

Mobile Commerce

- Prof. Adriano Maranhão

Sumário

- Definição
- História
- Cenário
- Pontos positivos
- Pontos negativos
- Aplicações
 - Mobile banking
 - Compra móvel
 - Mobile marketing e publicidade
 - Mobile Ticketing
 - Serviços baseados em localização
 - Serviços de Informação
- Perspectivas

Definição

- O *M-Commerce* é um comércio eletrônico que permite a transação comercial por meio de dispositivos móveis, ou seja, ele permite que o usuário de um celular ou tablet realize a compra de algum produto ou serviço através de seu dispositivo móvel.

Definição

Entrega de recursos de comércio eletrônico diretamente nas mãos do consumidor, em qualquer lugar, através da tecnologia wireless.

Histórico

- Nasceu em 1997 quando a Coca-Cola criou um software que simulava uma máquina de vendas onde o pagamento era feito por meio de SMS
- O primeiro serviço bancário foi lançado no mesmo ano pelo “Merita Bank of Finland”, também usando SMS
- Em 1998 a empresa “Radiolinja” da Finlândia, possibilitou o download pago de toques para celulares, caracterizando a primeira venda de conteúdo digital pelo celular

Histórico

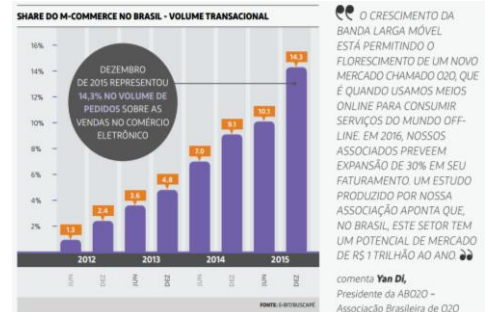
- Em 1999 duas das maiores plataformas para mobile commerce foram lançadas: SmartMoney (Filipinas) e NTT DoCoMo’s i-mode (Japão)
- No ano 2000 houve uma grande expansão na área
 - Noruega – pagamento de estacionamento via celular
 - Áustria – venda de tiquete de trem
 - Japão – compra de tiquetes de avião
- Em Julho de 2001 houve a primeira conferência sobre M-Commerce em Londres

Cenário

- Uma pessoa acessa internet no seu smartphone 150 vezes por dia.
- Passa cerca de 162 minutos por dia
- 20% tempo de mídia
- 4% do investimento publicitário.

Fonte KPCB: Internet trends 2014.

Vendas no m-commerce



Pontos Positivos

- Disponibilidade
- Portabilidade
- Segurança
- Personalização
- Localização

Pontos Negativos

- Hardware limitados.
- Heterogeneidade dos dispositivos.
- Dispositivos móveis são mais propensos ao roubo e destruição.

Aplicações

- Mobile banking
- Compra móvel
- Mobile marketing e publicidade
- Mobile Ticketing
- Serviços baseados em localização
- Serviços de Informação

Mobile banking

Bancos e outras instituições financeiras utilizam o comércio móvel para permitir que seus clientes acessem informações da conta e fazer transações, como a compra de ações, remetendo dinheiro.
Este serviço é muitas vezes referida como Mobile Banking , ou M-Banking.

Compra móvel

Empresas podem aceitar encomendas de clientes eletronicamente, via dispositivo móvel do cliente. Em alguns casos, o comerciante pode ainda entregar eletronicamente o catálogo, em vez de enviar um catálogo de papel para o cliente. Alguns comerciantes oferecem sites para celular que são personalizados para a tela menor e interface de usuário limitada de um dispositivo móvel.

Mobile marketing e publicidade

No contexto do comércio móvel, **mobile marketing** se refere ao marketing enviados para dispositivos móveis. A principal razão para isso é a natureza instantânea do cliente de tomada de decisão que os aplicativos móveis e websites permite. O consumidor pode receber uma mensagem de marketing ou cupom de desconto e, em poucos segundos, tomar a decisão de comprar e ir para concluir a venda sem interromper sua atividade atual do mundo real.

Mobile Ticketing

Os ingressos podem ser enviadas para telefones móveis usando uma variedade de tecnologias. Os usuários são então capazes de usar seus bilhetes imediatamente, ao apresentar seu telefone celular no momento do check ticket.

Serviços baseados em localização

A localização do usuário do telefone móvel é uma importante peça de informação utilizada durante as operações de comércio móvel ou m-commerce. Conhecendo a localização do utilizador permite a serviços baseados na localização, tais como:

- Desconto local oferece
- Clima local
- Rastreamento e monitoramento de pessoas

Serviços de Informação

Uma grande variedade de serviços de informação podem ser entregues para usuários de telefones móveis da mesma forma como é entregue a computadores. Esses serviços incluem:

Notícia

- Cotações de ações
- Placares esportivos
- Registros financeiros
- Relatórios de tráfego

Informações de trânsito personalizado, com base em padrões de viagem real de um usuário, pode ser enviado para um dispositivo móvel. Estes dados personalizados é mais útil do que uma transmissão de tráfego relatório genérica, mas era impraticável antes da invenção de dispositivos móveis moderna devido à largura de banda.

Perspectivas

- No Brasil, o mCommerce ainda está em fase embrionária, mas de acordo com pesquisa realizada em 2014, pela Acision (ESTC) em parceria com a consultoria Telecom
 - 71% dos brasileiros afirmaram que usariam o celular em substituição a um cartão de crédito ou de débito
 - 66% para consultar o saldo e movimentar sua conta do banco

Perspectivas

- Segundo Richard Crone, fundador da Crone Consulting, LLC
 - 57% de todos os usuários de celular dos EUA utilizam a internet pelo telefone móvel
 - 41% dos que ainda não têm acesso à internet pelo aparelho têm interesse em adquiri-lo nos próximos 12 meses
 - Até o final do ano, a previsão é de que mais de 50% de todos os aparelhos celulares existentes sejam smartphones

Perspectivas

- Aperfeiçoamento do sistema 4G, provendo uma melhor conexão
- Adoção da tecnologia NFC como padrão
- Maior popularização dos smartphones e dos tablets

Medidas para alavancar ainda mais as vendas via m-commerce.

