

A POPULARIDADE E A EXPANSÃO DO E-COMMERCE

Cristiane Aparecida Mota¹
Mariana de Araújo S. Magalhães²
Mário Augusto Andreta Carvalho³

O profissional contábil dos dias de hoje tem ultrapassado as barreiras de apenas exercer atividades na área contábil, assumindo também uma postura de maior entrosamento com a área administrativa. Pensando nisso, realizamos uma pesquisa sobre E-Commerce ou comércio eletrônico atividade ainda não é muito explorada no Brasil, porém ela acompanha a expansão e popularidade da Internet. O comércio eletrônico tem se tornado mais comum à medida que a própria Internet tem se tornado mais acessível a todas as classes sociais. O primeiro passo para quem deseja montar um comércio eletrônico, é o planejamento de forma, a saber: o que se deseja fazer e para quem, que tipo de produto vai ser oferecido ao mercado, pois pensando que uma loja virtual não é como uma loja de instalações físicas, onde o consumidor pode ter fácil acesso aos produtos, e pensar que muitas vezes o produto que tem bons índices de venda em um mercado físico talvez não tenha o mesmo sucesso em uma loja virtual, pois muitas pessoas não têm acesso a Internet ou ainda não tem confiança no tipo de comércio. Talvez esse produto encontre concorrência; de qual forma o cliente será atendido (marketing); quanto será gasto e em quanto tempo espera-se ter retorno financeiro, onde se faz necessário não só avaliar, mas conhecer bem alguns outros fatores desse empreendimento como: custos de implantação - onde se leva em conta desde a forma como serão feitas as vendas; de que forma os clientes realizarão os seus pedidos; sistema de divulgação da loja; sistemas de promoções e entregas de produtos, quando as atividades terão início e quais são as metas a serem alcançadas. O planejamento é uma ferramenta importante para a sobrevivência da empresa, principalmente nos primeiros anos de atividade, e indicado para empresas de pequeno, médio ou grande porte. O marketing é fator fundamental para o comércio eletrônico, é muito importante é fazer com que as pessoas conheçam a sua empresa on-line, essa divulgação deve utilizar todos os meios possíveis de propaganda, sendo que o mais importante é a Web, assim, vale a inserção da empresa nos sites de busca, onde pesquisas mostram que cerca de 50% dos clientes de lojas virtuais, efetuam suas compras a partir de pesquisas feitas em sites de busca, uma boa vantagem no uso desse recurso é que o cliente quando usa esse tipo de ferramenta é porque está interessado no seu produto, e além disso o custo para contratação desse tipo de recurso é bem pequeno. Outras dicas de divulgação são os e-mails propaganda e anúncios na Web, que também têm um custo baixo. Uma boa ideia com capital disponível pode ganhar mercado e mudar o hábito do consumidor.

Palavras-Chave: E-commerce , Planejamento, Marketing, Internet, loja virtual.

¹Discente do 1º ano do curso de Ciências Contábeis das Faculdades Integradas “Antonio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente. crisflorzynha@hotmail.com

² Discente do 1º ano do curso de Ciências Contábeis das Faculdades Integradas “Antonio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente. Mari_asmagalhaes@hotmail.com

³ Docente do curso de Ciências Contábeis e Administração das Faculdades Integradas “Antonio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente. Mestre em Ciência da Computação pela USP. Mac@unitoledo Orientador do trabalho.