

## Os desafios do e-commerce no Brasil

*Em constante renovação, descubra se vale a pena investir na ferramenta de vendas.*

O varejo online ou o e-commerce tomou um rumo na sociedade moderna que não tem mais volta. Com a crescente oferta de produtos e serviços, ficar de fora do ambiente online pode representar um sério risco de perda de marketing share, como afirmam os especialistas.

No ano passado, as vendas online aumentaram mais de 30% e a expectativa é que os resultados melhorem ainda mais neste ano. As vendas em datas comemorativas são as que mais representam o uso do ambiente online para compras. O último Dia dos Namorados, por exemplo, apresentou faturamento no comércio eletrônico de quase R\$ 700 milhões de reais, segundo dados da e-bit, consultoria no setor. O volume representou aumento de 15% em comparação ao ano anterior.

Apesar da modalidade ser muito nova para algumas empresas, é preciso profissionalismo no planejamento para a formação de um negócio bem sucedido. Isso porque diferentemente da loja física, os clientes podem "chegar" dos lugares mais ermos do mundo.

Deste modo, o professor Pedro Waengertner, da ESPM, alerta para a atenção que deve ser dada para a logística de entregas, que ainda é um gargalo a ser superado pela administração do serviço.

"O e-commerce cresce a passos impressionantes e as empresas de logística não estão conseguindo acompanhar o ritmo do aumento das vendas", ressalta. E com esta deficiência, os consumidores acabam se frustrando em datas comemorativas como no Natal, Páscoa e Dia das Mães.

Embora esse problema se resolva no curto prazo, para o especialista os dois grandes eixos são investir em marketing, para consolidar marcas e ganhar espaço no mercado, e em logística, para atender o cliente com mais velocidade, qualidade e prestação de serviço diferenciada.

Depois, a empresa deve ter em mente que o comprometimento não é só o de ser um varejista, mas de envolver todos os parceiros do projeto, que devem oferecer ao cliente um site bem estruturado, de fácil navegação, e com formas simples para o esclarecimento de dúvidas, até a entrega, troca ou devolução.

### Destaques e modelos bem-sucedidos

Para o professor um dos casos de e-commerce bem-sucedidos é a Amazon.com. "A Amazon, nos Estados Unidos, é um exemplo de boa gestão, de inovação, de foco, processos extremamente bem adotados. É uma empresa que vem crescendo de maneira brutal e tem sido a inspiração de varejistas online no mundo inteiro".

Ficar de olho na satisfação do consumidor é um passo para o sucesso na gestão da ferramenta. No Brasil, a e-bit faz a classificação das empresas, de acordo com a avaliação dos e-consumers e obedece alguns critérios, divididos em duas categorias:

- Experiência de compra facilidade de compra, seleção de produtos, informação sobre os produtos, preços e navegação.
- Experiência de entrega entrega no prazo, qualidade dos produtos, atendimento aos clientes, política de privacidade e manuseio e envio de produtos.

A partir desse resultado, a loja recebe um dos quatro selos: diamante, ouro, prata e bronze. E com esta ferramenta, o lojista tem uma ideia sobre os serviços oferecidos na internet e pode usar os dados no planejamento de ajustes e melhorias.

### Tudo é um começo

Acomodar-se neste setor é impensável, uma vez que a concorrência está no próximo click. Se o meio eletrônico alavancou muitos negócios mundo afora, permitiu também ao consumidor ter informações reais sobre os produtos.

Embora o e-commerce ainda engatinhar nas redes sociais, a importância da aproximação com os demais canais começa a dar sinais para atrair a atenção de potenciais compradores.

Para Pedro Waengertner, os próximos desafios do e-commerce são saber lidar com a montanha de dados gerados pela internet, que podem ajudar a aumentar as vendas. Assim, saber usar o componente social nesta equação e aproveitar o que se fala nas redes sociais pode gerar melhores resultados e criar experiências diferentes das do concorrente. Afinal, garantir a satisfação do cliente é muito melhor que devolver o dinheiro dele.

**Fonte: Portal HSM, 16 ago. 2011. Disponível em: <<http://www.hsm.com.br>>. Acesso em: 22 ago. 2011.**

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais