

# E-COMMERCE: DÊ O PASSO PARA A GLOBALIZAÇÃO

Cristina Coelho é CEO da Ship4you, presente no mercado há cinco anos. Mas tem já duas décadas de experiência neste mundo complexo que é a logística integrada para vendas à distância e o marketing direto. Com uma equipa sólida constituída por alguns elementos que já acompanham Cristina Coelho há quase 20 anos, a Ship4you é uma empresa 100% portuguesa de multisserviços, multilingue, multicanal, particularmente vocacionada para todas as vertentes da Venda à Distância e do Marketing de hoje.

“**T**ratamos de tudo por si, da envelopagem à armazenagem, do marketing direto ao e-commerce, da sua base de dados aos sistemas de gestão integrada da sua empresa. Cobrimos toda a Europa, podendo colocar à disposição dos nossos parceiros sistemas que falem a sua língua. Falamos, escrevemos e personalizamos nas mais variadas línguas. Planeamos as suas campanhas por correio, SMS, e-mail”. Este é o mote da Ship4you. E sobre o E-Commerce e o Marketing Direto, Cristina Coelho começa por explicar que quem já está na venda à distância há algum tempo com o Marketing Direto, dificilmente muda.

E quem transita para o E-commerce por não ter um investimento, à partida, tão elevado acaba por se aperceber que se trata de um processo muito mais complexo do que parece à primeira vista. Então o que é o E-Commerce e o que é que uma empresa deve fazer e saber de antemão antes de criar uma loja online?

Comércio eletrónico ou e-Commerce é a compra e venda de bens ou serviços através de canais eletrónicos. E é, atualmente, um dos mais importantes fenómenos da Internet em crescimento e o passo que qualquer empresa deve dar para alcançar o mercado global e internacionalizar-se.

As compras a partir de casa são uma realidade cada vez mais enraizada e cada vez mais frequente entre os portugueses, os quais, se prevê, deverão gastar 2,665 mil milhões de euros em compras online em 2017. Trata-se de uma nova geração e de uma nova forma de estar. Mas a passagem das organizações para o E-commerce deve ser ponderada e bem estruturada.

Vamos por partes. Existem os dois extremos no E-Commerce, casos excecionais de venda online e casos de insucesso. Vamos perceber porquê.

O marketing digital é imediato enquanto que o marketing direto, com os seus mailings, newsletters, base de dados e redes de contacto, é um marketing que pode ser analisado ao longo do tempo. O marketing digital exige, portanto, que tudo seja feito e analisado “para ontem”. Quando uma determinada empresa lança uma campanha ou um banner publicitário tem de perceber de imediato qual está a ser o seu impacto e o que deve ser feito de diferente para não estar a perder dinheiro. Depois há a questão de saber gerir uma loja online. Um processo mais complexo do que parece.

Para as grandes empresas que têm estrutura suficiente para enveredar pela venda online com alguma segurança e solidez, à partida, será um processo fácil. Já existem, têm armazéns, lojas físicas e distribuidores. A internet será só



CRISTINA COELHO

*A Ship4you oferece um pacote de serviços completo ao cliente no E-Commerce e no Marketing Direto”*

mais uma loja e apenas terá que se aprender a gerir essa loja online. Se a empresa não souber implementar os novos mecanismos da tecnologia assentes numa boa estratégia, pode estragar a imagem que já tem construída.

Quando falamos da gestão da loja online, falamos de coisas tão simples, mas extremamente importante, como o cuidado com as campanhas de promoção que são lançadas, a gestão de stocks, a rapidez na entrega das encomendas e os transportadores. É preciso ter atenção que nas vendas online os comerciantes estão a trabalhar com clientes globais.

Depois, existe o E-Commerce que surge a partir de pessoas singulares que têm um emprego, mas criam um pequeno negócio caseiro para vender à distância a partir de casa. No início as vendas podem correr bem, mas depois sem uma estrutura, conhecimento suficiente ou investimento para evoluir, o negócio caseiro acaba por não “sair de casa”. Pode acontecer o con-

trário, as vendas resultarem bem e aumentarem substancialmente, mas depois a estrutura acaba por não aguentar o boom das vendas pela simples falta de espaço físico para a gestão de stock ou a falta de um transportador.

Uma coisa é certa, no E-Commerce tudo tem de ser muito rápido. Os clientes que fazem compras online querem sempre receber a sua encomenda no dia seguinte. Não basta, portanto, abrir apenas uma loja online. E é aqui que entra a Ship4you.

## SERVIÇOS DE A A Z

A Ship4you oferece um pacote de serviços completo ao cliente no E-Commerce e no Marketing Direto. No que diz respeito ao Marketing Direto, os serviços vão desde receber a correspondência, fazer o registo de encomendas, armazenagem e expedição das mesmas que, com a maioria dos clientes, tem de ser feita no dia seguinte à receção das encomendas. É um serviço de A a Z que inclui, ainda, serviços pós-venda. Colocam à disposição do cliente uma série de ferramentas informáticas através de um sistema próprio extremamente especializado e dedicado para este tipo de negócio, onde os clientes têm acesso às suas estatísticas e aos seus dados para fazer as suas análises e decidir que campanhas irão fazer posteriormente ao longo de todo o processo.



EQUIPA SHIP4YOU

Com parceiros que se revelam de extrema importância, a Ship4you disponibiliza, ainda, Data Solutions para uma gestão da base de dados eficiente e fidedigna, bem como uma plataforma informática com os sistemas ERP/CRM que permite uma gestão coesa e harmoniosa dos processos e dos dados das empresas, nacionais e internacionais.

Já no E-Commerce, a Ship4you tem diferentes tipos de clientes. “Temos empresas para quem tratamos do serviço de clientes e tudo o que é online, temos outros clientes onde temos acesso ao backoffice dos seus sites e fazemos todo o acompanhamento desde a gestão de stocks até à expedição das encomendas. Noutros casos fazemos serviços de A a Z, desde a criação do site, a manutenção da base de dados até à integração direta com o nosso sistema, sendo nossa a responsabilidade de todo o processo”, explica Cristina Coelho.

Cristina Coelho salienta a importância do marketing digital para qualquer empresa. É caro, mas é de extrema importância. Dá como exemplo, uma loja situada no Rossio onde facilmente há pessoas a entrar. Mas se essa loja se desloca para uma rua mais escondida tem de se fazer notar. Tem de investir num sistema de publicidade muito bom para encaminhar as pessoas para a sua loja. Nas lojas online acontece exatamente o mesmo. Têm de se fazer notar, têm de conseguir ser aliciantes e levar as pessoas a fazer o clique para o seu site. Têm de saber mostrar que o seu produto é bom e que existem porque quem faz compras online tem um leque de possibilidades para analisar e comparar os produtos. São, normalmente, compras ponderadas.

A par disto, as empresas têm de saber aproveitar o aumento das compras feitas a partir de casa e saber chegar a todos os nichos do mercado, a todas as faixas etárias, dos mais entendidos aos menos entendidos das novas tecnologias, a todas as classes sociais e, sobretudo, a clientes globais. Estamos na era digital e os valores crescem de ano para ano. Hoje em dia podemos comprar praticamente tudo através da internet, até as compras do supermercado. ■

## E-COMMERCE VEIO PARA FICAR

**SHIP4YOU** - Empresa 100% portuguesa, a Ship4you orienta as empresas no sentido de perceberem que uma boa estrutura online implica uma boa estrutura física e vice-versa para que as organizações tenham um bom desempenho e cresçam de forma consolidada.

**E-COMMERCE** - O E-Commerce chegou, veio para ficar e ainda tem muito por onde crescer. Se Portugal ainda está um pouco retraído quando se trata de compras online, noutros países a realidade é completamente diferente e já vivem das vendas à distância há anos. As empresas terão que se readaptar constantemente para fazer face às exigências dos clientes que serão cada vez mais globais. Os portugueses, por exemplo, segundo um estudo, são os que têm mais probabilidade de fazer compras fora do país, sendo que os países de eleição são o Reino Unido (42% do total de compras internacionais), China (41%) e Espanha (38%).

**REGRAS** - Há regras de ouro para se estar na internet através do E-Commerce e Cristina Coelho aconselha mesmo os comerciantes a manter todo o processo simples. Quanto mais simples, mais sucesso terão. O cliente que faz compras online é um cliente que procura a comodidade, a rapidez e a eficiência. “Se quer fazer uma compra num site e o próprio processo é demorado e envolve muitos passos, o cliente acaba por desistir da compra”, esclarece a nossa entrevistada. As empresas têm de ter consciência de que “não basta ter um bom produto”. Têm de estudar o negócio e fazer um bom plano de negócios. Têm de saber exatamente do que é que vão necessitar para ter uma loja online a funcionar. Encontrar os parceiros corretos nas várias áreas e perceber que é necessário um investimento caro. Por fim, tem de ser um processo simples. Simples e transparente”, conclui Cristina Coelho.

*“Temos empresas para quem tratamos do serviço de clientes e tudo o que é online, temos outros clientes onde temos acesso ao backoffice dos seus sites e fazemos todo o acompanhamento desde a gestão de stocks até à expedição das encomendas. Noutros casos fazemos serviços de A a Z, desde a criação do site, a manutenção da base de dados até à integração direta com o nosso sistema, sendo nossa a responsabilidade de todo o processo”*

