

A Metodologia dos 9 Pilares

Transcrição

A metodologia dos **Nove Pilares** dá base a todo o trabalho de E-commerce, e neste curso falaremos do **Planejamento**.

Esta metodologia ficou conhecida pelo "**Guia de E-commerce**" desenvolvido pelo **SEBRAE**, projeto liderado por Thiago Sarraf e embasado por anos de experiência no mercado. São os pilares:

1. Planejamento
2. Sistemas e Integração
3. Equipe
4. Comunicação Visual
5. Conteúdo
6. Logística
7. Pagamento
8. Selos e Segurança
9. Marketing

O **Atendimento** entra na parte de **Selos e Segurança**, caso haja dúvida.

Como o essencial deste curso diz respeito ao primeiro pilar, os brasileiros não têm o hábito de planejar minuciosamente e montar um "plano de voo"; pela precisão exigida do E-commerce e sua necessidade de uma base matemática, é muito importante que haja um bom planejamento.

Quando sabemos exatamente as etapas e ações para nosso negócio e conseguimos executar conforme o planejado, as estatísticas apontam **80%** de chances de sucesso, valor superior à pesquisa do SEBRAE.

Portanto, é altamente recomendável dedicar um bom tempo e recapitular com atenção todas as etapas e ações tomadas para a empresa antes de colocar o site no ar. Se for necessário, é importante avaliar a possibilidade de **redesenhar** alguma parte do processo.

Dentro do Planejamento, nos aprofundaremos sobre como é **mercado de atuação** com o qual pretendemos trabalhar. Além disso, abordaremos o **orçamento** disponível para executar o negócio, pois muitas vezes tememos dizer o quanto é gasto e o quanto é necessário ter de dinheiro para o objetivo.

É impossível **investir** nenhum dinheiro e ter algum retorno; dentro do planejamento, teremos ciência de quanto dinheiro será necessário para começar e qual a **perspectiva** de retorno.

Quando iniciamos com o **fluxo financeiro** determinado, imaginamos cerca de três anos no futuro de nosso negócio, pois é uma média vista em empresas reais. Com isso, poderemos pensar em ter o ponto de virada do retorno financeiro depois do primeiro ano, e recuperá-lo totalmente dentro destes três anos.

Isso não necessariamente pressupõe uma grande quantia de dinheiro para investimento, mas um bom planejamento é essencial levando em consideração local, funcionários, sócios etc.

Também, estabeleceremos um **cronograma das ações** e em que momentos estas serão tomadas, inclusive determinando datas como veremos adiante.

Um exemplo prático é a mudança de uma casa menor para uma maior: antes, houve a necessidade de adquirir mais espaço, e em seguida foi analisado se haveria dinheiro o suficiente para este movimento. Além do dinheiro da mudança em si, foi necessário levar em consideração os valores de manutenção, bem como das vantagens e desvantagens de morar neste novo local. Se não houvesse um bom plano prévio de execução, haveria necessidade de organização estrutural já estando na casa nova, o que é absolutamente arriscado.

Na fase de planejamento, ainda não está decidido se iremos executar de fato ou não, se é **rentável** ou não. É justamente nesta etapa que poderemos falhar, para evitar erros na vida real.

Desenhado o projeto, criaremos as **expectativas** e **resultados** que queremos. Esta lição é essencial não só para E-commerce, mas qualquer tipo de negócio.

Nesta etapa, veremos todas as áreas necessárias para o desenho completo do projeto, terminando com o **Marketing** que é uma consequência de um bom trabalho. Por exemplo, não poderemos pensar em ações de mídias sociais se não tivermos um negócio muito bem estruturado com mercadoria comprada e previsão de orçamento de Marketing.

Nesta avaliação de mercado olharemos também as questões do produto, ou seja, o que realmente queremos vender e como iremos comprar.

Uma dica muito importante está no "**Guia de E-commerce da ABRADi SP**"; mesmo a primeira versão estando desatualizada em seu período, é a que possui uma melhor síntese como boa referência bibliográfica.

Este material é utilizado pelo SEBRAE, o qual foi doado e distribuído para todo o Brasil, estando presente inclusive na **Feira do Empreendedor**. Também é usado em consultoria no **Dr.e-commerce** para formatar o negócio.

Tendo em mente os 80% de sucesso citado, as motivações dos outros 20% de falha são causados por despreparo financeiro, falta de dedicação, de planejamento e de conhecimento técnico, até mesmo causados por mudanças de decisão; ou seja, são **fatores-natureza** ou **externos**.

Utilizamos constantemente o conceito de **Projeto** que consiste na organização de suas etapas com começo, meio e fim.

A consultoria prestada pelo Dr.e-commerce utiliza esta metodologia há seis anos, atuando em mais de quinhentos projetos, o que legitima sua eficácia.

Como já citado, analisaremos o mercado e segmentaremos a atuação dentro deste. Por exemplo, se falarmos sobre o ramo de "ferragens", a noção do produto fica muito ampla. Com isso, estudaremos a viabilidade financeira de entrar neste mercado.

É essencial ter o **controle** das ações que estamos tomando, documentando e organizando cada passo realizado para poder estimar as expectativas e desenhar as **metas**. Se a meta for batida muito facilmente, é provável que tenha sido feita errada ou de forma muito pessimista, levando à perda de crescimento.

O grande recado desta aula é de que **o E-commerce é muito complexo**, e é vendido erroneamente como algo fácil no mercado. Nenhum dinheiro vem fácil, pois sempre exige trabalho, dedicação e planejamento.

Em teoria, é muito mais fácil ter uma loja física do que se especializar em comércio eletrônico, pois é bem menos trabalhoso. Por exemplo, pode ser mais vantajoso abrir uma loja em uma área nobre da cidade do que uma estrutura equivalente de e-commerce.

Portanto, trabalhar nesta área é basicamente ser um **maestro**; este é o papel do conhecido **Gerente de E-commerce**. Como dono de seu próprio negócio, é o responsável pela operação.

Quando a área de comércio eletrônico começou há 25 anos atrás, não tínhamos uma justificativa suficiente para ter um diretor ou dono, e este papel foi preenchido pelo Gerente de E-commerce, responsável por organizar todos elementos que compõe o negócio. Muitas vezes são contratados sistemas que não são operados corretamente, pois o usuário não foi capacitado o suficiente.

Está é a grande introdução sobre os nove pilares com foco em Planejamento.