

Levando em conta o enunciado e o conhecimento adquirido durante o curso:

1. Enumere e avalie quais benefícios obterá Mimitos com a criação de uma página web e plataforma de venda online.

A empresa Mimitos poderá beneficiar claramente com um website com blog integrado, onde neste poderá inserir posts em uma base diária ou semanal, com conteúdo de informação relevante sobre animais e produtos. No website, poderão ser criadas páginas informativas da empresa, os seus produtos, eventos presenciais ou online. Claro que é também imprescindível a criação de uma loja online, e a sua implementação no próprio website.

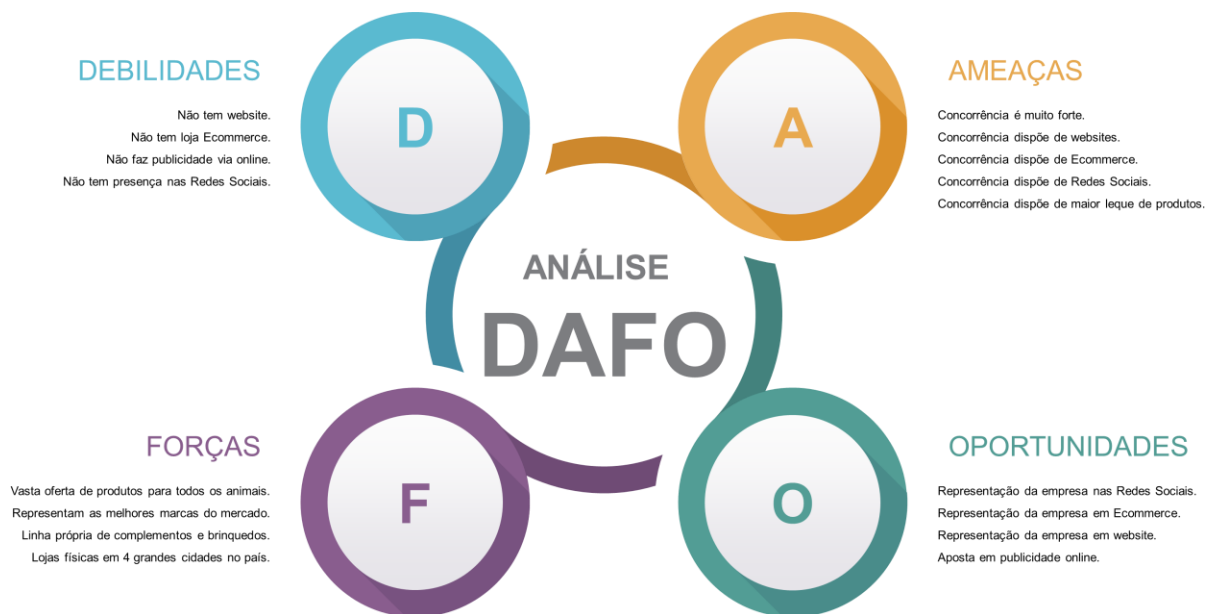
Abaixo poderemos constatar os principais benefícios do eCommerce:

1. **Disponibilidade:** É um negócio online sempre aberto 24 horas, dia e noite, feriados e fins de semana, 365 dias por ano, sempre ao dispor dos visitantes.
2. **Custos baixos:** Dado que o sistema de uma loja online é automático, os custos são reduzidos com pessoal, apenas necessitando de mão humana para atualização de stocks e manutenção da loja online, verificação de pagamentos, envio de produtos, e apoio ao cliente.
3. **Mais ofertas para clientes:** Com a redução de custos que o eCommerce proporciona, significa mais campanhas de descontos, e produtos mais baratos.
4. **Maior alcance:** Uma grande vantagem do comércio eletrónico, é justamente o seu alcance a nível nacional e internacional, tanto para produtos, como para serviços.
5. **Acessibilidade:** As lojas online podem ser acedidas rapidamente em qualquer parte do mundo, por qualquer dispositivo fixo ou móvel com ligação à internet.
6. **Conforto:** Os utilizadores podem realizar as suas compras online no conforto dos seus lares, e receberem os seus produtos em poucos dias.

- Mais opções de pagamento:** Os utilizadores podem contar com variadas formas de pagamento online, que podem passar por cartões de crédito/débito, Paypal, Payshop, Google Pay, Mbway, Multibanco, transferência bancária, e contra-reembolso.
- Publicidade barata:** A publicidade online para eCommerce é mais barata do que a publicidade tradicional.

- Realize uma análise DAFO** de Mimitos que ajude a diagnosticar a situação atual da empresa dentro do setor.

Análise DAFO Mimitos



- Você é o responsável por criar a página de Mimitos.** Apresente um plano onde se detalhe:

Quais passos seguir? O que deverá ser levado em conta? Quais ideias de fidelização serão propostas para a empresa?

Crie um guia dos passos a seguir e as recomendações diante de qualquer eleição que se tenha que tomar, justificando as ações e decisões tomadas. Não se esqueça das necessidades da empresa e suas características para realizar um bom projeto.

Iremos abordar os seguintes passos necessários para a criação de toda a estrutura que irá apoiar a loja online:



Web Designer

Contratação de Web Designer para construção do website e implementação da loja online.



Gestor de Conteúdos

Contratação de Gestor de conteúdos para criação e administração de conteúdos.



Analista de Marketing

Contratação de Analista de Marketing para estratégia de comunicação da empresa.

- > 1. Criação de estratégia que englobe todos os parâmetros técnicos, estudo de mercado, e planeamento de Marketing.
- > 2. Registo de nome de domínio, que será a identidade da empresa para visibilidade online.
- > 3. Alojamento para o domínio, que permita contas de email para apoio ao cliente, certificado SSL para máxima segurança, e SSD para fiabilidade.
- > 4. Escolha da plataforma de vendas. Shopify ou Woocommerce através de Wordpress são opções a considerar.
- > 5. Escolha e configuração dos métodos de pagamento disponíveis, e das taxas de envio.
- > 6. Criação de conteúdo sobre os produtos, descrições, imagens e/ou vídeos, e valores de compra.
- > 7. Criação de app e disponibilização nas plataformas Apple APP Store e Google Play Store.
- > 8. Elaboração de campanhas de marketing, e análise dos resultados por métricas.
- > 9. Linha telefónica, e email de apoio ao cliente, para fornecimento de informações, garantias e devoluções.
- > 10. Logística - Escolha das melhores transportadoras que irão efetuar as entregas aos clientes.

Fidelização

A empresa pretende ganhar a fidelização dos seus clientes. As seguintes opções são válidas para serem concretizadas:

- **Formulário de newsletter** - O cliente preenche o seu nome e email e concorda em receber newsletters periódicas com campanhas e informações relevantes.
- **Programas de fidelidade** - Incentivos para participação ativa nos programas de fidelidade por pontos e para clientes VIP, com recompensas, vantagens, e descontos.
- **Atendimento pós-vendas** - Essencial para medir o nível de satisfação do cliente em relação aos produtos da empresa, e implementar melhorias quando necessário.
- **Confiança** - Disponibilizar aos clientes segurança na plataforma e nas suas compras.

4. Tomando como base as empresas Amazon e Ebay, investigue sobre os aspectos que afetam seus sistemas de segurança e aspectos legais para a venda online. Detalhe e compare os resultados de sua busca.

Websites de gigantes como a Amazon e Ebay têm obrigatoriamente, de contar com sistemas avançados de segurança, no sentido de proteger a integridade das suas lojas e marketplaces, como também a segurança dos utilizadores que adquirem produtos através das suas web stores.

Análise Amazon



A amazon é uma plataforma mundialmente famosa de compra e venda de todos os tipos de produtos, através de um enorme marketplace que agrega empresas e particulares.

No link abaixo constatamos que a amazon menciona que dispõe de protocolo TLS (Transport Layer Security) para segurança nas transações.

<https://www.amazon.es/-/pt/gp/help/customer/display.html?nodeId=G201909230>

A Amazon disponibiliza aos seus visitantes, o fator de autenticação multifactor, que consiste em 2 ou mais passos de segurança para login na conta, para prevenir tentativas de login por parte de terceiros mal intencionados. É uma informação que pode ser consultada pelo seguinte link:

https://www.amazon.es/-/pt/gp/help/customer/display.html/ref=hp_left_v4_sib?ie=UTF8&nodeId=G9MX9LXNWXFKMJYU

A empresa dispõe de página de aviso de privacidade, onde os visitantes podem consultar todas as informações de que necessitem, acerca da segurança do website que visitam, e da sua própria segurança, ao efetuarem as suas compras, entre outras informações relevantes.

[Aviso de privacidade da Amazon.es](#)

Análise Ebay



Semelhante à Amazon, a eBay é uma plataforma mundialmente famosa de compra e venda de todos os tipos de produtos, através de um enorme marketplace que agrega empresas e particulares.

Podemos constatar que a eBay apresenta no rodapé um selo de segurança Norton Secured, que é justamente um indicativo de segurança para os visitantes. Além desse pormenor de segurança, está certificada pela TrustArc, e foi a primeira companhia de e-commerce a receber aprovação da Luxembourg's National Data Protection Commission.

[Aviso de privacidade da Ebay.com](#)

Obs: Segundo o Website Computer World, tanto a Amazon como a eBay, usam os dados pessoais dos clientes para um melhoramento da experiência. A notícia pode ser consultada [aqui](#).

5. No seu ponto de vista, qual será o futuro do eCommerce?

O eCommerce é um bem cada vez mais essencial no presente, e seguramente no futuro terá um enorme crescimento. É sem dúvida a melhor opção para muitas empresas e clientes em todo o mundo.

O papel do eCommerce durante a pandemia 2020/2021

O vírus Covid-19, veio trazer muito protagonismo ao eCommerce, devido ao confinamento mundial, impossibilitando milhões de pessoas de poderem fazer as suas compras físicas com segurança. Esta situação abriu caminho ao eCommerce, para um crescimento exponencial, devido ao enorme aumento de encomendas online.



O papel do eCommerce nas empresas e clientes em 2020

A percentagem de empresas portuguesas com website ou homepage em 2020, seria de 62%. Comparativamente à média europeia de 77%, ficou 15% abaixo. Mesmo assim, é um crescimento significativo nas micro e pequenas empresas, segundo a ACEPI. No mesmo ano, dados indicativos mostram que o processo de digitalização das empresas acelerou, com a marca assinalável diária de 1034 novos casos, devido às novas regras de registo do domínio “.pt” no início de fevereiro.

Relativamente ao perfil consumidor português, constatou-se que a maioria são do género feminino com 51,5%. A idade ativa do consumidor, situa-se entre os 25 e os 54 anos, com 77,3%. Os mais jovens significam a percentagem de 21%.



Segundo os seguintes gráficos de atividades comerciais, constatamos que em janeiro de 2020 em Portugal:

- **88%** dos usuários, realizam pesquisas online de produtos e serviços;
- **81%** dos usuários, visitam lojas online;
- **65%** dos usuários compram um produto online;
- **43%** dos usuários compram online através de PC portátil ou de mesa;
- **33%** dos usuários compram online através de tablet ou smartphone.

O futuro do eCommerce

As perspectivas para o futuro do eCommerce, mostram-se bastante interessante e promissoras, devido ao contexto pandémico, responsável pelo grande impulso que causou relativamente às compras online, e ao cada vez maior desenvolvimento das tecnologias móveis (pc portáteis e smartphones).

- Maior percentagem de aberturas de lojas online.
- Aumento de compras online de produtos e serviços.
- Aumento de mais meios de pagamento online.
- Aumento de dispositivos móveis para compras online.
- Aumento da disponibilidade de mais e novos produtos.
- Aumento de aplicações mobile e Marketplaces.
- Receção de mais encomendas em casa e no emprego.
- Mais e melhores serviços de entrega.

Fonte de Informação: CTT e-commerce Report 2019

6. Escolha uma empresa que considere relevante no comércio online e explique em que ponto se encontra e para onde se dirige.



A empresa escolhida para o estudo de comércio online, é o [KuntoKusta](#), e é um dos canais mais influentes do eCommerce em Portugal.

A plataforma KuntoKusta é considerada o maior comparador de preços em Portugal, e também dispõe de Marketplace. É indicada a qualquer pessoa que queira comparar preços de diversas lojas online para adquirir produtos aos melhores preços. O KuntoKusta encontra-se a operar há 15 anos, tendo sido fundado em 16 de maio de 2005.

KuntoKusta está representado nas Redes Sociais, especificamente no Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, e conta também com apps na Google Play e Apple.

Segundo dados do Jornal de Negócios, o KuntoKusta cresceu em 2020 130% devido à pandemia Covid-19, tendo recebido 6,5 milhões de visitas em abril, o melhor mês da história da empresa. Os resultados permitiram a contratação de mais 20 colaboradores. [Fonte: Jornal de negócios.](#)

Em termos de faturação, o KuntoKusta atingiu um milhão e 700 mil euros em 2017, com somente 30 mil euros de investimento em 2005, data da fundação da empresa. Relativamente às transações geradas para as 800 lojas parceiras, chegaram aos 296 milhões de euros. [Fonte: Dinheiro Vivo.](#)

O futuro do KuntoKusta

A empresa pretende melhorar as suas aplicações e a versão mobile do seu website, de modo a estar preparada para o crescimento no setor. Outras hipóteses que considera é o setor do retalho, a expansão internacional, devido à previsão de grande crescimento nos próximos anos à semelhança de outros países europeus, e a contratação de 50 colaboradores.

Bibliografia

Remondes, Jorge. (2018). Marketing Digital & E-Commerce. Portugal: Editor: Psicosoma.

Webgrafia

- Smarthint.co (2019). O futuro do ecommerce o que mudará nas lojas online em 10 anos. Recuperado de: [Smarthint.co](https://smarthint.co)
- Digitalks.pt (2020). A evolução do E-commerce em Portugal em 2020. Recuperado de: [Digitalks.pt](https://digitalks.pt)
- Hipersuper.pt (2020). Crescimento do e-commerce em Portugal pode chegar a 60% em 2020. Recuperado de: [Hipersuper.pt](https://hipersuper.pt)
- Amazon.es (2021). Recuperado de: [Amazon.es](https://amazon.es)
- Ebay.es (2021). Recuperado de: [Ebay.es](https://ebay.es)
- Kuantokusta.pt (2021). Recuperado de: [Kuantokusta.pt](https://kuantokusta.pt)