

Modelos de comércio eletrónico

Gestão de Informação e dos Processos de Negócio



1

Mais do que uma sopa de letras

Aula 20

2

A evolução da *internet* permitiu o desenvolvimento de diversos modelos de negócio *online*, **verdadeiramente sustentados por sistemas de informação.**



2

Modelos B2 (*Business to...*)

3

Os modelos "B2 (*Business to...*)" colocam uma **empresa como o agente principal** com diversos processos de negócio que partem dela para diferentes destinatários



3

B2B (*Business to Business*)

4

No modelo B2B as **transações são realizadas entre empresas**, ou seja, por empresas que comercializam os seus produtos ou serviços a outras empresas, atuando essencialmente no **mercado empresarial ou industrial**.



4

B2B (*Business to Business*)

5

As redes de grossistas são um exemplo claro desta situação, em que **uma empresa vende a outra empresa**, até que uma delas venda ao consumidor final (deixando de ser B2B para B2B2C).



5

B2B (*Business to Business*)

6

Normalmente, **uma transação B2B requer mais estudo e análise racional detalhada**, sendo normalmente prolongada e necessitando de uma assistência permanente do vendedor, pois a decisão costuma envolver diversas áreas da companhia.



6

B2B (*Business to Business*)

7

A estratégia de comunicação e de *marketing* deve ser **permanentemente adaptada**, porque o **mercado do B2B** é mais **pequeno e específico**, por oposição ao que acontece no B2C que é geralmente grande e geograficamente muito disperso, como veremos.



7

B2B (*Business to Business*)

8

No caso do B2B, as **vendas são mais complexas**, **atendendo à profissionalização do comprador**.

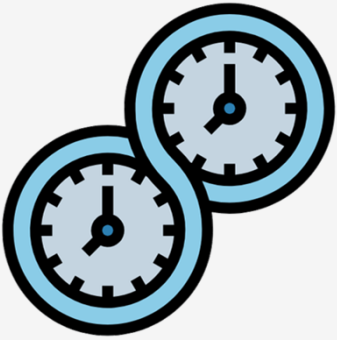


8

B2B (*Business to Business*)

Aula 20
9

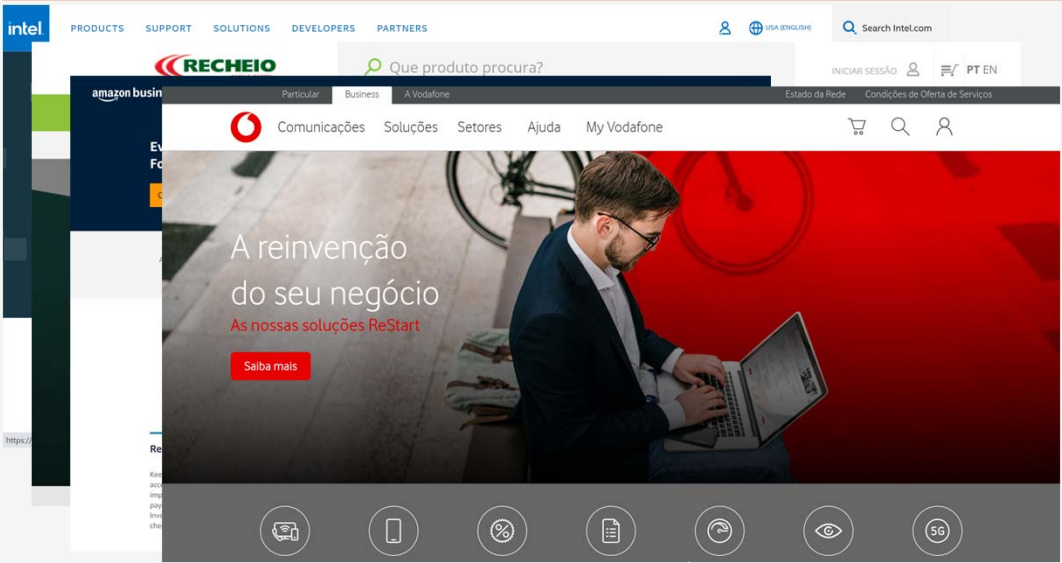
Contudo, no B2B existem também oportunidades acrescidas para um **relacionamento comercial de longo prazo.**



9

B2B (*Business to Business*) – Exemplos

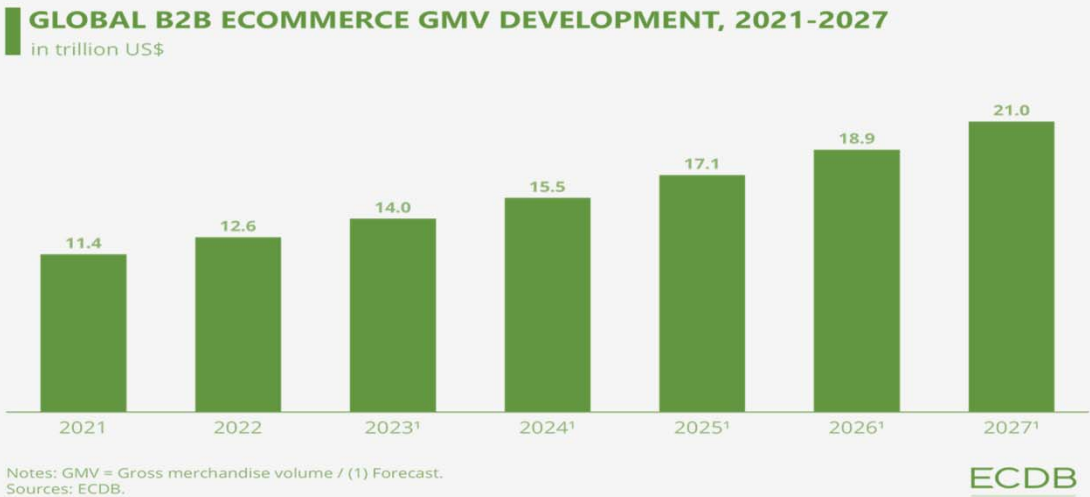
Aula 20
10



10

B2B (Business to Business) – Tendências

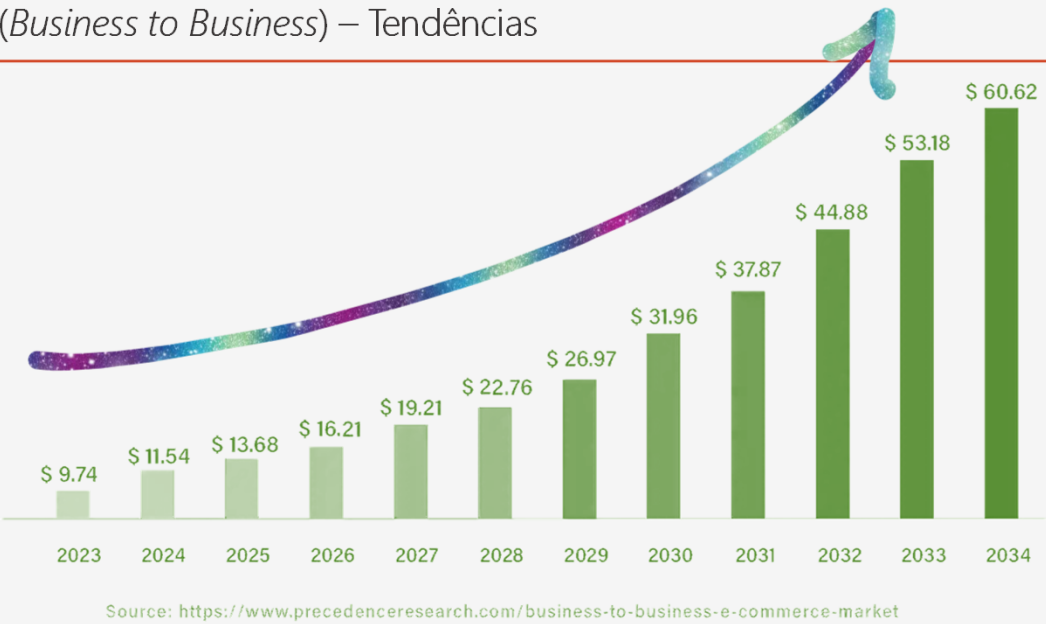
Aula 20
11



11

B2B (Business to Business) – Tendências

Aula 20
12



12

B2C (*Business to Consumer*)

13

B2C identifica o comércio eletrónico de produtos ou serviços de uma empresa **diretamente para o mercado de consumidores (indivíduos) finais**, através de algum tipo de presença comercial *online*.



13

B2C (*Business to Consumer*)

14

Fazem parte do B2C a **maioria das empresas que possuem produtos, serviços ou marcas** que de alguma maneira fazem parte do nosso dia a dia, dedicadas à comercialização de artigos de vestuário, alimentos, itens para a casa, equipamentos eletrónicos e de informática, etc.



14

B2C (*Business to Consumer*)

15

Como visto, enquanto mercado do B2B é pequeno e específico, o B2C é **geralmente grande, numeroso e geograficamente muito disperso**.



15

B2C (*Business to Consumer*)

16

No caso do B2C, a **compra é baseada nas emoções e na impulsividade**, pelo que **o processo de aquisição desses produtos e serviços é curto e individual**.

O comprador adquire o produto ou contrata o serviço para o seu **consumo pessoal**.



16

B2C (*Business to Consumer*)

17

No modelo B2C, de acordo com as características do produto e do mercado, as empresas podem utilizar publicidade de massa em meios tradicionais (revistas, TV, rádio, jornais) e *online* (sites, motores de busca, e-mail e redes sociais, etc.).

showroomprive.pt

facebook



17

B2C (*Business to Consumer*) – Exemplos

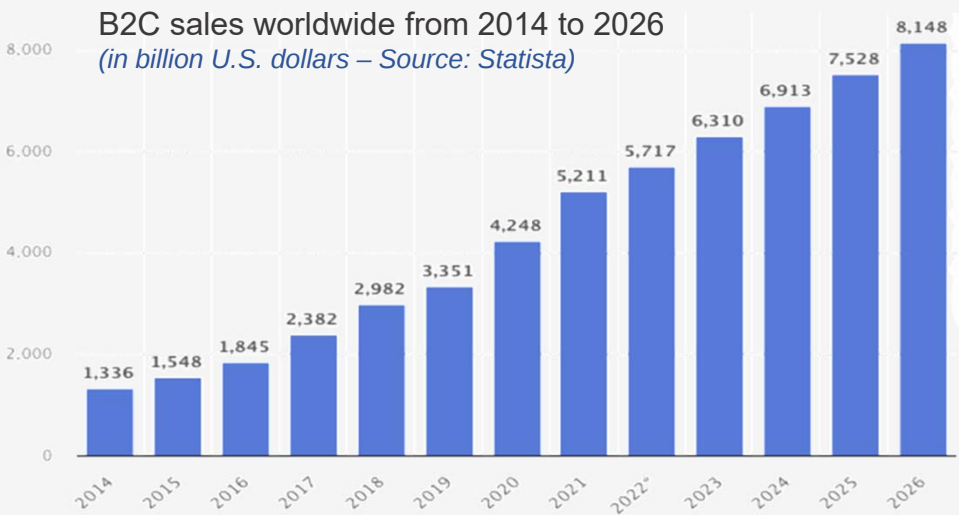
18



18

B2C (Business to Consumer) – Tendências

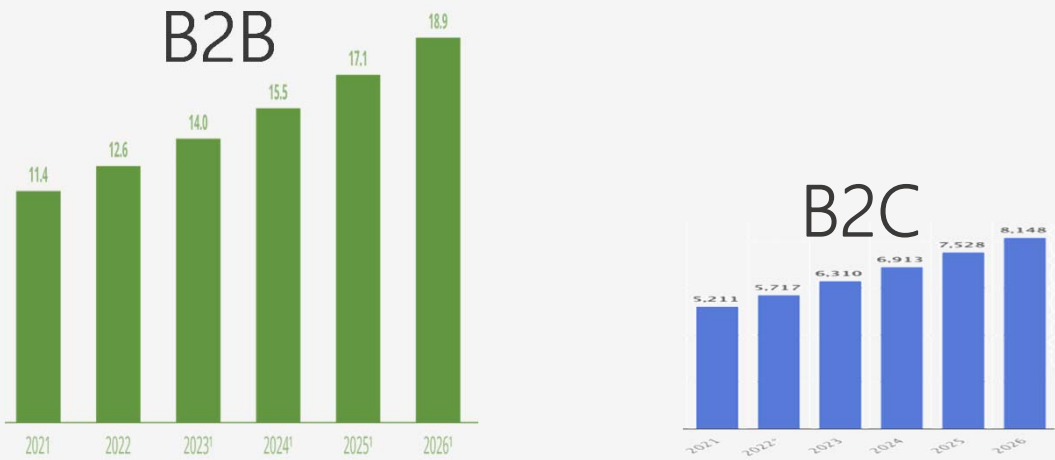
Aula 20
19



19

B2B (Business to Consumer) – Tendências mundiais

Aula 20
20

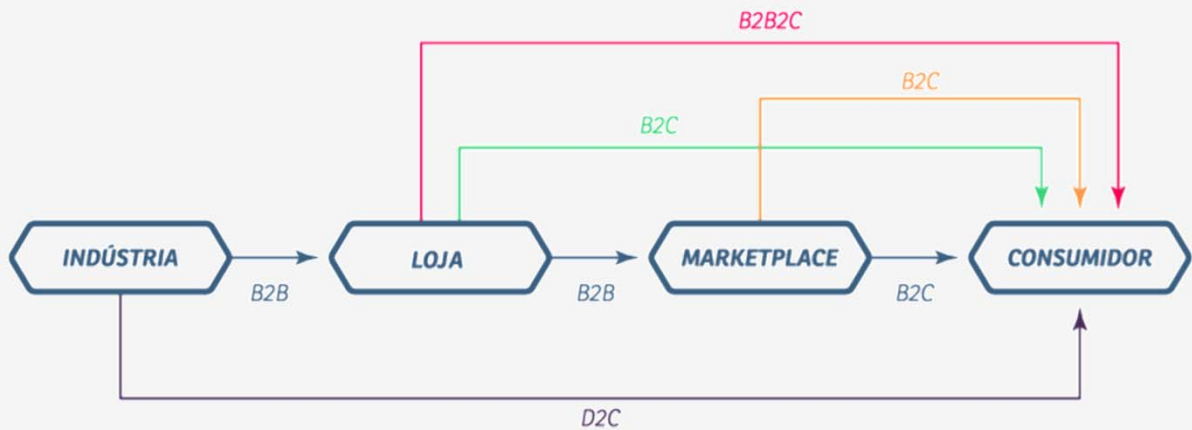


20

B2B e B2C – Esquema de resumo

Aula 20

21



21

B2E (*Business to Employee*)

Aula 20

22

Esta relação define as transações comerciais entre empresas e funcionários. É similar à B2C, mas, neste caso, o “cliente final” é o colaborador da empresa.



22

B2E (*Business to Employee*)

Aula 20

23

Num sentido amplo, o **B2E faz parte da estratégia de RH das empresas** para atrair e reter funcionários qualificados num mercado competitivo, como: benefícios, oportunidades de educação, horários flexíveis, bônus, seguros de saúde, etc.

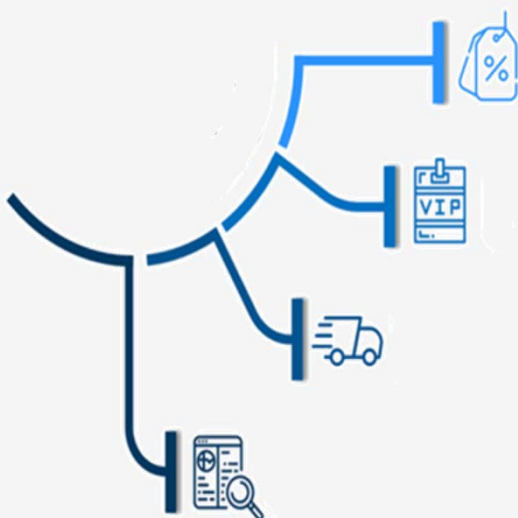


23

B2E (*Business to Employee*)

Aula 20

24



O B2E acontece quando uma pessoa, que faz parte do quadro de funcionários de determinada companhia, decide adquirir produtos ou serviços fornecidos por essa empregadora (ou que estão acessíveis através dela).

24

B2G (*Business to Government*)

25

O B2G envolve a relação comercial entre empresas que vendem ou, prestam seus serviços, às instâncias governativas (locais/municipais, ou centrais/nacionais).



25

B2G (*Business to Government*)

26

O modelo B2G é uma variante do modelo B2B.

Neste modelo usam-se *sites* credenciados pelo Governo para comercializar e trocar informações com várias organizações empresariais, fornecendo um meio para que as empresas enviem formulários de inscrição ao governo.



26

B2G (*Business to Government*)

27

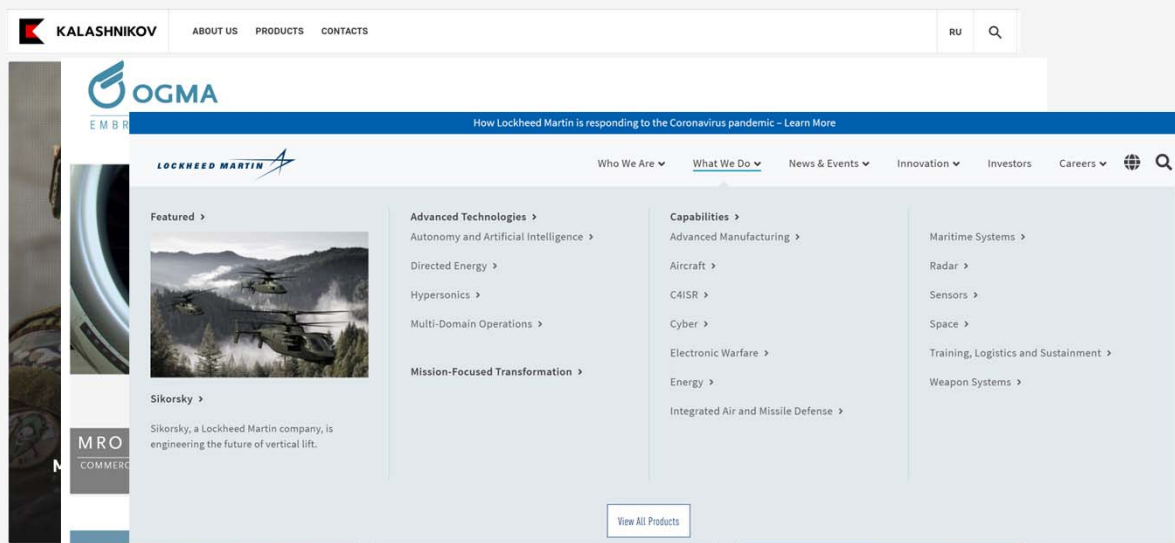
É comum que as empresas focadas neste modelo de negócio estejam atualizadas com as informações de portais de compra dos órgãos públicos, pois são eles que abrem uma concorrência pública (licitação) e delimitam as regras para participar e escolher a empresa vencedora, ou melhor dizendo, a que irá vender seu serviço ou produto para o governo.



27

B2G (*Business to Government*) – Exemplos

28



28

Modelos C2 (*Consumer to...*)

29

Os modelos "C2 (*Consumer to...*)" colocam um indivíduo como o agente principal com processos de negócio que partem dele para outro indivíduo ou diferentes destinatários.

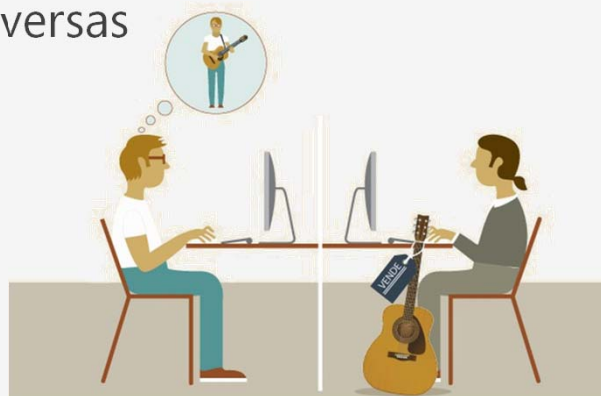


29

C2C (*Consumer to Consumer*)

30

A relação C2C acontece quando duas pessoas realizam uma transação comercial entre si (comércio um-para-um), através de diversas plataformas digitais.



30

C2C (Consumer to Consumer) – Exemplos

31



31

C2B (Consumer to Business)

32

O C2B é, porventura, o tipo menos conhecido e menos mencionado de modelo eletrônico de negócio.

Este modelo inclui três modos distintos: o da **oferta individual de serviços** (*freelance*), o de **procura individual de serviços** (*procurement*) e o de **influenciador** (*marketing influencer*).

32

C2B (Consumer to Business) – Freelance

Aula 20
33

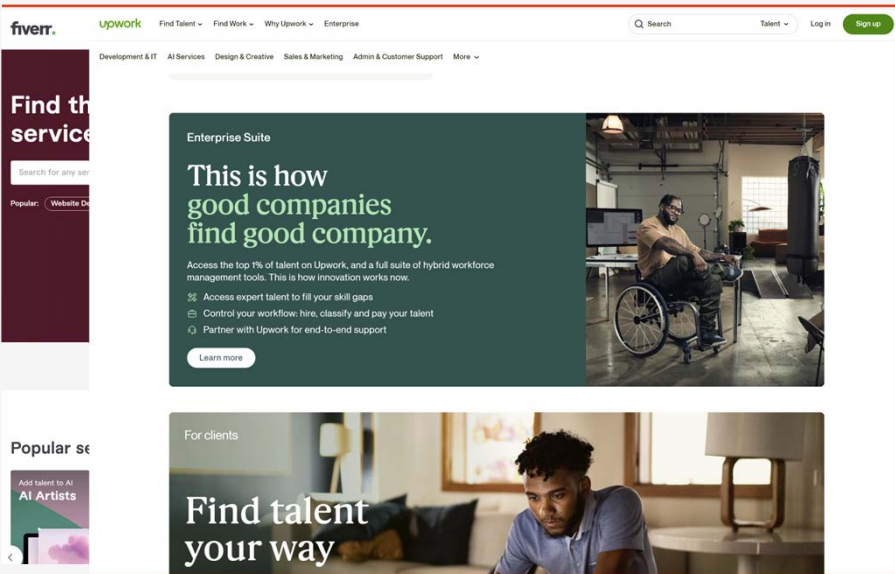
Nesta modalidade desenvolvem-se comunidades *online* de agentes independentes (*freelancers*), que oferecem os seus serviços, permitindo colaborar remotamente.



33

C2B (Consumer to Business) – Freelance – Exemplos

Aula 20
34



34

C2B (*Consumer to Business*) – *Procurement*

35

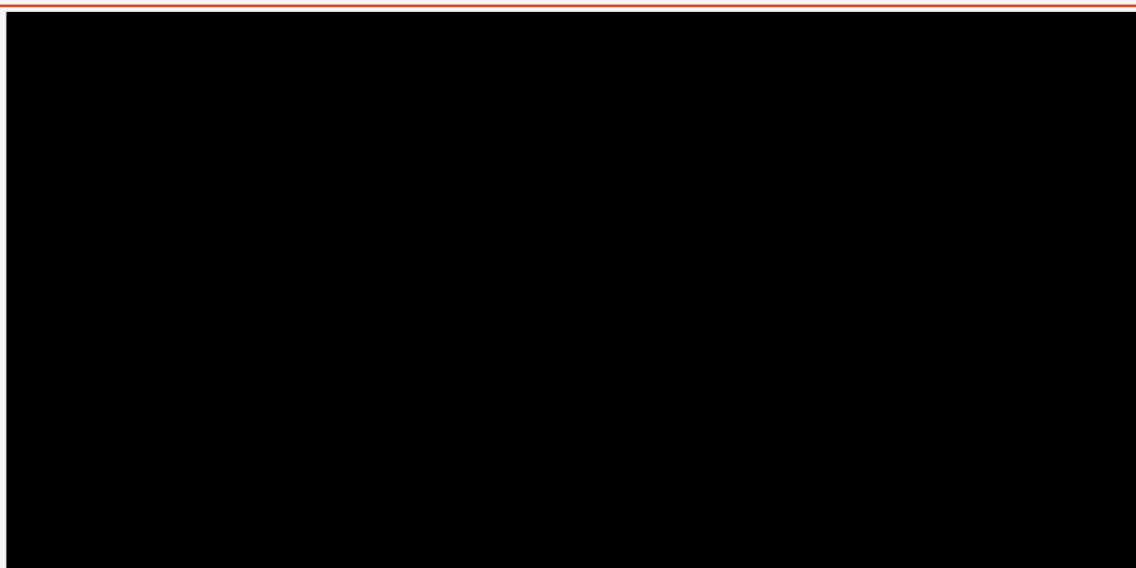
Neste modelo, um consumidor (ou representante de consumidores) solicita através da sua plataforma digital (ou área pessoal) um determinado produto/serviço de índole empresarial.

Uma organização empresarial interessada aborda esse consumidor a propor os seus produtos/serviços.

35

C2B (*Consumer to Business*) – *Procurement* - Exemplos

36



36

C2B (Consumer to Business) – Influencer

Aula 20
37

O *influencer marketing* é uma forma de *marketing* para os media sociais, que envolve o **aval/recomendação de pessoas** (os *influencers*) que têm conhecimento numa determinada área e **que, pela sua competência ou notoriedade, conseguem influenciar** outras pessoas (por exemplo a consumir determinados produtos).



37

C2B (Consumer to Business) – Influencer - Exemplos

Aula 20
38

38

Modelos G2 (*Government to...*)

Aula 20

39

Os modelos "G2 (*Government to...*)" colocam o Governo (**independentemente da forma que assuma**) como o agente principal.



39

G2B (*Government to Business*)

Aula 20

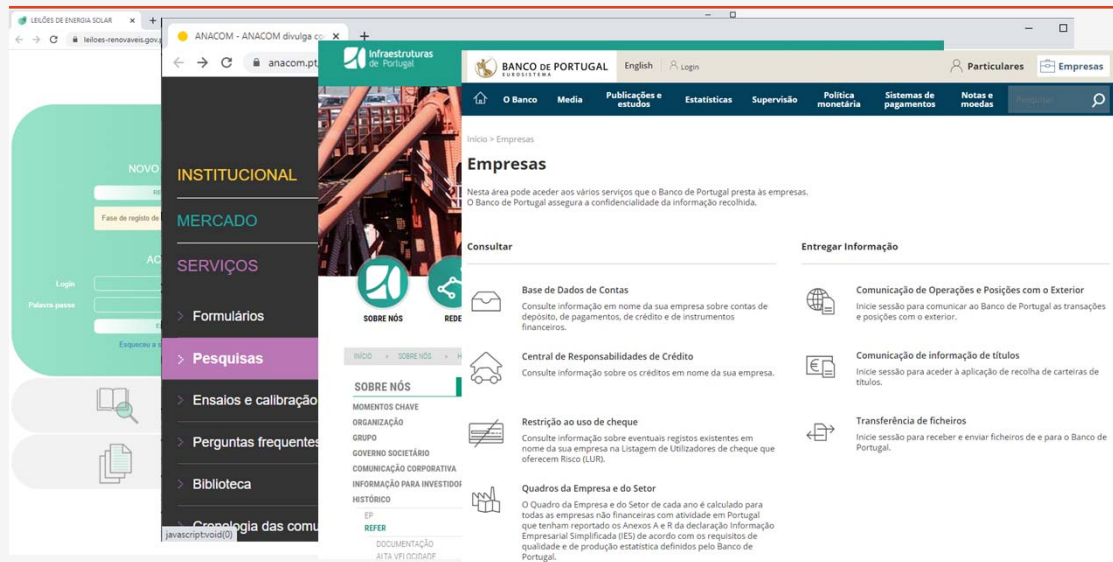
40

Este modelo é **parecido em tudo ao C2B** (*procurement*), mas neste caso são as entidades estatais que usam *sites* para abordar organizações empresariais, **oferecendo suporte a leilões, propostas e funcionalidades de envio das mesmas.**

DATA.GOV

40

G2B (Government to Business) – Exemplos



41

G2C (Government to Citizen)

As autoridades estatais usam o modelo G2C para melhorar a relação "comercial" dos órgãos públicos para com a população (via pagamento de impostos, taxas, multas e tarifas de serviços, etc.).

O principal objetivo dos sites G2C é **reduzir o tempo médio de atendimento** das solicitações dos cidadãos aos diversos serviços governamentais.

42

G2C (Government to Citizen)

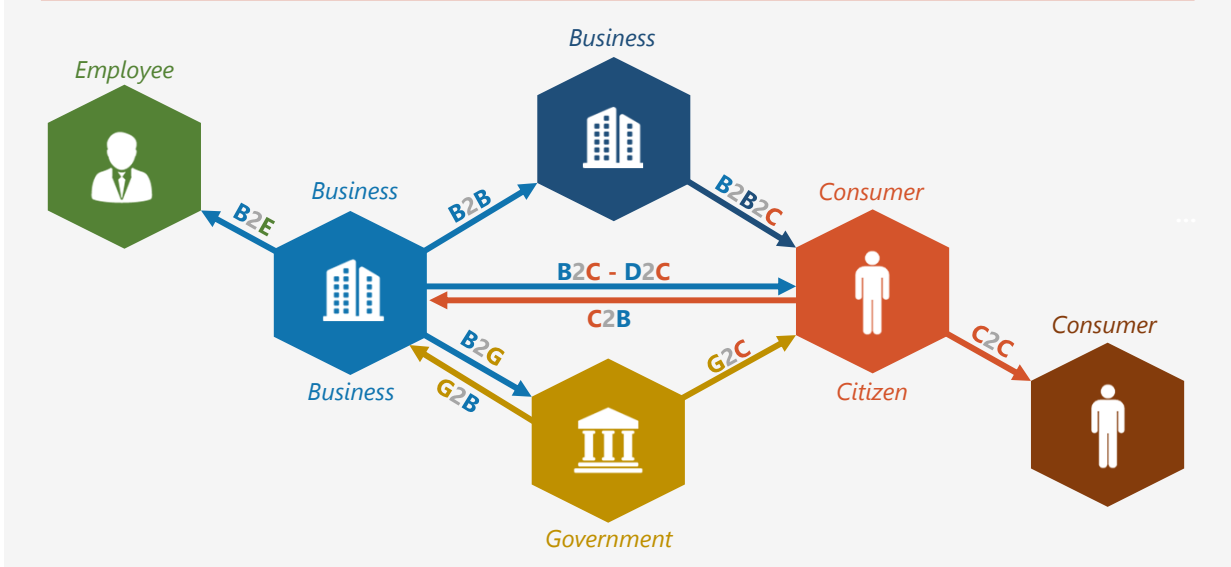
Aula 20
43



43

Esquema resumo

Aula 20
44



44

Resumo

- Atendendo às possibilidades técnicas permitidas pela evolução da internet, existem vários modelos de comércio eletrônico.
- Existem essencialmente três intervenientes principais nos vários modelos de comércio eletrônico: as empresas, os consumidores e o estado (governo).
- Os modelos de comércio eletrônico não esgotam as possibilidades de relacionamento de entidades através da internet, mas constituem um enquadramento para melhorar e expandir a sua presença comercial na internet.