

Introdução ao Comércio Eletrônico - E-Commerce

Prof. Adriano Maranhão

1

Apresentação(Professor)

Site:
resenhadevalor.com.br

- Graduado em Ciências da Computação - UVA
- Pós-graduado em Engenharia de Software - INTA
- Departamento de Tecnologia da Informação - UFC

2

Sumário

- Definição.
- Origem.
- Relações comerciais do CE.
- Vantagens do e-commerce para empresas.
- Evolução da WEB (ondas).
- CRM.
- M-Commerce.
- Social Commerce.
- M-Payment.
- Regulamentação do E-Commerce.

3

Definição

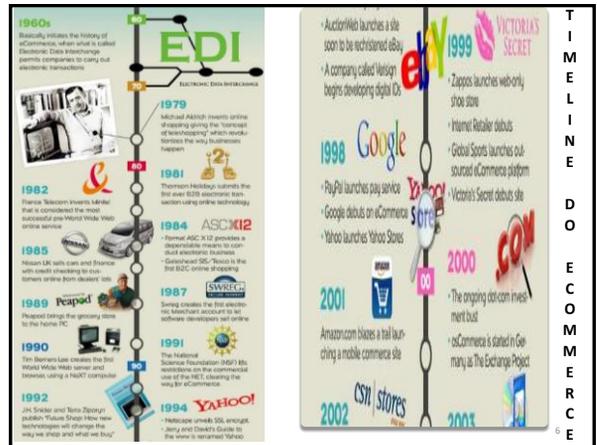
O comércio eletrônico , comumente escrito como e-commerce, é a negociação ou facilitação da negociação de produtos ou serviços que utilizam redes de computadores , como a Internet. Venda não presencial que se estende até venda por telemarketing ou ainda comércio virtual é um tipo de transação comercial feita especialmente através de um equipamento eletrônico, como, por exemplo, um computador.

4

Origem

- O significado de comércio eletrônico vem mudando ao longo dos últimos 30 anos. Originalmente, CE significava a facilitação de transações comerciais eletrônicas, usando tecnologias como Eletronic Data Interchange (EDI) e Eletronic Funds Transfer (EFT). Ambas foram introduzidas no final dos anos 60, a permitindo que empresas mandassem documentos comerciais como ordem de compras e contas eletronicamente.

5

T
I
M
E
L
I
N
E
D
O
E
C
O
M
M
E
R
C
E

Origem

- No Brasil, o comércio eletrônico B2C surgiu em 1995, logo depois da internet comercial. Entre as empresas pioneiras nas vendas online, destaca-se Livraria Cultura, Grupo Pão de Açúcar, Lojas Americanas, Magazine Luiza e Booknet, esta última foi comprada por um grupo de investidores e mudou o nome para Submarino (empresa).

7

Relações comerciais do CE

As relações comerciais eletrônicas podem ser divididas em três principais partes:

- Business-to-business (B2B), que é a interação comercial entre empresas;
- Business-to-consumer (B2C), que define a transação comercial entre empresa e consumidor final;
- Consumer-to-consumer (C2C), que é a negociação realizada entre consumidores, como os leilões eletrônicos

8

Vantagens do e-commerce para empresas

- A sua rede de loja(s), negócio esta disponível 24 horas * 7 dias por semana;
- Possibilidade de desconto maior no produto tendo em vista o custo de contratação de vendedores e sem repasse de comissões aos mesmos;
- Você não precisa alugar uma loja física e investir em decoração, vitrines, segurança e saneamento;
- Reduzida probabilidade de erros de interpretação no circuito com o cliente , e mesmo com o fornecedor;
- Poupança nos custos associados com o cliente e com o fornecedor;
- Baixo tempo de entregas das encomendas;
- Facilidade no acesso a novos mercados e clientes, com reduzido esforço financeiro;

9

Vantagens do e-commerce para empresas

- A vantagem competitiva das grandes empresas para as pequenas é menor. Um eficiente e atractivo portal de compras na Internet não necessita de um elevado investimento financeiro. O cliente escolhe por quem lhe dá mais confiança e melhor serviço;
- Procedimentos associados as compras bastante céleres, permitindo as empresas diminuir o tempo médio de recebimento, melhorando o seu cashflow;
- Facilidade processamento de dados transmitido pelo CRM, como por exemplos preferências e forma de pagamento dos clientes, assim como permite a antecipação da evolução das tendências do mercado;
- Contacto permanente com todas as entidades intervenientes no processo, as interacção são mais rápidas, diminuindo os custos relacionados com a comunicação.

10

Vantagens do e-commerce para empresas

- Conhecimento constante do perfil de clientes, seus hábitos e regularidade de consumos;
- Antecipação das tendências de mercado, disponibilidade permanente de relatórios sobre os produtos mais visualizados, áreas mais navegadas;
- Rapidez na divulgação de novos produtos ou promoções
- Os fabricantes conseguem acessar diretamente o mercado consumidor e dessa forma diminuir intermediários e aumentar sua lucratividade
- As empresas conseguem internacionalizar suas marcas com custos muito mais baixos, sem precisar abrir lojas físicas.

11

Estamos vivendo a 3ª onda da

Primeira Onda (1995)	Segunda Onda (2000)	Terceira Onda (2007+)
E-mail	Comércio Eletrónico	Blogs
Calendários	Instant messaging	Wikis
Grupos de Discussão	Portals	RSS feeds
Fóruns	Streaming media	Redes sociais
Diretórios	Web conferencing	Tagging
Groupware	Busca	Social bookmarking
	Sites pessoais	Perfis pessoais
	Web Services	Mashups

Fonte: Web 2.0 e Redes Sociais - Marcelo Negri

Mídia Social

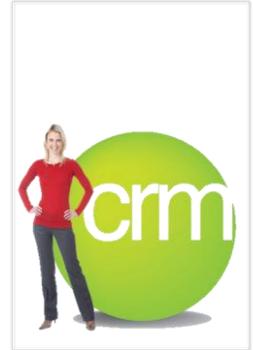
Redes sociais potencializando os relacionamentos e possibilitando descobrir sinergias de atitude e de consumo.

Terceira Onda (2005+)



Customer Relationship Manager

Gerenciamento
do
Relacionament
o
com o Cliente



14



WIKIPEDIA
The Free Encyclopedia

É uma abordagem na Base de Dados que coloca o **Cliente no centro** dos processos do negócio.

15



WIKIPEDIA
The Free Encyclopedia

Análise que visa perceber e antecipar as **necessidades** dos clientes atuais e potenciais.

16



WIKIPEDIA
The Free Encyclopedia

É uma **estratégia**
de negócio.

17

M-Commerce



O uso de dispositivos portáteis sem fio, como telefones celulares e laptops para realizar transações comerciais online. Commerce transações móveis continua a crescer, eo termo inclui a compra e venda de uma vasta gama de bens e serviços, serviços bancários on-line, pagamento de contas, entrega de informação e assim por diante.

18

Social Commerce



Empresas utilizam o facebook, snapchat, twitter, instagram entre outras redes sociais para alavancar suas vendas.

Características que podemos destacar:

- * Maior interação com seus clientes.
- * Integração das redes sociais e as plataformas e-commerce.
- * Aprofundamento das relações Empresa/Cliente.
- * Amplo canal de divulgação de produtos e/ou serviços.
- * Custo relativamente baixo.

20

M-Payment

- Em vez de pagar com dinheiro, cheque ou cartões de crédito, o consumidor pode usar um telefone celular para pagar por uma ampla gama de serviços e bens digitais ou impressas.



20

Regulamentação do E-Commerce



Conjunto de leis que regulamentam a atividade. Sobre a mesma podemos destacar :

Segue o código do consumidor.

Deveres do Fornecedor.

Direito do arrependimento.

Compras Coletivas.