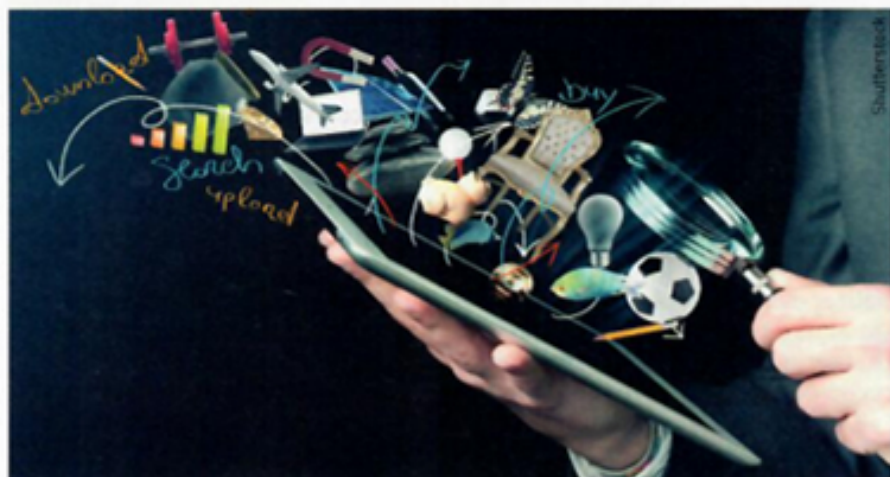


SEJA UM ESPECIALISTA

A REDE MUNDIAL DE COMPUTADORES TEM SIDO IMBATÍVEL EM POSSIBILIDADES PARA QUEM SE DISPOR A SER UM ESPECIALISTA. ELA NÃO SÓ FAVORECE INICIAR NEGÓCIOS COM BAIXO INVESTIMENTO, COMO PARA QUEM DISPÕE DE QUANTIAS MAIORES, ACENA COM UM RETORNO DO CAPITAL MAIS RÁPIDO

Por: Luciana Fuoco





Recentemente, a consultoria italiana Translated divulgou os dados de uma pesquisa sobre a projeção do *e-commerce* no mundo. Intitulado de "T Index", o estudo apontou que o mercado brasileiro de vendas *online* será o quarto maior do mundo em 2016, ultrapassando França, Reino Unido e Alemanha. Em 2012, fechamos o ano com 3,1% do movimento mundial feito pela internet. Com essa participação, nos posicionamos em sétimo lugar no ranking global, à frente da Rússia, Coreia do Sul e Itália. Os primeiros do ranking são Estados Unidos, China e Japão. Ano após ano é possível atestar o crescimento do *e-commerce* no

país, assim como de empreendedores atentos às necessidades e anseios de seus consumidores. Quem aposta em nichos e ações que fidelizam o cliente multiplica a possibilidade de expansão do negócio. O segredo ainda é estar atento às demandas e se dispor a atender necessidades específicas, o que ajuda muito a se destacar e ganhar espaço em um universo onde a concorrência acirrada é um dos grandes desafios.

INVISTA NO NICHU

É o que está confirmando Thiago Kuin, que iniciou na web com um *e-commerce* generalista, mas foi ao especializar-se que viu seu empreendimento crescer. Depois de cinco anos trabalhando na área de tecnologia, com suporte técnico e internet, Kuin visualizou no *e-commerce* um bom mercado para investir. Ele conta que decidiu abrir sua loja virtual por conta de uma necessidade que teve de vender um equipamento de vídeo para um parceiro. A partir disso, investiu cerca de R\$ 50 mil e criou o Best Compras, com o qual passou a vender produtos variados pela internet.

Mas, em 2010, mais tarimbado no mercado virtual, o empreendedor decidiu ser mais certo no foco e investir em uma loja só com produtos para profissionais. Assim surgiu a Loja do Profissional, que atende clientes de diversas áreas com soluções e produtos de alto desempenho.



Thiago Kuin iniciou seu empreendimento vendendo equipamentos pela internet, mas viu seu negócio crescer ao focar em produtos de alto desempenho para profissionais especializados

"Se você é especialista em algum tipo de produto ou serviço, tem mais chances de ser bem-sucedido com um *e-commerce*. Feito isso, é focar no seu público-alvo e aliar tecnologia de ponta, segurança, logística, além de investir em pessoas competentes para trabalhar ao seu lado. Sem esquecer, é claro, de produtos de qualidade e preços competitivos"

Thiago Kuin

Embora o *e-commerce* seja a porta de entrada do negócio, a empresa também fornece suporte aos clientes por meio telefônico. "Falamos diretamente com os profissionais e empresas que necessitem de produtos bem específicos, como é o caso de um paquímetro digital, que serve para medir com precisão comprimentos, espessuras, diâmetros e profundidade e pode ser utilizado por fábricas de produtos diversos", explica Kuin.

A Loja do Profissional também comercializa os suprimentos de várias máquinas, o que garante ao negócio itens com giro mais interessante e para diferenciar o atendimento, o empresário criou o personagem O Franco, por meio do qual a empresa conversa com seus clientes nas redes sociais e no atendimento eletrônico. "A ideia foi de personalizar o atendimento que, na maioria das vezes, é apenas virtual, criando uma aproximação mais simpática e gerando assim mais segurança e

LOJA VIRTUAL ESPECIALIZADA EM EQUIPAMENTOS PROFISSIONAIS

Investimento médio inicial

R\$ 50 mil

Tempo médio de retorno

24 meses

Faturamento médio mensal

R\$ 130 mil

LOJA VIRTUAL DE TELEFONIA

Investimento médio inicial

R\$ 1 milhão

Tempo médio de retorno

24 meses

Faturamento médio mensal

R\$ 20 milhões

gentileza ao cliente", relata.

Cerca de 60% das vendas estão fora do eixo Rio-São Paulo. Locais onde os clientes sentem mais dificuldades em encontrar produtos mais específicos, como interior do Estado de São Paulo, em Minas Gerais, no Rio Grande do Sul, no Nordeste e no Centro-oeste – entre algumas das regiões carentes de fornecedores com preço e qualidade. "A concorrência não nos assusta, até porque consideramos nosso negócio como um *e-commerce* de nicho, onde existe sim concorrência, porém, ela não nos atinge diretamente devido ao modelo de negócio", avalia.

A evolução da empresa é o maior orgulho de Kuin, que projetou um crescimento de 30% nas operações para 2013 e, antes de o ano acabar já atingiu o índice de 50%, ou seja, as expectativas foram bem superadas. "Reformulamos nosso site, ampliamos nosso escritório e contratamos novos profissionais. Com isso, demos um salto no número de

itens cadastrados, hoje são mais de cinco mil. Nossa expectativa é continuar investindo em mão de obra qualificada e em uma gama cada vez maior de produtos, pensando sempre em um crescimento de, no mínimo, 30% ao ano", comemora. O conselho de Kuin para quem pensa em investir na internet é especializar-se. "Se você é especialista em algum tipo de produto ou serviço, tem mais chances de ser bem-sucedido com um *e-commerce*. Feito isso, é focar no seu público-alvo e aliar tecnologia de ponta, segurança, logística, além de investir em pessoas competentes para trabalhar ao seu lado. Sem esquecer é claro de produtos de qualidade e preços competitivos", completa.

TELEFONIA MÓVEL

A mesma receita foi adotada por Guilherme Ribeiro quando decidiu investir na internet. Ele trabalhou nas áreas de telefonia móvel de grandes corporações, como o Grupo B2W e Magazine Luiza e, durante sua atuação nessas empresas, pôde perceber o crescimento avassalador desse mercado no Brasil. Assim, decidiu valer-se de sua experiência na área com o momento favorável e investir em um *e-commerce* de celulares. Em 2012 nasceu na capital paulista a Webfones, oferecendo um abrangente *portfólio* de aparelhos.

"Temos todos os celulares das grandes marcas", assegura Ribeiro, que, para superar e diferenciar-se da concorrência, investiu na venda agregada a serviços. "Somos a única loja virtual a oferecer serviços diferenciados, como venda de planos de operadoras (Oi, Claro, Tim e Vivo), de planos de modem 3G e até mesmo serviços inovadores, como seguros contra acidentes para smartphones. Não somos somente uma loja de aparelhos, mas sim um grande portal de telefonia", explica o empreendedor, informando que seu negócio não tem um público específico, já que qualquer um que utilize celular e acesse a internet é um consumidor em potencial.

Para garantir bons resultados, o empresário realizou ações em três

canais da web, SEO, links patrocinados e integrou sua loja ao Mercado Livre. Ele se valeu de uma API (protocolos de interface para aplicativos), um sistema que integra o estoque entre diferentes canais. Ribeiro conta que ingressar no Mercado Livre foi uma iniciativa acertada e garantiu um aumento expressivo no tráfego de seu *e-commerce* e a conquista de vários novos clientes. O empresário também se preocupou em dar suporte às ações de marketing, e investiu em um Serviço de Atendimento ao Consumidor, priorizando um alto nível de qualidade no esclarecimento de dúvidas e no acompanhamento pós-venda. Em sua avaliação, oferecer um SAC faz muita diferença para garantir que o cliente volte a comprar com sua empresa.

O 'calcanhar de Aquiles' do negócio é a concorrência dos grandes varejistas. Para superá-los, a empresa se utiliza dos serviços que agregou à loja virtual, além da experiência e vasto conhecimento em relação ao que comercializa. "Para que um negócio como esse dê certo, o empreendedor não deve parar de buscar diferenciais. É isso que pratico na Webfones, busco agregar outros valores para atrair os consumidores. Sempre estamos atrás de uma novidade para deixar o cliente feliz

"Realizei ações em três canais da web, SEO, *links* patrocinados e coloquei a loja no Mercado Livre, com uma API (protocolos de interface para aplicativos), um sistema que integra o estoque entre diferentes canais. Ingressar no Mercado Livre foi uma iniciativa acertada e garantiu um aumento expressivo no tráfego do *e-commerce* e na conquista de vários novos clientes"

Guilherme Ribeiro



Guilherme Ribeiro identificou uma boa oportunidade de empreender no setor de telefonia e abriu em 2012 a Webfones, que se diferencia da concorrência agregando às vendas de aparelhos de celular vários serviços adicionais