

## Empresas que Dependem da Internet para Sobreviverem

De um modo geral as pessoas buscam por produtos na internet, buscam por informações. Eventualmente pode-se deparar com algum tipo de publicidade onde alguém resolveu colocar algum produto relacionado com aquela informação. Esse contexto no qual se dá os links patrocinados em sites de conteúdo, ou os parceiros do Google em sites cujo conteúdo é interessante e que há a possibilidade de se fazer publicidade com algum produto relacionado, pode-se, eventualmente, acertar o alvo numa eventual venda. Claro, a publicidade, seja ela em qual meio for, está para vender produtos e serviços. Então colocar anúncios de produtos numa publicidade natural, onde um anunciante, desejando vender um certo produto, faz com que ele seja divulgado para o público-alvo certo, aumentando muito a possibilidade de se vender aquele produto. Imaginemos quanto deve faturar um site que vende flores, por exemplo. Ninguém divulga nem meros, mas sabido que há sites que faturam mais de R\$ 10 milhões por ano vendendo flores pela internet. Exagero? De forma alguma! Basta fazer perguntas aqui e ali para saber o quanto alguns sites faturam. Então vender produtos na internet é um grande negócio, muito maior do que ter uma floricultura de bairro, onde se atinge um público local. É por este motivo que algumas empresas investem algumas dezenas de milhares de reais em links patrocinados. Mas imaginemos uma empresa que está na busca natural, ou seja, na busca orgânica, na primeira página e entre as primeiras posições. O quanto significa estar nessas posições para esta empresa. Ou melhor, o quanto esse posicionamento se traduz em vendas. Por esse motivo muitas empresas estão investindo em otimização de seus sites. E, certamente, a melhor forma, ou forma mais perene, de não só dar continuidade ao negócio, como também alavancar novos clientes, visto que a visita a cada dia com o crescimento da internet e, principalmente, continuar vendendo seus produtos num meio que cada dia mais se torna o principal canal de vendas de muitas empresas. Os empresários perceberam que a internet oferece um mercado crescente, tendo como uma forte ferramenta a segmentação de público-alvo. Com isto ela se tornou um dos mais espetaculares canais de venda e e-commerce cresce diariamente no Brasil, com suas cifras ultrapassando os R\$ 6.7 bilhões em vendas. Mas o e-commerce que vive de internet, várias empresas que disputam acirradamente um bom posicionamento nos sistemas de busca, também vivem, praticamente, de internet, como o caso de empresas que oferecem o serviço de instalação de redes de proteção, por exemplo. Na área do e-commerce o grande problema é uma crise de confiabilidade para se digitar dados pessoais nesses sites, como os números dos cartões de crédito. Se for uma loja consolidada como um Submarino da vida, as pessoas não têm tanto receio, mas se for a lojinha do Zé das Padeiras, a coisa é mais complicada. E essa complicação tem um porque: é que o que mais existe é fraude. Somos o segundo país onde ocorre mais fraude na internet, perdemos para os indianos. As fraudes vão desde lojas virtuais que vendem o produto em seus estoques; as que vendem produtos com defeito; as que vendem e têm problema com logística, obrigando a pessoa a ficar esperando por meses; as que são uma fraude mesmo, e algumas são tudo isso junto, como a MPWAY. No entanto, o e-commerce cresce a passos largos, não só no Brasil, mas no mundo. E o Brasil é um mercado emergente altamente veloz. Tanto é assim que a febre de pessoas que a todo momento abrem uma lojinha de ofertas, ou lojinha de compra coletiva, se torna uma realidade. Como se bastassem os SPAMS de todos os dias das muitas lojas virtuais, agora temos os SPAMS dessas lojinhas de compra coletiva, que possuem nossos e-mails cadastrados sem termos cadastrado nada e com ofertas no Rio de Janeiro, por exemplo, sendo este escriba de São Paulo. Claro que isto é um pouco irritante, é muito. A ideia da compra coletiva é ótima e é só ótima para o comprador, é ótima para o logista que consegue fazer com que as pessoas acabem indo ao seu estabelecimento e, com isto, pode conseguir novos clientes (essa ideia é nova, aliás, bem antiga, diga-se de passagem). Também é ótima para o dono do site de compra coletiva, que consegue ganhar alguma porcentagem sobre a venda daquele produto. É um prêmio por ter investido tempo e dinheiro em seu site. No entanto, é necessário que se faça como disse Einstein: 1% de inspiração e 99% de trabalho. Criar um meio para que as pessoas cheguem ao comércio eletrônico é que é o desafio. Enviar SPAM é um desafio, porque qualquer idiota envia SPAM. O pior é saber que o idiota que envia SPAM é o idiota que ainda paga para empresas como a Locaweb para enviar esses SPAMS, sendo que os programas para esse tipo de coisa estão disponíveis gratuitamente na internet. É só procurar um pouco que acha. Se bem que trabalho é o que menos se espera de um SPAMMER. Na internet tudo é de graça de um jeito ou de outro. Qualquer coisa disponibilizada acaba se tornando gratuita, quer por bem ou por mal. Eu mesmo tenho um script que copia qualquer site em WordPress. Eu disse qualquer mesmo! Atendendo essas lojinhas de compra coletiva que tanto fazem a cabeça de quem acredita que vai ficar rico de um dia para o outro sem que seja preciso muito suor. Mas voltando ao assunto, a outra dificuldade do e-commerce é a falta do toque pessoal, aquela sensação que se tem ao se comprar um produto pessoalmente. Essa desvantagem pode ser amenizada oferecendo fotos e vídeos onde o produto é demonstrado, além de haver a possibilidade de se poder fazer comentários e recomendações sobre aquele determinado produto. Contudo, não vejo como driblar a dificuldade que se tem para escolher uma roupa, por exemplo, onde o caimento é pessoal e não se tem como experimentar pela internet. Sem contar que não se tem a textura do produto, o cheiro etc, dentre outras dificuldades em outros produtos de uso pessoal. A última e maior dificuldade é o atendimento que não é personalizado. O processo

é automatizado nas compras on-line, tornando essa compra menos impactante para o consumidor, que busca, antes de qualquer coisa, um atendimento personalizado e de qualidade. Sem um atendimento personalizado o produto vira commodity. Uma commodity todo mundo possui igual, então o que vai prevalecer é o preço mais em conta. Isto arruina qualquer negócio: quando a disputa é por preço. Quando se tem um produto exclusivo o negócio é bem mais interessante, mas quantos lojistas podem se dar ao luxo de ter um produto exclusivo? Se o e-commerce for do próprio fabricante, é quase impossível se ter exclusividade num produto. Uma forma de contornar essa dificuldade é fazer parceria com algum fabricante e essa parceria visar a exclusividade de vendas. Deixa muito a desejar, ainda, se o produto atender às expectativas e muitas lojas, senão a grande maioria, criam empecilhos intermináveis para a devolução do produto. Imagine comprar um Shampoo, por exemplo, e ele ser o que queremos? Já imaginou a dificuldade para devolver um produto que nos atende e que já abriu a embalagem para experimentar? Essa falta de competência e atitude de alguns lojistas é o que atrapalha o desenvolvimento de uma internet comercial mais madura. Por esse motivo é melhor optar por comprar em grandes lojas, cujos preços se assemelham aos preços de lojas físicas, do que tentar uma experiência em pequenas lojas desconhecidas ou com muitas reclamações em sites de reclamações. O fato é que há muito a se trabalhar para que a internet possa ser um ambiente totalmente seguro e confortável para comprar produtos, mas enquanto isto os comerciantes vão aprendendo com seus próprios erros e acertos. Certamente a internet se tornará o maior canal de comercialização de produtos e serviços do planeta, se é que já não é, mas terá que passar por grandes transformações educativas para que possa ser o que se espera dela, e as empresas que hoje sobrevivem exclusivamente graças à internet, terão que se profissionalizar para a internet e não se limitar apenas como mais um canal de vendas, um canal acessório à sua loja física, porque num futuro próximo tudo será por internet.

&nbsp;

## Sobre o Autor

&nbsp; A [ROPE](#) gera resultados com o marketing digital e soluções customizadas para internet. O que a nossa empresa pensa é que não adianta apenas estar na web, é preciso ser encontrado nela. Com anos de prática em programas e marketing online, a ROPE oferece serviços que auxiliam as empresas a atingirem maior visibilidade e a tornarem-se mais competitivas no mercado. <http://www.ropeonline.com.br>

&nbsp;

Source: <http://www.artigopt.com>