



E-commerce para PMEs

22º Dossiê Covid-19

Lab de Tendências - Casa Firjan

11/08/2020

O **Lab de Tendências da Casa Firjan** pensa cenários futuros de transformação que irão impactar as empresas e os profissionais.

Como forma de **pensarmos juntos sobre futuros possíveis** a partir das mudanças do cenário atual, estamos produzindo dossiês com conteúdos pertinentes a esse contexto.

O objetivo do material é **compartilhar boas práticas e oportunidades de ação** em prol da manutenção do ecossistema empresarial e sua relação positiva com a sociedade.

E-commerce para PMEs



A partir das discussões sobre e-commerce para pequenas e médias empresas fomentadas pelo Aquário Casa Firjan - série de palestras e debates semanais - ocorrido no dia 11/08/2020, vamos analisar o papel estratégico das lojas online no modo de funcionamento dos negócios.



E-commerce para PMEs

Contexto



Panorama do e-commerce

De acordo com a empresa de inteligência de mercado, Neotrust, [entre abril e junho de 2020, 5,7 milhões de clientes fizeram a primeira compra pela internet](#). Mesmo com o comércio presencial reabrindo, especialistas afirmam que essa tendência vai se manter e, com isso, existe ainda um amplo terreno para ser explorado pelas empresas.

Acompanhando esse movimento do consumidor, muitas negócios já estão investindo na presença digital. Entre março e maio de 2020, o Brasil registrou a [abertura de mais de uma loja virtual por minuto](#), segundo a Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm).



E-commerce para PMEs

A mudança de comportamento de consumo, em decorrência do isolamento social, fez com que as [vendas no comércio eletrônico das pequenas e médias empresas tivessem um aumento de 140% em março de 2020](#), segundo levantamento da plataforma Nuvemshop. As PMES são um importante vetor do crescimento econômico brasileiro e para manter sua relevância no mercado elas precisam conseguir adaptar seu modelo de negócio. Temas como usabilidade, investimentos em marketing digital e logística ganham maior ênfase em um contexto de disseminação da presença digital das empresas.



E-commerce para PMEs

Pilares

1

Alcance

Investir em ações que ampliem a visibilidade do negócio online.

2

Experiência

Desenvolver uma usabilidade acessível para a apresentação dos produtos e serviços.

3

Compra

Construir um processo de compra simplificado e que transmita confiança.

4

Suporte

Oferecer um canal de comunicação com os consumidores e potenciais clientes.



E-commerce para PMEs

Pontos iniciais para uma empresa ingressar no e-commerce

- 1 Ter um entendimento claro do propósito da venda online para a empresa;
- 2 Investir na diferenciação, a partir da compreensão do nicho de mercado da empresa e de seu público;
- 3 Estudar sobre e-commerce, formas de ingresso e suas regulações específicas;
- 4 Mapear necessidades financeiras e de logística da empresa para iniciar as vendas online;
- 5 Entender que é um investimento a longo prazo e envolve um tempo de maturação do negócio;
- 6 Cuidar dos detalhes do processo e oferecer uma experiência de venda de qualidade;
- 7 Realizar ações que auxiliem na construção de confiança dos consumidores.



E-commerce para PMEs

Pontos de atenção no desenvolvimento de um e-commerce

1

Planejamento



2

Plataforma
e tecnologia



3

Integração da loja
aos sistemas de gestão



4

Comunicação
visual



5

Gestão
de conteúdo



6

Operação
e logística



7

Serviços
financeiros



8

Marketing digital





E-commerce para PMEs

Boas práticas para implementar nas empresas



Analisar

constantemente as novas tecnologias utilizadas no e-commerce



Avaliar

qual formato de venda online melhor se adequa ao contexto da empresa



Desenvolver

estratégias de vendas para fidelizar clientes



Investir

na segurança em todas as etapas do processo



Estruturar

o fluxo logístico, mapeando armazenagem, expedição, entrega e devolução



Aplicar

as práticas de marketing digital mais adequadas ao público-alvo da empresa



E-commerce para PMEs

Questionamentos para as empresas ingressarem no e-commerce

Qual o cenário online do mercado no qual a empresa se insere?

Antes de iniciar seu e-commerce, é importante que a empresa tenha um panorama de seu setor e do comportamento de seu público, para tomar decisões que promovam diferenciação e potencializem a marca.



Do tipo de plataforma utilizada às possibilidades de pagamento que serão aceitas, a empresa precisa estar ciente de quais vantagens e desafios cada uma delas traz para seu negócio.

Qual a melhor maneira para a empresa ingressar no comércio online?

A empresa tem um plano de negócios estruturado para a venda online?

Desenvolver uma estratégia que avalie quanto se espera que o negócio cresça é importante para estruturar um plano de vendas e entender quanto será necessário investir.





E-commerce para PMEs

Desafios

Inserção no mercado



Um novo negócio online precisa conquistar seu nicho de mercado, posicionando-se de acordo com seus diferenciais e construindo ações que permitam que o público esteja confiante o suficiente para consumir os produtos ou serviços da empresa.

Questões técnicas



Há variadas falhas técnicas que podem ocorrer no processo de compra online, por isso é fundamental que as empresas tenham seus pontos de contato com o cliente bem mapeados e soluções rápidas para contornar riscos de impacto nas vendas e perda da confiança.

Aspectos tributários



Para que a empresa possa se equilibrar financeiramente é preciso que esteja ciente das tributações referentes ao comércio online, que possuem algumas regras e modalidades distintas do comércio físico. Uma possibilidade é buscar auxílio especializado para a digitalização do negócio.



E-commerce para PMEs

Oportunidades



Ampliação do alcance

O e-commerce permite que a empresa amplie seu raio de atuação, tendo a oportunidade de entregar produtos e divulgar sua marca em todo o país e até no exterior, de acordo com as particularidades do negócio. Além de não ficar limitada ao horário de funcionamento tradicional, podendo estar disponível ao atendimento contínuo dos clientes.



Análise de métricas

Por meio dos registros digitais de interação dos clientes com os produtos e serviços oferecidos pela empresa é possível mapear com mais facilidade as particularidades do público, quais são os itens mais procurados e as ações de marketing mais eficazes, por exemplo. Isso permite uma melhor gerência dos dados e otimização dos negócios.



E-commerce para PMEs

Referência

YouTube – Canal Firjan

[COVID-19: E-commerce para PMEs: Como vender on-line durante a crise](#)

Participantes do debate

[Mariana Castriota | Gerente sênior de e-commerce da Magalu](#)

[Hugo Magalhães | Gerente de marketing e novos negócios da Ball América do Sul](#)

[Silvio Batista | Cofundador da Pet Luni e empreendedor de e-commerce](#)

[Leonardo Atherino | Cofundador & Co-CEO da Vivant Wines](#)

Mediação: [Iuri Campos | Líder do Aquário Casa Firjan](#)



E-commerce para PMEs

Quer saber mais?

Referências citadas no debate:

BENVENUTTI, Maurício. Incansáveis: como empreendedores de garagem engolem tradicionais corporações e criam oportunidades transformadoras. Gente: 2016.

[Brasil registra abertura de mais de uma loja virtual por minuto na pandemia. Gazeta do Povo: Estadão conteúdo, jun. 2020.](#)

[Fatia do e-commerce no varejo brasileiro pode triplicar nos próximos cinco anos. E-commerce Brasil, jan. 2020.](#)

[Google Small business. Google: 2020.](#)

[MACIEL, Rui. Google cria parceria para gerar até 100 mil lojas virtuais gratuitas para PMEs. Canaltech, ago. 2020.](#)

MARES, Justin; WEINBERG, Gabriel. Tração. Alta books: 2018.

[Pandemia do coronavírus faz e-commerce explodir no Brasil. Terra: Isto é dinheiro, maio 2020.](#)

[Plataforma Atocast. Podcast.](#)

[Relatório Especial do Edelman Trust Barometer 2020: Confiança nas Marcas e a Pandemia de Coronavírus. Edelman estudos, 2020.](#)

[SOPRANA, Paula. Comércio digital ganha 5,7 milhões de consumidores e varejo diz que eles vieram para ficar. Uol: Folha de São Paulo, jul. 2020.](#)

SUPERTI, Pedro. Ouse ser diferente: como a diferenciação é a chave para se reinventar nos negócios, relacionamentos e vida pessoal. Buzz: 2020.

ZENG, Ming. Alibaba: estratégia de sucesso. M. Books: 2019.

