à internet:
  - ⦿ Rede pública
  - ⦿ Intranet: rede que atua internamente em uma organização.
  - ⦿ Extranet: duas redes unidas com o propósito de compartilhar informações.



# E-BUSINESS, COMÉRCIO ELETRÔNICO, E-MARKETING

- ⊙ E-business é uma otimização contínua das atividades de negócios da empresa por meio da tecnologia digital.
- ⊙ Comércio eletrônico é um subconjunto do e-business focado em transações.
- ⊙ E-marketing consiste no uso da tecnologia de informação aplicado às atividades de marketing.

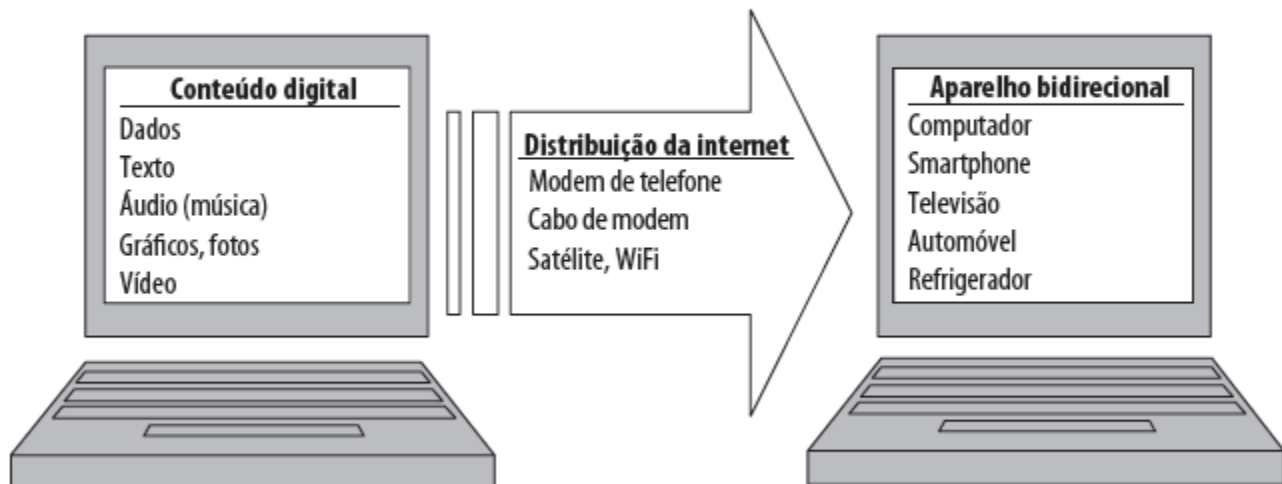
# E-MARKETING É MAIOR QUE A WEB

- ⊙ A web é a parte da internet que suporta a interface gráfica para navegação em intertexto
- ⊙ A web é o que a maioria das pessoas pensa quando imagina o que seja internet.
- ⊙ O marketing eletrônico vai muito além desse ambiente.

# A WEB É APENAS UM ASPECTO DO E-MARKETING

**Figura 1.1**

A web é apenas um aspecto do e-marketing.





# E-MARKETING É MAIOR QUE A TECNOLOGIA

- ⊙ A internet fornece aos usuários individuais acesso conveniente e contínuo a informações, entretenimento e comunicação.
- ⊙ As comunidades são formadas para compartilhar fotos (Flickr), vídeos (YouTube) e perfis individuais ou corporativos (Facebook).
- ⊙ O ambiente digital maximiza processos e atividades por toda a organização.
- ⊙ Sociedades e economias são fortalecidas por meio de mercados mais eficientes, mais empregos e acesso a informações.

# PROPORÇÃO DOS USUÁRIOS DA INTERNET GLOBAL

Posição	País ou área	Usuários de Internet <sup>[6]</sup>	Porcentagem da população <sup>[6]</sup>
1	<a href="#">China</a>	604,000,000	45.8%
2	<a href="#">Índia</a>	302,000,000	25%
3	<a href="#">Estados Unidos</a>	254,295,536	81%
4	<a href="#">Japão</a>	100,684,474	79.1%
5	<a href="#">Brasil</a>	99,357,737	49.8%
6	<a href="#">Rússia</a>	75,926,004	53.3%
7	<a href="#">Alemanha</a>	68,296,919	84%
8	<a href="#">Nigéria</a>	55,930,391	32.9%
9	<a href="#">Reino Unido</a>	54,861,245	87%
10	<a href="#">França</a>	54,473,474	83%
11	<a href="#">México</a>	44,173,551	38.4%
12	<a href="#">Coreia do Sul</a>	41,091,681	84.1%
13	<a href="#">Indonésia</a>	38,191,873	15.4%
14	<a href="#">Filipinas</a>	37,602,976	36.2%
15	<a href="#">Egito</a>	36,881,374	44.1%
16	<a href="#">Vietnã</a>	36,140,967	39.5%
17	<a href="#">Turquia</a>	35,990,932	45.1%
18	<a href="#">Itália</a>	35,531,527	58%
19	<a href="#">Espanha</a>	35,270,948	72%
20	<a href="#">Paquistão</a>	35,160,037	19%



# USUARIOS DE INTERNET NO MUNDO

2005	2010	2013 <sup>a</sup>	
<b>População mundial</b> <sup>[2]</sup>	6.5 bilhões	6.9 bilhões	7.1 bilhões
<b>Não usam a Internet</b>	84%	70%	61%
<b>Usam a Internet</b>	16%	30%	39%
<b>Usuários nos países em desenvolvimento</b>	8%	21%	31%
<b>Usuários nos países desenvolvidos</b>	51%	67%	77%

<sup>a</sup> Estimativa.

Fonte: [União Internacional de Telecomunicações](#).<sup>[3]</sup>

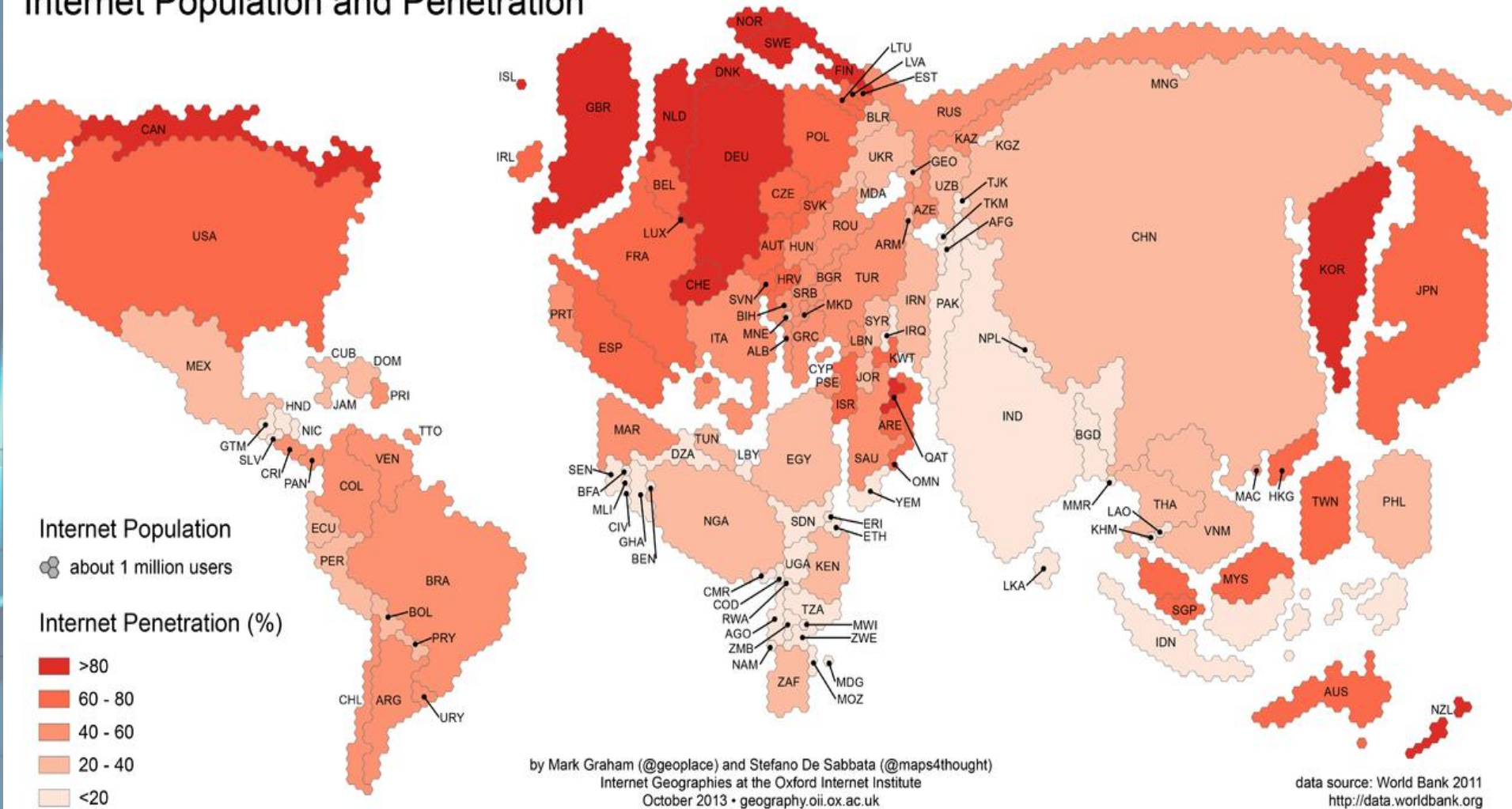
# USUÁRIOS DE INTERNET POR REGIÃO

2005 <sup>b</sup>	2010 <sup>b</sup>	2013 <sup>a,b</sup>	
<u>África</u>	2%	10%	16%
<u>Américas</u>	36%	49%	61%
<u>Estados Árabes</u>	8%	26%	38%
<u>Ásia e Pacífico</u>	9%	23%	32%
<u>Comunidade dos Estados Independentes</u>	10%	34%	52%
<u>Europa</u>	46%	67%	75%

<sup>a</sup> Estimativa. <sup>b</sup> Por 100 habitantes.

Fonte: União Internacional de Telecomunicações.<sup>[3]</sup>

# Internet Population and Penetration

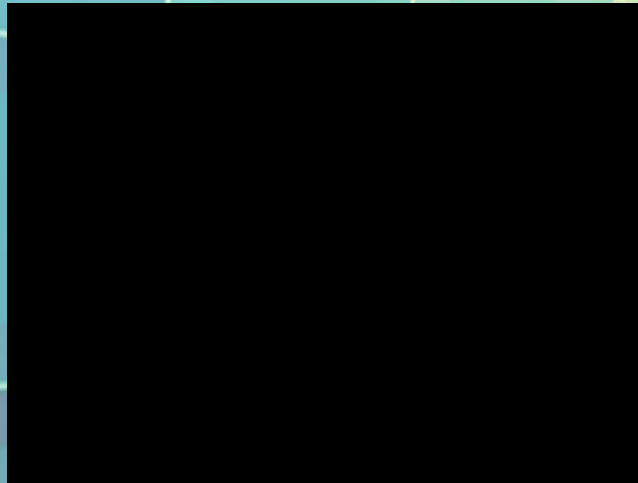


# PASSADO DO E-MARKETING: WEB 1.0

- ◎ A internet começou em 1969 como Arpanet, uma rede de uso acadêmico e militar.
- ◎ As primeiras webpages e navegadores apareceram em 1993.
- ◎ A primeira geração de e-business foi como a corrida do ouro.
  - ◎ Entre 2000 e 2002, mais de 500 empresas relacionadas à internet fecharam nos Estados Unidos.
  - ◎ Após o quarto trimestre de 2003, quase 60% das empresas ponto.com obtiveram lucro.



# A BOLHA



# EXERCICIOS

# HISTÓRIA DA INTERNET

**Figura 1.4** História da internet: fatos interessantes e divertidos.

1969	Arapnet incumbida pelo U.S. Department of Defense (Departamento de Defesa dos EUA) para uso militar e acadêmico.
1975	Primeira lista de e-mails criada para utilizar a nova rede de computador.
1979	Usenet estabelecido para desenvolver discussões. Inicialmente, postado em 1981. Posteriormente, gerenciado pelo Google Groups (800 milhões de mensagens arquivadas).
1984	Número de provedores conectados atinge mil.
1987	Número de provedores conectados atinge 10 mil. Primeira conexão de e-mail com a China.
1988	Primeiro vírus, afeta 10 por cento dos 60 mil provedores.
1993	Surgem os primeiros websites, e as empresas e a mídia reconhecem o fato.
1994	Primeiros anúncios em banner, 'Jerry and David's Guide to the World Wide', aparecem em < <a href="http://hotwired.com">http://hotwired.com</a> > (posteriormente, denominado Yahoo!).
1995	eBay abre suas portas e descontinua o negócio dos anúncios classificados.
2000	Napster.com mostra ao mundo que a rede peer-to-peer pode funcionar. As empresas mostram que o comércio eletrônico nem sempre funciona (a queda das empresas ponto.com).
2002	Criar seu próprio blog é considerado moderno.
2003	A Associação da Indústria Fonográfica Norte-americana (Recording Industry Association of America — RIAA) processa 261 pessoas por download ilegal de música.
2004	16 por cento da população mundial utiliza a internet. As empresas avaliam como gerar lucro com modelos e-business.
2010	27 por cento da população mundial está on-line. O uso da internet em países industrializados atinge a maturidade. O uso da mídia social altera o equilíbrio do poder, das organizações para os usuários da internet.

*Fonte:* algumas destas informações foram obtidas da história da internet de Hobbes (disponível em <<http://www.zakon.org>>).

Avaliações de adesão da internet disponíveis em: <<http://www.worldinternetstats.com>>.

Referência:

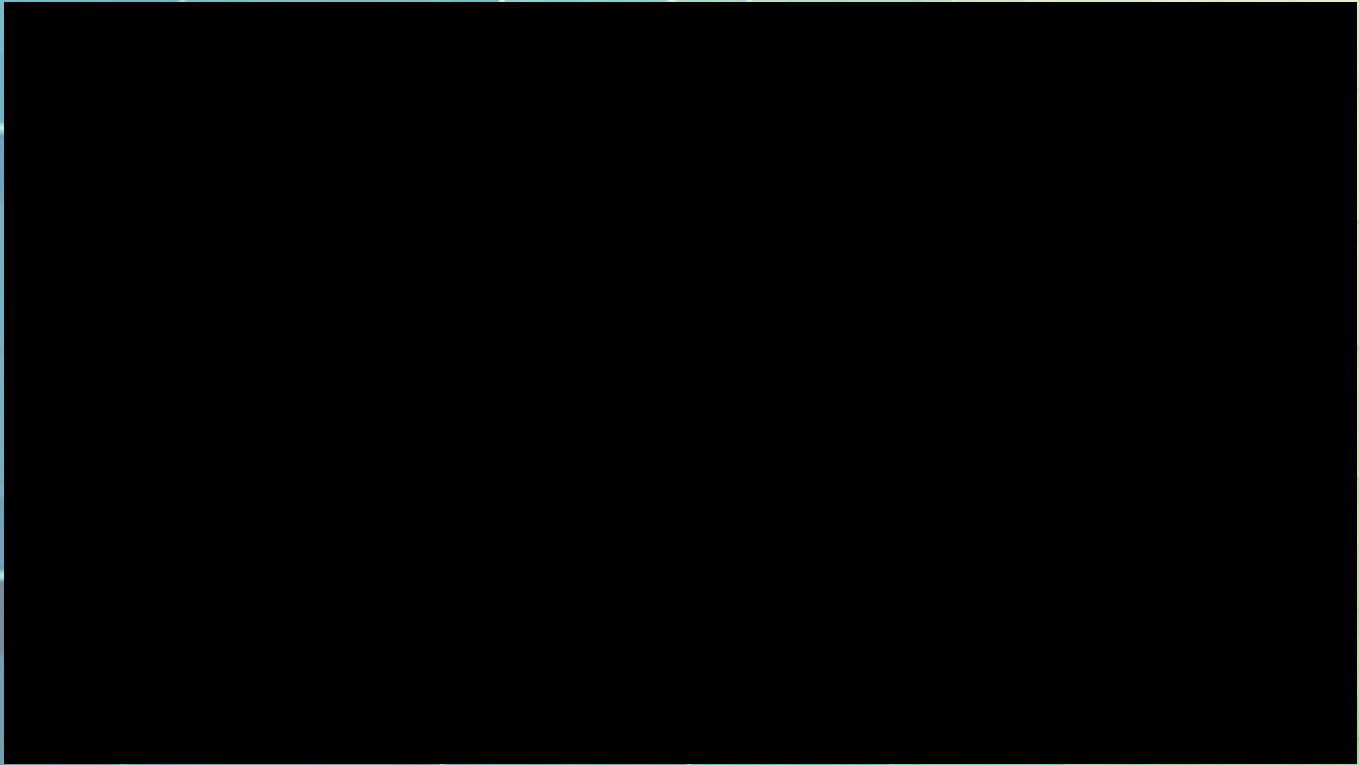
STRAUSS, J.; FROST, R. E-Marketing. 6ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012

# E-MARKETING ATUAL: WEB 2.0

- ◎ As tecnologias da web 2.0 conectam pessoas entre si por meio da mídia social, que criou oportunidades para os profissionais de marketing.
- ◎ Transferência do poder dos vendedores para os compradores.
- ◎ Os consumidores acreditam mais em outro consumidor do que nas empresas.
- ◎ Fragmentação do mercado e da mídia.
- ◎ As conexões são críticas.



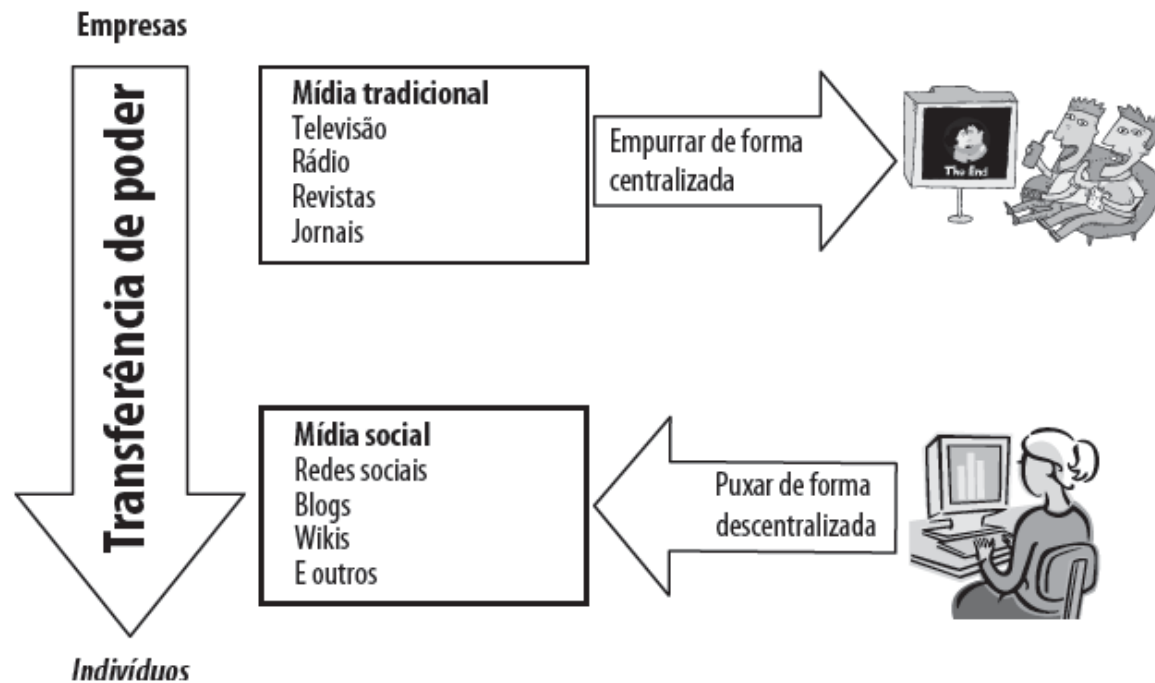
# O CONSUMIDOR ONLINE



# TRANSFERÊNCIA DO PODER DAS EMPRESAS PARA OS INDIVÍDUOS

**Figura 1.7**

Transferência do poder das empresas para os indivíduos.

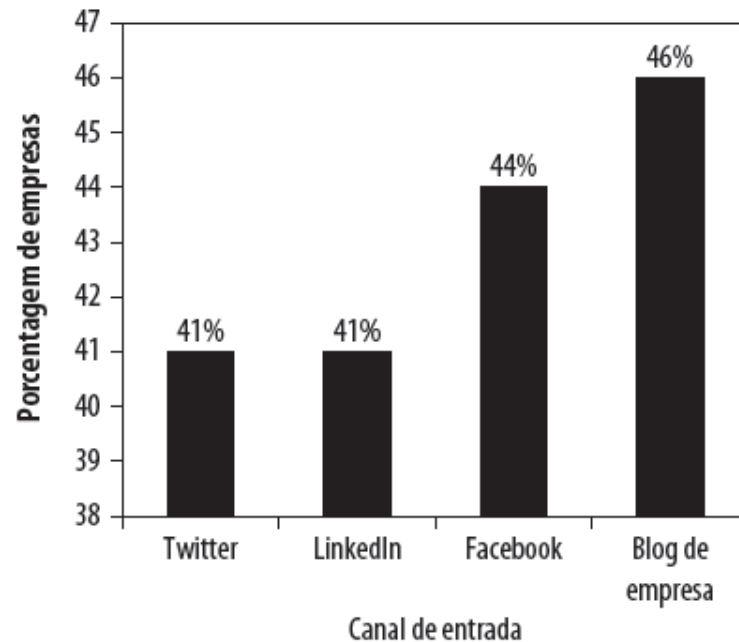


Fonte: adaptado de Dion Hinchcliffe (<<http://web2.socialcomputingmagazine.com>>).

# CONQUISTANDO UM CLIENTE NA MÍDIA SOCIAL

**Figura 1.8**

Proporção de empresas que conquistam um cliente na mídia social.



Fonte: dados do 'The state of inbound marketing 2010'. Disponível em: <<http://www.hubspot.com>>.

# OUTRAS OPORTUNIDADES E DESAFIOS NA WEB 2.0

- ⊙ A adesão à internet amadurece
- ⊙ As vendas a varejo on-line amadurecem
- ⊙ Mecanismos de busca atualmente são mecanismos de reputação
- ⊙ O conteúdo ainda é o fator soberano
- ⊙ Melhoria da integração das estratégias on-line e off-line
- ⊙ O papel do capital intelectual
- ⊙ Adesão da banda larga em âmbito doméstico em 60%
- ⊙ Cauda longa



# O FUTURO: WEB 3.0

- ◎ As mídias tradicionais e sociais perderam sua distinção.
- ◎ Há convergência entre os aparelhos.
- ◎ A rede sem fio cresce.
- ◎ A web semântica fornece aos usuários informações sem esforço.

# WIFI EM UMA ESTAÇÃO DE TREM NA FRANÇA



# O QUE VAI CARACTERIZAR A WEB 3.0?

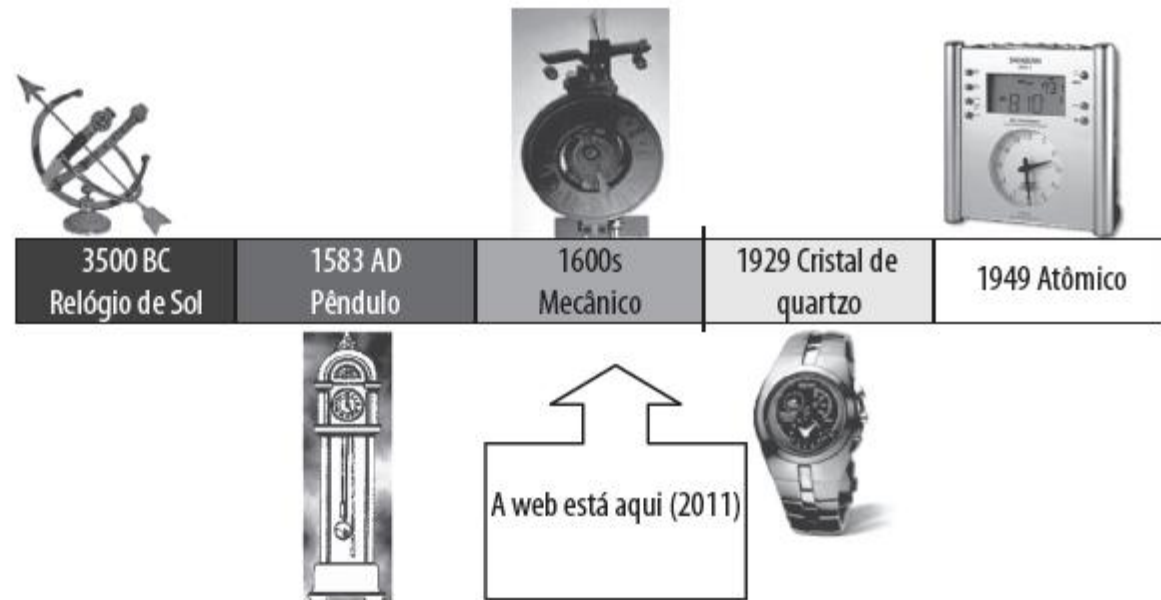
- ⊙ Em 2020, o aparelho móvel será a principal ferramenta de conexão à internet (Pew study).
- ⊙ A mídia interativa vai canibalizar a mídia tradicional (Forrester Research).
- ⊙ A web 3.0 será vista como aplicativos atuando em conjunto... em qualquer aparelho... são extremamente rápidos... distribuídos de forma digital (Eric Schmidt do Google).



# ANALOGIA TEMPO-INTERNET

**Figura 1.11**

Analogia tempo-internet : aguardando o próximo avanço tecnológico.





# QUESTÕES PARA REFLEXÃO

- ⦿ Explique como os avanços na internet e na tecnologia de informação criam benefícios e desafios para clientes, empresas, profissionais de marketing e para a sociedade.
- ⦿ Distinguir e-business de e-marketing.
- ⦿ Explique como o aumento do controle e o poder do comprador estão modificando o cenário de marketing.
- ⦿ Aponte as diversas tendências que podem definir o futuro do e-marketing.

# A HISTÓRIA DA CAMPANHA DE BARACK OBAMA

- ◎ A estratégia de Obama na internet focou eleitores na faixa etária de 18 a 29 anos, pois 93 por cento desse segmento está on-line e utiliza a internet para obter informações e se conectar com amigos.
- ◎ Facebook.com exibiu mais de 8 milhões de amigos de Obama.
- ◎ Dois terços do total de fundos da campanha levantados foram gerados pelo canal on-line de Obama.