

PERGUNTA 69 (E-COMMERCE)	PERGUNTA 69 (E-COMMERCE)
O que é o E-commerce ?	E-commerce (Eletronic Commerce) são quaisquer operações de compra e venda feitos via internet , além das transações feita via site, podemos encontrar as derivações do E-commerce , como: o M-commerce (Mobile Commerce), T-commerce (Television Commerce), o Social Commerce (Comércio via Redes Sociais) e mais recentemente o F-commerce . (Comércio via Facebook)
Quais são as modalidades de E-commerce ?	B2B – Bussiness to Bussiness : transações comerciais entre empresas como, por exemplo, atacados que vendem para lojas menores do varejo; B2C – Bussiness to Consumer : entre empresa e consumidor final; B2I – Bussiness to Institutions : transações entre empresas e instituições educacionais, associações, etc; B2E – Bussiness to Employee : empresas que vendem produtos ou serviços para seus funcionários; C2C – Consumer to Consumer : entre consumidores; (OLX)
Por que ter um E-commerce é muito vantajoso ?	É mais vantajoso por vários motivos: é melhor do que ter uma loja física, principalmente no caso de pequenas e médias empresas, pois o custo para manter o negócio é mais baixo , afinal não tem contratação de funcionários, aluguel ou reforma de espaço. Além disso é possível conquistar um número maior de clientes , afinal não há barreiras geográficas para compra com exeção o envio da mercadoria. Sem falar do fato de que a compra poder ser feita 24 horas .
Quais motivos levam a maioria das pessoas ao abandono de carrinho em um E-commerce ?	O valor do frete ser maior que o esperado; O tempo de entrega ser muito longo; Usabilidade do site ser muito ruim; Não ter o cartão de crédito próximo para efetuar o pagamento; Não ter a forma de pagamento que o site determina;
Como muitos E-commerce usam a estratégia de Retargeting para evitar o abandono de carrinho?	O Retargeting é quando você envia um banner, ou post ou um e-mail para um usuário que já acessou a sua página na busca por um produto que o interessou com o objetivo de fazê-lo retornar á compra . As vantagens desse método é a comunicação direcionada ao consumidor, estudos mostram que um marketing-e-mail enviado em até 3h após o abandono do carrinho têm 40% de chance de reabertura do carrinho .
Como muitos E-commerce usam a estratégia de Recuperação de Carrinho Facilitada para evitar o abandono de carrinho?	Essa estratégia é usada quando queremos facilitar um Retarget , para que o cliente tenha uma experiência agradável ao visitar novamente o nosso site. Fazemos isso por deixar o carrinho no ponto em que o cliente deixou antes de sair do site , assim ele não terá que fazer toda a pesquisa novamente.
Como muitos E-commerce usam a estratégia de Deixar as Informações Claras Antes do Cliente Pegar o Carrinho para evitar o abandono de carrinho?	Por deixar todas as informações importantes sobre o processo de compra e uso de carrinho muito claras, antes que o cliente pegue o carrinho. Podemos fazer isso por mostrar o valor e tempo do frete , política de retorno ao carrinho , facilitar a colocação e retirada de itens e etc.
Como muitos E-commerce usam a estratégia de Mudanças na Política do Frete para evitar o abandono de carrinho?	Caso a empresa perceba que o frete é o maior causador de abandono de carrinho, a empresa pode tentar negociar com a empresa de entregas um frete mais barato , ou então fazer uma pesquisa melhor entre as transpotadoras , para escolher uma empresa de maior custo benefício para a empresa e menor custo de frete para o cliente .
Como muitos E-commerce usam a estratégia de Formas de Pagamento Diversas para evitar o abandono de carrinho?	Por analisar as formas de pagamento e pensar não apenas no que é melhor para o negócio , mas sim no que é mais fácil para o seu público-alvo . Será boleto bancário? Parcelas no cartão? Quanto maior o número de possibilidades de compras , menor o número de desistências dos consumidores.
Como muitos E-commerce usam a estratégia de Incentivos para Diminuir a Indecisão para evitar o abandono de carrinho?	Por disponibilizar a maior quantidade de informações possível sobre um produto para que o consumidor não tenha dúvidas de que comprá-lo é a melhor decisão . Por exemplo, ter descrição completa sobre o produto e depoimento de outros usuários .

PERGUNTA 69 (E-COMMERCE)	PERGUNTA 69 (E-COMMERCE)
Como muitos E-commerce usam a estratégia de Checkout sem Distrações para evitar o abandono de carrinho?	No ramo do E-commerce, o Checkout significa o processo de finalizar o pedido, efetuando o pagamento dos artigos que estão no carrinho de compras. O checkout online é muitas vezes complicado e não transmite segurança para o cliente , o que o leva a abandonar o seu carrinho virtual, não chegando a comprar o produto. Para evitar esse problema deixe a sua página de checkout simples , somente com as informações que relevantes para que o usuário faça o checkout de maneira confortável.
Como muitos E-commerce usam a estratégia de Checkout Fácil e Ágil para evitar o abandono de carrinho?	Diminuindo as etapas até o pagamento. Oque é um grande diferencial entre os sites E-commerce, visto que na maioria deles a forma de pagamento é muito complicada.
Quais as diferenças entre uma empresa que utiliza um Canal Único de Marketing para uma empresa que é Multicanal ?	Numa empresa de Canal único o consumidor tinha que ir até a loja física como sua única alternativa de compra, de tirar dúvidas e etc, mas numa empresa Multicanal, o consumidor tem a opção de ir a uma loja virtual ou por telefone, não ficando refém unicamente da loja física .
Por que dizemos que hoje uma empresa não deve apenas ser Multicanal, mas deve ser Omnicanal ?	Uma empresa Omnicanal é uma empresa que não somente atende a vários canais, mas ela é capaz de mesclar a forma de uso destes canais da maneira que ficar melhor para o cliente . Onde o cliente pode comprar algo na loja virtual e trocar numa loja física da marca, onde os critérios de compra da loja física, virtual, mobile, redes sociais, televendas ou qualquer outro ponto de contato com o cliente conversem entre si, sejam coerentes e simplificados .
Por que podemos dizer que o conceito de Omnicanal vai além do mero contato do cliente com a loja física e loja virtual ?	Por que no mundo conectado o cliente vai avaliar tudo oque puder da empresa e vai expor a sua opinião sobre seja lá oque for que ele tiver contato com a empresa , por isso, todos os pontos de contato com o consumidor são importantes, seja o armazenamento, logística, distribuição, entrega ou atendimento ao cliente. A empresa deve se esforçar em conseguir o máximo de dados possíveis para entregar a melhor experiência ao cliente , seja lá onde for.
O que é o conceito de Big Data ?	A Big Data é um grande conjunto de informações armazenadas sobre uma pessoa, informações trazidas de diversos servidores em conjunto , e que podem ser acessadas para entregar ao usuário a experiência mais customizada possível baseado no seu comportamento na internet . As ferramentas Big Data são amplamente usadas no meio do E-commerce, e são resguardadas por lei , para que as informações de uma pessoa não possam ser usadas indevidamente.