



De empresário para empresário

Vender na *internet* para um nicho de mercado que não está acostumado com essa ferramenta é um grande desafio, mas acredite, um empreendedor enxergou aí uma chance de inovar.



A *internet* até pode ser algo que já faz parte do seu dia a dia, mas segundo o estudo *Offline and falling behind: Barriers to Internet adoption* realizado pela empresa McKinsey & Company em parceria com o Facebook, no Brasil, cerca de 97 milhões de pessoas ainda estão desconectadas. E não é só isso, pensar que alguém ainda não utiliza a *internet* hoje é fora do comum, mas acreditem, nem todos são

adeptos de todas as modernidades que o mundo globalizado oferece, especialmente as pessoas e negócios mais tradicionais, como o mecânico do bairro, o vizinho electricista, o pintor da rua de cima, ou até mesmo o seu cabeleireiro. O pensamento é: que utilidade a *internet* teria?

Diante desse cenário, quem iria pensar em lançar um *e-commerce* para esse tipo de público? Mas alguém pensou, pelo menos essa é a história do sócio-fundador da Loja do Profissional, Thiago Kuin, que iniciou em 2010 um *e-commerce* voltado para pequenos e médios empresários e profissionais liberais como electricistas, mecânicos, pintores, entre outros que precisam de itens de medição, metal mecânica, áudio, vídeo, telefonia, limpeza, entre diversos outros serviços e produtos. São mais de 20 mil itens nessas áreas.

De acordo com Kuin, a ideia da empresa como existe hoje aconteceu depois de ele trabalhar com informática e vendas na *internet*. "Fechamos no modelo de *e-commerce* de nicho direcionado a profissionais de diversas áreas, esse tipo de cliente não tinha uma loja que o atendesse com produtos específicos que até então não eram encontrados na *internet*", afirma.

Hoje, a empresa trabalha com produtos para profissionais de diversas áreas como: metalúrgicos, engenheiros, técnicos, pintores, mecânicos, administradores, entre outros, são produtos técnicos ou até mesmo para o trabalho do dia a dia. "Normalmente o cliente tem que procurar em empresas físicas especializadas, e hoje com um simples clique ele pode comprar *on-line* na Loja do Profissional. Esses produtos saem diretamente da nossa empresa, já itens com grandes dimensões e peso saem direto dos fabricantes", pontua.

DESAFIOS CONTORNADOS

Boa parte dos negócios hoje querem entrar na *internet* com um *e-commerce*, pois este é um segmento que cresce dois dígitos ao ano, entretanto, o segredo, segundo Thiago Kuin, está em aliar recursos tecnológicos como plataforma, meios de pagamento e *marketing* digital

"Normalmente o cliente tem que procurar em empresas físicas especializadas, e hoje com um simples clique ele pode comprar *on-line*"

THIAGO KUIN

aos valores normais do negócio, como segmento, mercado, fornecedores e produtos de qualidade. "Hoje nosso maior diferencial é aliar esse *expertise* digital de vendas *on-line* a um bom *mix* de produtos", define.

Quando ele pensou na Loja do Profissional tinha o intuito de atender aos profissionais micro e pequenos em geral que trabalham diariamente, seja na indústria, no setor de serviços ou profissionais liberais, daí veio o nome e também o *slogan*: "Loja do Profissional – A serviço de quem trabalha pelo Brasil".

O empreendedor explica, no entanto, que em um primeiro momento, a sua loja *on-line* começou a vender com poucos pedidos, e por conta disso mantinham em estoque também uma quantidade mínima de produtos, aumentando à medida que percebiam a aceitação do público. Isso porque o mercado em que atuam era, e ainda é, muito tradicional. "Até hoje acontece de ter que 'ensinar' ao cliente como comprar via *internet* e como isso funciona".

Uma das principais dificuldades no início, além disso, foi negociar com os fornecedores, pois eles precisavam entender que *internet* é um novo canal de vendas e tem suas particularidades. "Porém, cada vez mais eles estão tra-