Desenvolvimento de Software

# Plano de Negócios, Um Estudo de Caso

A crescente explosão da Internet no mundo e, mais recentemente, na América Latina, tem proporcionado oportunidades jamais vistas para negócios inovadores na www. O comércio eletrônico é o grande foco da maioria das empresas que ingressam nesse meio e, em particular, destacam-se aquelas focadas em B2B *(business-to-business)* e B2C *(busi­ness-to-consumer).* O *EasyBuying* é uma nova forma de fazer comércio eletrônico B2C.

O site [www.easybuying.com.br](http://www.easybuying.com.br/) surgiu da oportunidade identificada em se atuar como intermediário no processo de comercialização de produtos e/ou serviços de pequenas e médias empresas por meio da Internet. O site visa a facilitar a aproximação entre fornecedores e compradores através da forma mais simples possível, proporcionando a qualquer empresa que tenha este recurso efetuar o comércio eletrônico.

Os clientes do *EasyBuying* são classificados em: fornecedores — que se cadastram no site, mediante o pagamento de uma taxa mensal; e consumidores — usuários que utilizarão o site à procura de produtos e/ou serviços oferecidos pelos fornecedores das várias categorias do site.

A missão do *EasyBuying* é a de fazer fornecedores e consumidores se comunicarem, proporcionando condições necessárias para a concretização de negócios por intermédio da Internet. O modelo de negócios conhecido como Leilão Reverso, é dirigido pela demanda e não pela oferta, dife­rentemente dos sites convencionais de comércio eletrônico.

Os consumidores não pagam para utilizar os serviços do *EasyBuying*. Assim, as receitas geradas são prove­nientes de mensalidades cobradas dos fornecedores cadastrados, bem como da comercialização de banners no site e publicidade contida nos e­-mails enviados aos usuários.

O diferencial do *EasyBuying* é o seu modelo de negócios, que se baseia na troca de mensagens (emails, notificações, telegram, ...) entre consumidores e fornecedores. Como toda comunicação entre consumidores e fornecedores é intermediada pelo *EasyBuying* por meio de múltiplas formas de comunicação (e-mail, notificações, telegram, ...), esta pode ser considerada uma vantagem competitiva em relação aos demais negócios de comércio eletrônico (e-commerce) B2C.

O processo de comunicação do *EasyBuying* é simples e preserva a priva­cidade do usuário consumidor até que este demonstre interesse em contatar o(s) melhor(es) fornecedor(es), selecionado pelo próprio consumidor, para atender sua requisição. Este processo consiste basica­mente em:

1. O consumidor acessa o site e realiza a autenticação e autorização.
2. O consumidor interessado em um produto e/ou serviço preenche um formulário com seu endereço de e-mail, as características do produto, faixa de preço que está disposto a pagar e o prazo para receber as propostas.
3. O *EasyBuying* encaminha os pedidos (e-mail, notificações, WhatsApp, ...), aos fornecedores cadastrados naquela categoria em questão, sem identificar o consu­midor.
4. Os fornecedores encaminham suas propostas respondendo as mensagens recebidas.
5. *EasyBuying* remete as propostas ao consumidor.
6. Havendo interesse por parte do consumidor, o *EasyBuying* disponibi­liza as informações necessárias para que o mesmo se comunique com o(s) fornecedor(es), a fim de que o negócio seja concretizado.

A principal preocupação foi a obtenção de um produto de fácil compreensão e utilização, tanto pelos consumidores quanto pelos fornecedores, com especial atenção aos aspectos velocidade de acesso e o mínimo de passos possível, visando à economia de tempo. Nesse sentido, o layout do site atende a essas especificações de requisitos. Existe uma explicação clara do funcionamento do produto e de sua gratuidade para os usuários consumidores, que se localiza em destaque na parte superior do site. Outro destaque é a seção de busca por palavra-chave, que proporciona ao usuário encontrar mais rapidamente o produto e/ou serviço desejado e a categoria em que o mesmo se enquadra.

O site contém quatro seções: uma destinada à elaboração de pedidos de consumidores; uma para o cadastro de fornecedores; outra para ajuda de consumidores e fornecedores; e ainda uma outra contendo informações úteis e ofertas do site. Todas elas podem ser acessadas pelo menu lateral.

Seção de Pedidos: Encontra-se na página inicial do site e apresenta todas as categorias e subcategorias de produtos e/ou serviços exis­tentes. Essas categorias foram definidas por meio de uma profunda pesquisa referente aos principais produtos e serviços comprados via Internet no Brasil. São mais de duzentas subcategorias agrupadas em diversas categorias (ver página seguinte):

O usuário encontrará determinado produto e/ou serviço rapida­mente, bastando selecionar com o mouse a categoria desejada. O pedido é feito pelo usuário em um formulário padrão com os seguintes campos: endereço do e-mail para contato, descrição do produto e/ou serviço, faixa de preço desejado e prazo para receber as propostas dos fornece­dores.

|  |  |
| --- | --- |
| Artes, casa e cia. | Informática |
| Artigos esportivos | Instrumentos musicais |
| Automóveis e motocicletas | Livros e revistas |
| Brinquedos | Papelaria e material de escritório |
| CDs e discos | Relógios, jóias e bijuterias |
| Corretora e administradora de seguros | Saúde e beleza |
| Cursos | Vestuário |
| Eletroeletrônicos | Viagens e turismo |
| Flores e presentes |  |

Seção de Fornecedores: O destaque especial é a área administrativa existente, a qual poderá ser acessada através de uma senha previamente cadastrada pelo fornecedor, que permite acesso a várias estatís­ticas úteis referentes à participação do fornecedor no site, tais como: número de pedidos recebidos por categoria em determinado período; pedidos pendentes; classificação em relação aos demais fornecedores da mesma categoria; sazonalidade dos pedidos; índice de produtivi­dade em termos de respostas; e, ainda, o fornecedor poderá alterar dados a qualquer momento, responder a pedidos diretamente no site, cadastrar-se em outras categorias ou subcategorias, entre outras ações.

Seção de Ajuda: A seção ajuda contém uma relação completa de perguntas mais freqüentes, visando a sanar dúvidas de usuários e de fornecedores. Existem dicas de pesquisa, informações sobre como se cadastrar no site, informações detalhadas de funcionamento do *EasyBuying*, e-mails para esclarecimento de dúvidas, contato, parcerias, sugestões e críticas, oferecendo assim um suporte adequado aos clientes *EasyBuying*.

Seção de Informações: E destinada a temas como termos do serviço, política de privacidade, informações sobre a empresa responsável pelo *EasyBuying*, e para comunicar novas funcionalidades do site, ou mesmo dar dicas sobre ofertas etc.

Tanto os fornecedores como os usuários devem realizar a autenticação e autorização antes de acessarem o *EasyBuying*.

Houve a preocupação de se desenvolver uma área completa de admi­nistração do site, totalmente automatizada e acessível via Web pela equipe administrativa do *EasyBuying*. Essa área é controlada com senhas e permite acesso total ou restrito a usuários cadastrados pelo adminis­trador, provendo suporte às decisões das várias áreas da empresa, como o departamento de Marketing e Financeiro. Como exemplo, banners de publicidade podem ser cadastrados e inseridos no site por uma agência terceirizada, com acesso apenas a essa área do site. Todas as ações de fornecedores e usuários são monitoradas e registradas na área adminis­trativa, que possui estatísticas e filtros ainda mais sofisticados que os disponíveis aos fornecedores cadastrados.

Os fornecedores podem realizar a implementação de sua propria interface gráfica. Isso permite que o fornecedor faça suas próprias customizações. Contudo, todas as informações estão centralizadas no EasyBuying. Esta interface gráfica pode ser executada tanto no ambiente do EasyBuying ou na estrutura do fornecedor.

# Referências Bibliograficas

DORNELLAS. Plano de Negócios, Um Estudo de Caso. 21 de junho de 2013. Disponível em: <http://www.uniriotec.br/~girardi/arquivos/ei/EInf03-EC-EasyBuying.doc>