BOLETIM

INTERNET: NOVO CANAL DE VENDA PARA O MUNDIAL

Como alcançar mais clientes no período do Mundial 2014?

> *A internet é um meio de comunicação capaz de unir pessoas em todas as partes do mundo, abrangendo bilhões de pessoas.*
>
> SEBRAE, 2011

O objetivo deste Boletim é mostrar ao empreendedor do segmento moveleiro o que é o *e-commerce*, como montar um site de comércio eletrônico e as vantagens de participar da rede para obter lucro para o pequeno negócio. Por fim, sugerir algumas ações para atingir o máximo de clientes potenciais no período da Copa do Mundo da FIFA 2014 e pós-Mundial.

45,6% DA POPULAÇÃO BRASILEIRA ESTÁ CONECTADA, FAZENDO DO PAÍS O 5º COM MAIOR NÚMERO DE INTERNAUTAS NO MUNDO.

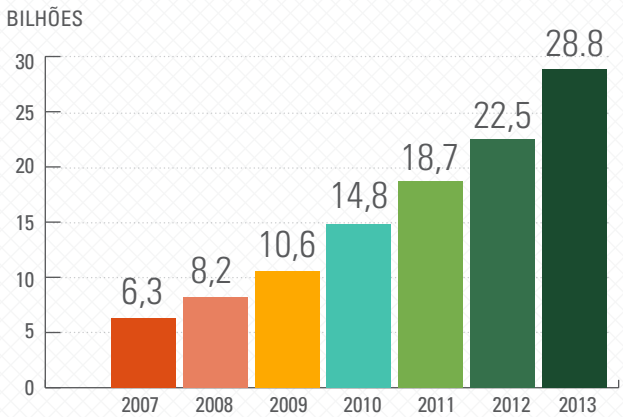
FONTE: E-COMMERCE, 2012

7ª É A COLOCAÇÃO DA CATEGORIA CASA E DECORAÇÃO, COM 6% EM VOLUME DE PEDIDOS MAIS VENDIDOS.

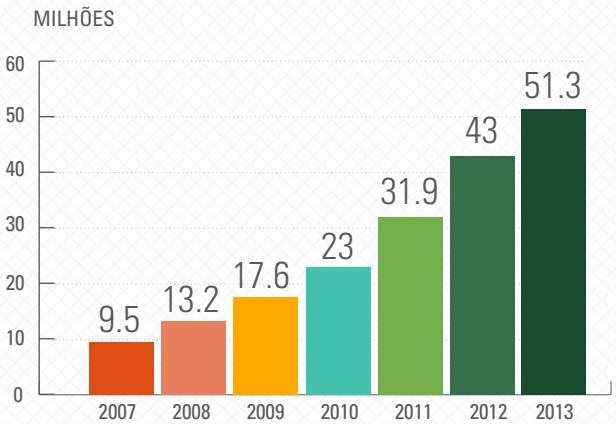
FONTE: E-BIT INFORMAÇÃO, 2013

Dados do e-commerce

/ Faturamento anual do *e-commerce* no Brasil



/ E-consumidores no Brasil



FONTE: E-COMMERCE, 2012

/ E-commerce e a Copa do Mundo da FIFA 2014

A Copa do Mundo da FIFA 2014 e os Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016 trarão bons resultados para a indústria moveleira, devido às novas construções e reformas do setor hoteleiro, bem como novas demandas no setor privado como restaurantes, bares, estabelecimentos comerciais. A Copa do Mundo da FIFA 2014 influenciará de maneira positiva nas vendas do comércio eletrônico. Os jogos devem aumentar a procura por televisores. O que também atrairá compradores dispostos a renovar os móveis da sala de estar para receber os amigos durante a partida.

Para os pequenos negócios do segmento moveleiro, atingir estes potenciais clientes pela internet com catálogos e lojas virtuais, que vão além das barreiras físicas, geram novas oportunidades de negócios e ficam como herança para o pós-Mundial.

Utilizar a internet como aliada nas vendas de móveis

1º A internet nunca fecha!

A acessibilidade da loja virtual moveleira é 24 horas por dia, sete dias por semana.

2º Acesso global!

Foi quebrada a barreira do consumo local e seu cliente pode estar em qualquer canto do mundo.

3º Descobrir um nicho de atuação!

Para os empresários de pequenos negócios do segmento moveleiro, quanto mais específico sua área de atuação melhor será para os negócios. Ao se especializarem, podem prestar informações sobre seus produtos, bem mais detalhadas e completas, fazendo com que os consumidores decidam pela compra em sua loja virtual, de forma mais confiante.

OS NOVOS EMPREENDEDORES DO COMÉRCIO ELETRÔNICO ESTÃO GANHANDO FATIA DE MERCADO PORQUE SE DEDICAM A SEGMENTOS ESPECÍFICOS.

4º Redução de custos!

Ao trocar mensagens pela internet, empresas, parceiros e clientes obtêm redução de custos comparados a ligações telefônicas. Mas isso não exclui o contato telefônico.

5º Barreiras linguísticas!

Com um bom site multilíngue é possível quebrar a barreira do idioma.

O comércio eletrônico possui uma série de vantagens para o consumidor. Uma delas é a redução de tempo e custo na procura e escolha do produto desejado, permitindo realizar um serviço personalizado, de acordo com o perfil de cada cliente.

O PERFIL DOS E-CONSUMIDORES DE MÓVEIS É PARECIDO COM OS CONSUMIDORES DAS LOJAS FÍSICAS, QUE SÃO EM GRANDE MAIORIA PERTENCENTES À CLASSE B.

Desafios do e-commerce

Segundo Gerson Rolim, diretor do Instituto Latino Americano de Comércio Eletrônico (ILCE), empresários de pequenos negócios que "pretendem ingressar nas negociações via internet e até para os que já utilizam essa forma de comércio, o maior desafio é a descoberta de um nicho de mercado. Eles precisam trabalhar com margens saudáveis de lucro e buscar oferecer produtos diferenciados em segmentos específicos. Hoje não vale a pena se arriscar a vender de tudo, enfrentando uma dura concorrência com os grandes varejistas".

> *Não basta colocar um site de vendas no ar. É preciso pensar em toda a logística de pagamento e entrega. Para se ter uma ideia, 81% das vendas feitas hoje via internet são com cartões de crédito. Portanto, se não há a oferta desta forma de pagamento, o comerciante perde mais de 80% das chances de venda.*

FONTE: EMPREENDEDORISMO, 2011

O EMPRESÁRIO DO SEGMENTO MOVELEIRO PRECISA ESTAR ATENTO A ALGUNS DADOS, COMO A INTENÇÃO DE TROCA E DEVOLUÇÃO: 36% JÁ QUISERAM DEVOLVER ALGUMA MERCADORIA: 40% JÁ PENSARAM EM TROCAR UM PRODUTO.

FONTE: PESQUISA E-BIT TROCA E DEVOLUÇÃO DE PRODUTOS (DEZ. 2013/ JAN. 2014)

E-commerce e m-commerce

1. *E-business*

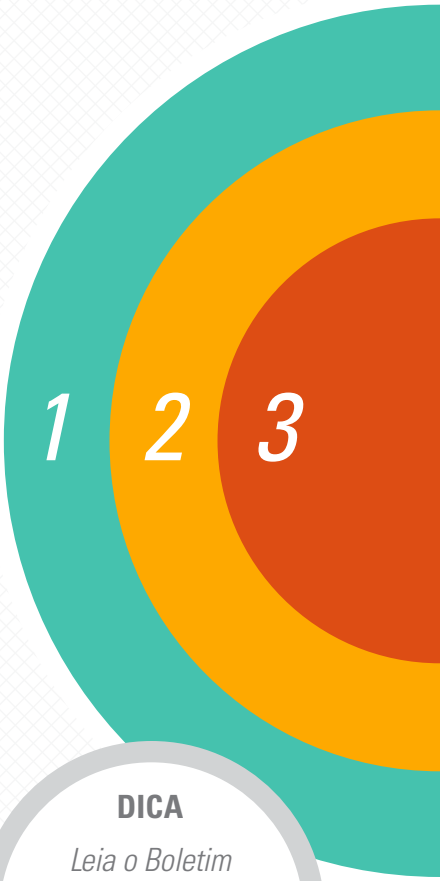
É quando a empresa passa a usar aplicações baseadas nas tecnologias da informação e da comunicação como suporte *on-line* aos negócios. Um exemplo é uso do correio eletrônico (e-mail) para se comunicar com os clientes. O *e-business* não precisa fechar um negócio.

2. *E-commerce*

É o processo de compra, venda e troca de alguns produtos, serviços e informações por redes de computadores ou pela internet.

3. *M-commerce*

As negociações são realizadas por dispositivos móveis com uso da internet, como celulares e *tablets*. Para sucesso nessa modalidade, é importante desenvolver o site preparado para esses equipamentos, pois uma tela de um *smartphone* não tem a mesma resolução de uma tela de computador ou de um *tablet*.



DICA

Leia o Boletim do Comércio Varejista: Mobile como oportunidade para o varejo.

OUTROS TIPOS DE COMÉRCIO ELETRÔNICO:

f-Commerce: negócios realizados pela mídia social Facebook

s-Commerce: comércio que envolve o relacionamento entre pessoas (social)

Como montar um negócio virtual?

Antes de iniciar a empreitada no mundo virtual, é fundamental olhar todos os processos da empresa. Em uma visão geral, os cuidados têm dois focos de atenção: a frente e atrás do balcão. Ao iniciar um comércio na internet, o "e – negócio", é importante entender que, depois de criar seu site, será necessário que todos possam vê-lo. Para que sua empresa conquiste uma presença de sucesso na internet, é preciso usar ferramentas alternativas que estejam adequadas às características de sua atuação no mercado. Cada ferramenta pode ajudar de uma forma diferente. Por isso, é importante ter bem delimitado qual é o negócio da sua empresa. (Sebrae, 2011)

/ Um negócio na internet é juridicamente igual a um negócio tradicional

- É preciso ter uma empresa legalmente constituída.
- É preciso do registro na Junta Comercial do seu estado, na Receita Federal para ter o CNPJ e na Receita Estadual para emissão da nota fiscal ou se necessário Nota Fiscal Eletrônica.
- Ter um contador para cuidar da parte contábil e de tributos.

/ Passos básicos para a implementação do *e-commerce*

1º Planejamento

Para criação de sua loja *on-line* é essencial um bom planejamento. Conhecer sua concorrência, planejar seu capital de giro e manter a loja saudável até o momento em que a loja se torne autossustentável. Empreendedor, planejamento é o passo mais importante para definir os caminhos que seu *e-commerce* deverá seguir.

NESSA FASE VOCÊ PRECISARÁ DECIDIR ATÉ ONDE (GEOGRAFICAMENTE) E COMO FARÁ A EXPEDIÇÃO DOS SEUS PRODUTOS. NO CASO DE TERCEIRIZAR A ENTREGA, VOCÊ DEVE COMEÇAR PESQUISANDO NA INTERNET AS TRANSPORTADORAS EXISTENTES E COMPARANDO PREÇOS, PRAZOS E GARANTIAS DE ENTREGAS. TAMBÉM PESQUISE A REPUTAÇÃO DESSAS EMPRESAS, SE HÁ RECLAMAÇÕES E COMO ELAS TRATAM ESSES ATENDIMENTOS.
UM SISTEMA DE ENTREGA DEFICIENTE OU DISPENDIOSO DOS SEUS MÓVEIS PODE CONDENAR AO FRACASSO O SEU PROJETO *ON-LINE*.

2º Escolha do domínio

O domínio é o termo que identificará o seu site na internet (exemplo: sebrae.com.br).

COMO NÃO FAZER: NÃO COLOQUE SEU NOME NO DOMÍNIO, EXEMPLO: OLIVEIRA.COM.BR

COMO FAZER: NOME FANTASIA DA SUA EMPRESA ALIADO AO PRODUTO QUE VOCÊ VENDE, EXEMPLO: CADEIRASIMPERIAL.COM.BR

3º Plataforma

Maior decisão a ser tomada é a base da sua loja. Escolha uma de qualidade e flexível. Se você ainda é um iniciante nesse oceano de oportunidade, conheça a plataforma disponibilizada aos pequenos negócios junto ao Mercado Livre.

PLATAFORMA SEBRAE

A PLATAFORMA MEU PRIMEIRO E-COMMERCE DO SEBRAE ALÉM DE SER UMA LOJA GRATUITA, TEM POR OBJETIVO INSERIR OS PEQUENOS NEGÓCIOS NO MEIO DIGITAL.

4º Exposição dos produtos

Nessa etapa você terá de organizar os produtos a serem vendidos pela loja *on-line*, assim como as informações técnicas de cada um. Prepare fotos bem produzidas e descrição de cada um deles, como medidas e matéria-prima, para que o usuário possa realizar a compra com certeza.

5º Pagamentos

Uma forma de pagamento seguro é por meio de *gateway*, que são operadoras financeiras que atuam por meio de um servidor remoto, equivalendo a uma loja física, com formas de pagamento como cartões de crédito e outras formas encontradas em lojas físicas.

6º Antifraude

As fraudes são comuns no *e-commerce* e deve ser um ponto de grande atenção. Inclua uma ferramenta que analise as transações e verifiquem se a compra não é fraude. Portanto inclua no seu *e-commerce* uma ferramenta que previna essas tentativas.

7º Segurança

Proteger os dados dos consumidores é de extrema importância para a confiança que seu cliente depositará em sua empresa. Informe seu cliente que você possui essa proteção.

8º Suporte

É o diferencial no momento de um cliente decidir entre a compra ou não do produto. O bom atendimento e o suporte *on-line* ao cliente fará com que sua empresa possua o diferencial no mercado. Telefone, endereço, *chat* da loja, atendimento automático são importantes para aumentar a confiança do cliente. Além disso, deixe claro como funcionam os processos de agendamento da montagem do móvel e trocas, caso necessário.

9º *Backoffice* e ERP

Caso a operação se torne complexa, já planeje a implantação de um sistema de *Backoffice* e ERP (sistemas de apoio e integração de dados para auxiliar na administração da sua empresa). Sistemas fundamentais para ganhar tempo e não ter problemas no futuro.

10º Legislação

A legislação deve ser de conhecimento total do empreendedor. Para saber mais acesse o Portal do Governo Federal, e fique por dentro da nova lei do *e-commerce*.

FONTE: ADAPTADO DE E-COMMERCE BRASIL

O site e-commerce Brasil dá algumas outras dicas para o empreendedor que deseja investir em *e-commerce*, entre elas:

/ EFETIVIDADE DA PLATAFORMA

Assim que acessa o site do *e-commerce*, o cliente avalia outros aspectos, além do preço, que poderão influenciar na realização ou não da compra. São percebidos se a interface é amigável, se as páginas carregam rapidamente, se demonstra segurança para transações bancárias, se os links que funcionam e se há página de contato.

/ PROCESSOS

Para um bom funcionamento do *e-commerce* é importante conhecer e saber tratar de todos os processos do *e-commerce*, o pedido, a compra, os dados do cliente, o pagamento e o atendimento. Dos variados processos que surgem, é importante manter uma equipe que consiga administrar todas essas etapas do processo para o bom funcionamento do *e-commerce*.

/ FINANCEIRO

Pagamentos por *e-commerce* em sua maioria são realizados por cartões de crédito, o que exige que sua empresa tenha uma conta bancária comercial e fluxo de caixa suficiente para manter a saúde do negócio até o momento dos recebíveis.

/ FORNECEDORES

Buscar a parceria com fornecedores confiáveis para garantir a boa qualidade dos serviços oferecidos.

/ CONTEÚDO

Para garantir o grande fluxo de visitantes é necessário investir na produção de conteúdo interessante para seu negócio. Além de um bom posicionamento nas buscas, a qualidade do conteúdo atrai os clientes.

/ FIQUE ATENTO A PROBLEMAS QUE PODEM PREJUDICAR SEUS NEGÓCIOS:

1. Deixar de entregar o pedido.

2. Entregar fora do prazo combinado.

3. Enviar o produto errado.

Exemplos de lojas virtuais do ramo moveleiro

Exemplo 1

A Oppa é uma empresa especializada no comércio eletrônico de móveis e objetos decorativos para residências. E conta com a colaboração de designers e clientes que desejam transformar ideias em realidade, pois os projetos, em alguns casos, são desenvolvidos em parceria.

Caso o cliente não fique satisfeito a Oppa tem uma política de troca e devoluções.

Exemplo 2

Confira o Caso de Sucesso de um pequeno negócio do segmento moveleiro: a Modernidade Móveis, que está aproveitando as oportunidades de negócios com o Mundial 2014.

Os empresários Benedito e Esmeralda comercializavam móveis em uma loja física, porém expandiram seus negócios para o ambiente virtual, com a nova maneira de fazer negócio, a loja iniciou a venda de produtos próprios e obteve resultados significativos.

O Sebrae possui uma ampla biblioteca e um vasto material que é acessível ao empreendedores de pequenos negócios de forma gratuita.

Como leitura sugere-se a coleção: Internet para pequenos negócios: táticas para construir uma presença de sucesso na internet

- Como abrir uma loja virtual
- Como criar um site de sucesso
- Como usar um blog para a sua empresa
- Como anunciar produtos em um site de vendas
- Plano de negócios para empresas na internet

Deixar clara a política de compras, trocas, devoluções e frete do produto. Destacar os benefícios na hora do pagamento.

Além da plataforma Meu Primeiro e-Commerce, o Sebrae também disponibiliza o Conecte seu negócio: ferramenta que permite a criação de sites de maneira simples e eficaz, uma iniciativa do Google, Yola e Sebrae.

Confira outras informações sobre o e-Commerce em: E-Commerce.org e Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico.

Conheça a nova legislação sobre o comércio eletrônico: Decreto 7.962 de 15/03/2013, os principais temas vinculados são: produto, fornecedor, atendimento ao consumidor, direito de arrependimento e compras coletivas.

Para mais informações acesse também o Relatório do Sistema de Inteligência Setorial (SIS): E- consumidores.

Logística: Fique atento ao Boletim de Logística de distribuição para o segmento moveleiro.

Sua opinião faz a diferença!

Por isso o Projeto de Inteligência Competitiva do Programa Sebrae 2014 quer saber mais sobre suas expectativas e satisfação. Responda a breve pesquisa que elaboramos especialmente para você e seu negócio!

PARTICIPAR

SEBRAE SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Presidente do Conselho Deliberativo Nacional: Roberto Simões
Diretor-Presidente: Luiz Barretto | **Diretor-Técnico:** Carlos Alberto dos Santos
Diretor de Administração e Finanças: José Claudio dos Santos | **Fotos:** banco de imagens

UAMSF – Unidade de Acesso a Mercados e Serviços Financeiros
UACIN – Unidade de Atendimento Coletivo – Indústria
Conteúdo: Maria Cristina A. da Silva e Maria Carolina Pinto