

NEGÓCIOS PELA INTERNET

Erick Guillhon (Org.)

GESTÃO E NEGÓCIOS

NEGÓCIOS PELA INTERNET

Erick Guilhon (Org.)

GESTÃO E NEGÓCIOS



Organizador

Erick Guilhon

Design Instrucional

NT Editora

Projeto Gráfico

NT Editora

Revisão

NT Editora

Capa

NT Editora

Editoração Eletrônica

NT Editora

Ilustração

NT Editora

NT Editora, uma empresa do Grupo NT

SCS Quadra 2 – Bl. C – 4º andar – Ed. Cedro II

CEP 70.302-914 – Brasília – DF

Fone: (61) 3421-9200

sac@grupont.com.br

www.nteditora.com.br e www.grupont.com.br

Guilhon, Erick (Org.).

Negócios pela internet / Erick Guilhon (Org.) – 1. ed. –
Brasília: NT Editora, 2018.

120 p. il. ; 21,0 X 29,7 cm.

ISBN 978-85-8416-282-6

1. Internet. 2. Negócios.

I. Título

Copyright © 2018 por NT editora.

Nenhuma parte desta publicação poderá ser reproduzida por
qualquer modo ou meio, seja eletrônico, fotográfico, mecânico ou
outros, sem autorização prévia e escrita da NT Editora.

ÍCONES

Prezado(a) aluno(a),

Ao longo dos seus estudos, você encontrará alguns ícones na coluna lateral do material didático. A presença desses ícones o(a) ajudará a compreender melhor o conteúdo abordado e a fazer os exercícios propostos. Conheça os ícones logo abaixo:



Saiba mais

Esse ícone apontará para informações complementares sobre o assunto que você está estudando. Serão curiosidades, temas afins ou exemplos do cotidiano que o ajudarão a fixar o conteúdo estudado.



Importante

O conteúdo indicado com esse ícone tem bastante importância para seus estudos. Leia com atenção e, tendo dúvida, pergunte ao seu tutor.



Dicas

Esse ícone apresenta dicas de estudo.



Exercícios

Toda vez que você vir o ícone de exercícios, responda às questões propostas.



Exercícios

Ao final das lições, você deverá responder aos exercícios no seu livro.

Bons estudos!

Sumário

1. NEGÓCIOS PELA INTERNET	7
1.1 Introdução	7
1.2 Compreendendo a internet.....	8
2. PRINCIPAIS IMPACTOS DA INTERNET NAS RELAÇÕES DO TRABALHO E DOS NEGÓCIOS	14
3. ENTENDENDO A VENDA ONLINE	26
4. O VENDEDOR	31
4.1 O valor da fidelidade	31
4.2 O diferencial do vendedor de sucesso	34
4.3 O novo papel da sua equipe de vendas.....	37
4.4 Cliente: ame-o ou deixe-o.....	40
5. MODERNIZANDO SUAS VENDAS – PARTE I	45
5.1 A tecnologia no setor de vendas	45
5.2 As cinco camadas do ganho em produtividade	46
5.3 CRM: gestão de relacionamento com o cliente.....	48
6. MODERNIZANDO SUAS VENDAS – PARTE II	55
6.1 Como montar um website competitivo.....	56
6.2 Desenvolvendo uma marca forte	58
6.3 A economia e o comércio eletrônico	59
7. MODERNIZANDO SUAS COMPRAS – PARTE I	64
7.1 Os benefícios do varejo online	64
7.2 A cadeia produtiva.....	65
7.3 A internet a serviço da cadeia produtiva	66
7.4 Criando novas redes de negócios	68
8. MODERNIZANDO SUAS COMPRAS – PARTE II	72
8.1 A ciência das compras – o comprador gestor.....	72
9. MODERNIZANDO SUAS COMPRAS – PARTE III	84
9.1 Gerenciando seus fornecedores	84
10. IMPLEMENTANDO SEU E-BUSINESS – PARTE I	100
10.1 O caminho é a transformação	100

10.2 Fazendo acontecer	101
10.3 O que faz a diferença	106
11.1 Tecnologia da informação	113
11. IMPLEMENTANDO SEU E-BUSINESS – PARTE II	113
11.2 Táticas de transformação	115
BIBLIOGRAFIA	119

1. NEGÓCIOS PELA INTERNET

1.1 Introdução



A partir de agora, você entrará em contato com a fascinante questão do impacto da rede digital no mundo dos negócios. Aqui serão apresentadas as oportunidades e mudanças trazidas pela internet como canal de negócios, tanto para as cadeias produtivas quanto para empresas que desejam aumentar a velocidade de suas operações e ampliar suas fronteiras de atuação.

Você conhecerá as características comuns, em termos de iniciativas e estratégias de empresas que implementaram com sucesso o comércio eletrônico – também chamado *e-commerce* – em seus negócios, tanto para compras quanto para vendas.

Você tem conhecimento do impacto que essas iniciativas e estratégias podem ter sobre sua empresa? Este conteúdo pode ajudar empresários, executivos e outros profissionais a identificar características apresentadas em suas empresas, facilitando a evolução de seu negócio com o uso de novas ferramentas digitais.

Ele reforçará suas convicções e o ajudará a adotar estratégias para facilitar a evolução de seu negócio com o uso de novas ferramentas digitais.



1.2 Compreendendo a internet

O que é internet?

Após o impacto ocasionado pelo período de euforia e modismo gerados pela intensa acumulação de capital nos emergentes negócios baseados nessa rede, o impacto da internet passou a se concentrar em dois alicerces fundamentais: acesso verdadeiramente global e **velocidade supersônica**.



Velocidade supersônica: velocidade superior à do som.

Os recursos da internet

A internet disponibiliza várias formas de interação entre seus usuários.

Websites: são as páginas pelas quais navegamos e onde podemos encontrar informações, imagens, sons, etc. A navegação em *websites* é feita com a utilização de um programa navegador, também chamado de *browser* (exemplos: Internet Explorer, Netscape Navigator, etc.).

E-mail: cada pessoa e/ou empresa pode ter seu endereço eletrônico, que será usado para receber e enviar mensagens para outros endereços eletrônicos. O formato desse endereço segue o padrão `nnnnn@dddddd.eee.pp`. Nesse padrão, "nnnnn" representa o nome de usuário, "@" representa o separador entre usuário e servidor de destino, "dddddd" refere-se ao nome do domínio que hospeda seu endereço, "eee" representa a extensão de tipo de domínio (exemplo: com = comercial, gov = governamental, ind = industrial, etc.) e "pp" é a extensão de país (exemplo: br = Brasil, fr = França, etc.). É um tipo de colaboração assíncrona.

Chats e mensageiros: estes programas permitem que as pessoas se encontrem e digitem conversas em uma sala digital. O que um usuário escreve em um local do planeta imediatamente aparece para um ou mais usuários que estão em locais distantes e que podem, também, responder instantaneamente. É um tipo de colaboração síncrona.

Tipos de colaboração online – Existem duas formas de colaboração via internet: síncrona e assíncrona.

Síncrona: a interação entre os colaboradores ocorre ao mesmo tempo, seja em um mesmo local (face a face) ou de forma distribuída geograficamente (*chat online*).

Assíncrona: a interação entre os colaboradores ocorre de forma não simultânea (em tempos diferentes), seja em um mesmo local (mural na empresa) ou de forma distribuída geograficamente (e-mail).

Crescimento de usuários na internet brasileira – É por estes e outros serviços que o crescimento da internet no Brasil tem sido acentuado, o que coloca nosso país entre os principais usuários do planeta. Para as empresas brasileiras, estas estatísticas abrem um fantástico leque de possibilidades.

O setor empresarial neste novo cenário:



Por outro lado, a inundação de conhecimentos e a quebra de barreiras de retenção de informações privilegiadas e, conseqüentemente, de vantagens competitivas exigem do empresário ações estratégicas focadas no uso de sistemas *online*.

Como responder a essas necessidades?

A resposta está nos novos instrumentos de gestão colaborativa (*e-collaboration*), educação *online* (*e-learning*) e, em especial, no comércio eletrônico (*e-commerce*).

Ao mesmo tempo em que reduzem custos de comunicação e de relacionamento comercial, esses sistemas selecionam informações, trazem ganhos de tempo e inserem seu negócio com solidez na nova cadeia produtiva digital.

Ferramentas do e-commerce

Ferramentas com privacidade e segurança que o setor produtivo exige, com vista à otimização das parcerias, permissão do armazenamento, tratamento e a reutilização do conhecimento comercial adquirido. Representam a chave do sucesso para o empresário da nova economia.

Estas ferramentas constituem o *e-commerce*:

E-procurement: sistema de compras privativo de determinada organização que reúne de forma *online* seus parceiros comerciais. O objetivo é interagir com esses parceiros usando ferramentas digitais de negociação (exemplo: leilão, contratação, cotação, etc.), ganhando agilidade, ampliando o controle de decisões e reduzindo custos nos processos de aquisição de insumos.

E-sales: sistema de vendas *online* de uma empresa que realiza atendimento digital de seus clientes, que podem ser pessoas físicas (varejo *online*) ou jurídicas (e-vendedor).

E-marketplace: é a praça de negócios onde várias empresas participantes podem interagir e negociar entre si, por meio de ferramentas comerciais padronizadas.

O setor empresarial neste novo cenário

Assim, percebemos que a internet não é somente um novo canal de publicidade para nossos negócios. O comércio eletrônico é a forma ágil, abrangente e sustentável de consolidação das empresas no novo cenário competitivo global que desafia a todos nós.



“O comércio eletrônico é mais uma revolução nos negócios do que uma revolução tecnológica.” Prof. Soumitra Dutta – INSEAD

Nesse novo cenário, vários conceitos empresariais foram criados e outros modificados. Outros conceitos anteriores, por outro lado, foram modificados.

Tempo: a velocidade dos negócios aumentou.

Distância: a amplitude e a abrangência de atuação empresarial cresceram.

Mobilidade: os profissionais trabalham dentro e fora do escritório, com celulares, *notebooks* e via internet.

O que mudou no novo cenário?

A internet não precisa fazer parte da vida das empresas da noite para o dia. Acompanhe a história do “Sr. Toshio”, um dono de mercearia que, aos poucos, começou a entender as vantagens da internet e incorporá-las a seu negócio.

Sr. Toshio é dono de uma mercearia. Ele aprendeu com o seu pai, que, conseqüentemente, aprendeu com o seu avô, que aquele pequeno negócio não funcionaria se as partes não estivessem integradas. Sr. Toshio deve estar atento às necessidades do cliente e saber o que ter em suas prateleiras. E, ao mesmo tempo, deve conhecer a capacidade de entrega de seus fornecedores para evitar a falta de produtos.

O que mudou no novo cenário?

A mercearia de Sr. Toshio é parte de uma cadeia produtiva, ou seja, participa de uma extensa rede de relações entre fornecedores, distribuidores, revendedores, prestadores de serviços, atacadistas e consumidores. Quando essa rede se encontra perfeitamente conectada, passa a funcionar harmoniosamente e de forma sistêmica.

O vizinho do Sr. Toshio, dono de uma loja de materiais de construção, disponibilizou computadores para seus atendentes e informatizou também o caixa e o estoque.

Sr. Toshio ficou intrigado. “Gastar tanto dinheiro em algo que não iria dar retorno?”, pensou ele. Ele logo percebeu que o atendimento da loja do vizinho ficou mais rápido e que o estoque de materiais foi reduzido (e ele bem sabe que, quanto maior o estoque, maior o capital de giro parado). Sr. Toshio também decidiu informatizar o caixa da loja, assim como fez o seu vizinho.

Aos poucos, com a ajuda do filho, Sr. Toshio passou a controlar o caixa e o estoque. Com o tempo, passou a acessar a internet e teve a oportunidade de conhecer novos fornecedores, melhorar a comunicação com seus antigos parceiros e economizar tempo e dinheiro. O negócio do Sr. Toshio foi digitalizado e agora está *online*.



Depois de ampliar sua rede de negócios com o uso da internet, Sr. Toshio, incentivado pelo filho, teve a ideia de receber pedidos de compras de seus clientes via e-mail. Os pedidos passaram a chegar digitados, agilizando o atendimento e a entrega.

A confiabilidade do serviço e a agilidade nas entregas sempre foram princípios para Sr. Toshio, que chegou a criar algumas planilhas para facilitar o controle.



Porém, isso não foi suficiente, uma vez que ele perdia muito tempo com a organização dos pedidos. O Sr. Toshio teve a ideia de criar um *website*, onde seus clientes pudessem fazer os pedidos por meio de formulários organizados automaticamente.

O sucesso foi grande! Mais clientes puderam ser atendidos com praticamente o mesmo número de funcionários da equipe anterior.



Parabéns,
você
finalizou
esta lição!

Agora
responda
às questões
ao lado.

Exercícios

Questão 01 – A seguir, analise as afirmativas abaixo e assinale a alternativa em que todas os itens são verdadeiros.

I – E-mail é um endereço eletrônico utilizado para receber e enviar mensagens a outros endereços eletrônicos;

II – *Websites* são as páginas pelas quais navegamos e na quais podemos encontrar informações, imagens e sons;

III – *Chats* e mensageiros são programas que permitem que as pessoas se encontrem e digitem conversas em uma sala digital.

- a) I e III. b) II e III. c) I e II. d) I, II e III.

Questão 02 – A navegação em *websites* é feita com a utilização de um programa navegador chamado:

- a) *browser*;
b) e-mail.
c) endereço eletrônico;
d) *e-sales*.

Questão 03 – As duas formas de colaboração via internet são:

- a) síncrona e assíncrona;
b) assíncrona e colaborativa;
c) síncrona e colaborativa;
d) *e-procurement* e *e-marketplace*.

Questão 04 – Quanto à forma de colaboração *online* síncrona, é correto afirmar que:

- a) ocorre de forma não simultânea, seja em um mesmo local ou de forma distribuída geograficamente;
b) a interação entre os colaboradores ocorre ao mesmo tempo, seja em um mesmo local ou de forma distribuída geograficamente;
c) é realizada a partir de e-mails com envio e recebimento de mensagens;
d) todas as alternativas anteriores estão corretas.

Questão 05 – Analise as afirmações apresentadas e, a seguir, assinale a alternativa que apresenta todas as afirmações verdadeiras.

I – *E-procurement* é o sistema de compras privativo de determinada organização que reúne de forma *online* seus parceiros comerciais.

II – *E-sales* é o sistema de vendas *online* de determinada empresa que realiza atendimento digital de seus clientes.

III – *E-marketplace* é o local em que várias empresas podem interagir e negociar entre si por meio de ferramentas comerciais padronizadas.

- a) I e II. b) II e III. c) I, II e III. d) I, e III.

Questão 06 – Qual dos seguinte elementos promove o atendimento personalizado aos clientes aumentando a satisfação, oferecendo conveniência e otimizando a gestão de pedidos e entregas?

- a) *E-sales*.
b) *E-procurement*.
c) *E-commerce*.
d) *E-marketplace*.

Questão 07 – Qual dos seguintes elementos corresponde a uma forma ágil, abrangente e sustentável de consolidação das empresas no novo cenário competitivo global?

- a) Comércio eletrônico.
b) Gestão colaborativa.
c) Educação *online*.
d) *E-marketplace*.

Questão 08 – A modificação da mobilidade no novo cenário empresarial pode ser exemplificada por meio:

- a) do aumento na velocidade dos negócios;
b) do crescimento da amplitude e da abrangência de atuação empresarial;
c) de uma nova forma de trabalho, na qual os profissionais trabalham dentro e fora do escritório, com celulares, *notebooks* e via internet;
d) nenhuma das alternativas anteriores está correta.

Questão 09 – Participar de uma cadeia produtiva significa:

- a) participar de uma extensa rede de relações entre fornecedores, distribuidores, revendedores, prestadores de serviços, atacadistas e consumidores;
- b) digitalizar o negócio e torná-lo *online*;
- c) aumentar a velocidade dos negócios;
- d) crescer em abrangência e amplitude na atuação empresarial.

Questão 10 – A criação de novos canais digitais em um negócio, como no caso do Sr. Toshio, rende vantagens. Podemos apontar como vantagens:

- a) controle de caixa e de estoques facilitado;
- b) melhoria da comunicação com antigos e novos parceiros;
- c) economia de tempo e dinheiro;
- d) todas as opções anteriores estão corretas.