

3ª Conferência

Internet, Negócio e Redes Sociais

Confiança e Compromisso nos Canais Digitais

29 de setembro de 2014

Auditório da BMAG

Apoio

Patrocinadores Globais APDSI



Internet, Negócio e Redes Sociais

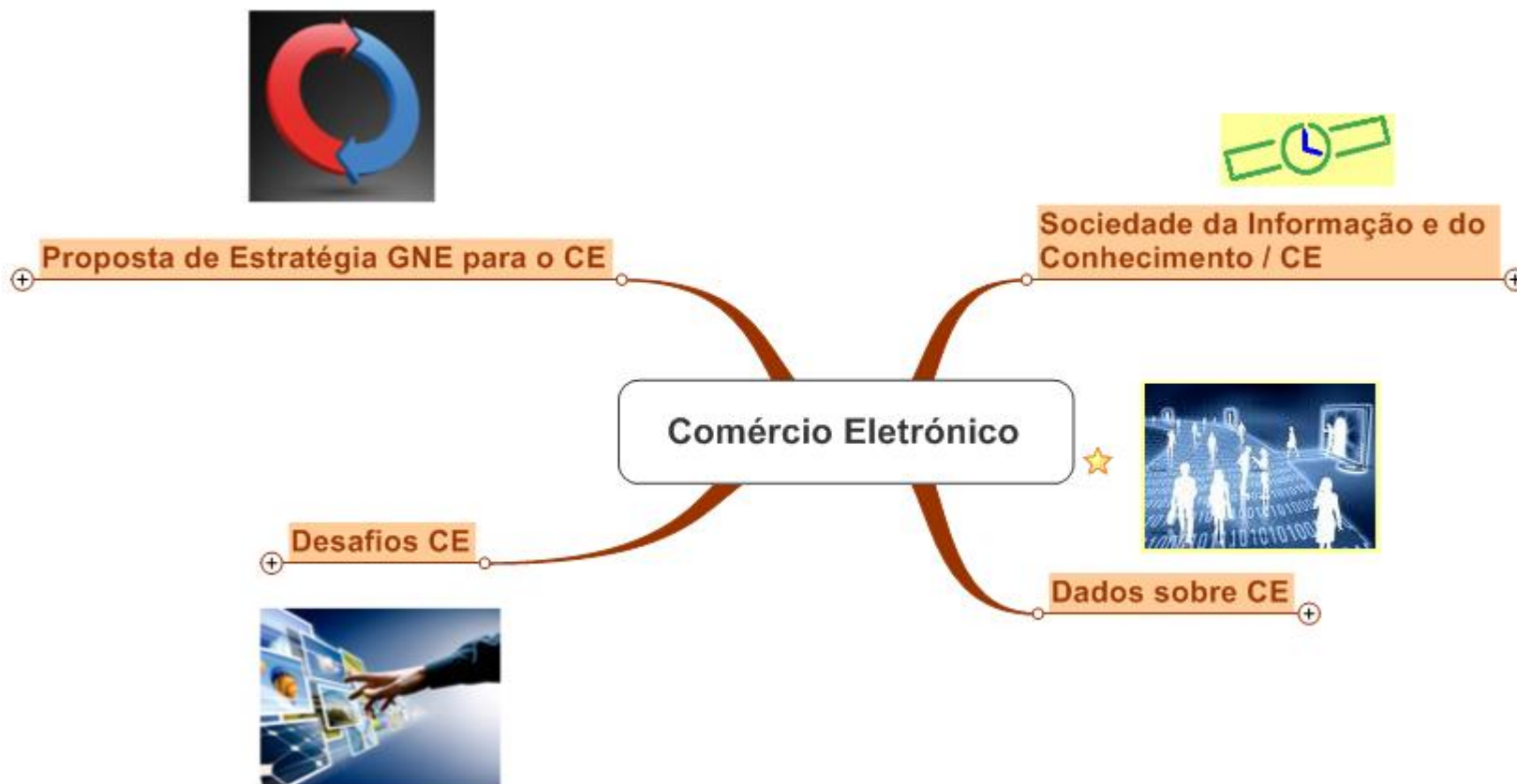
“Confiança e Compromisso nos Canais Digitais”

Comércio Eletrónico

Perspetivas e Desafios

Internet, Negócio e Redes Sociais

“Confiança e Compromisso nos Canais Digitais”



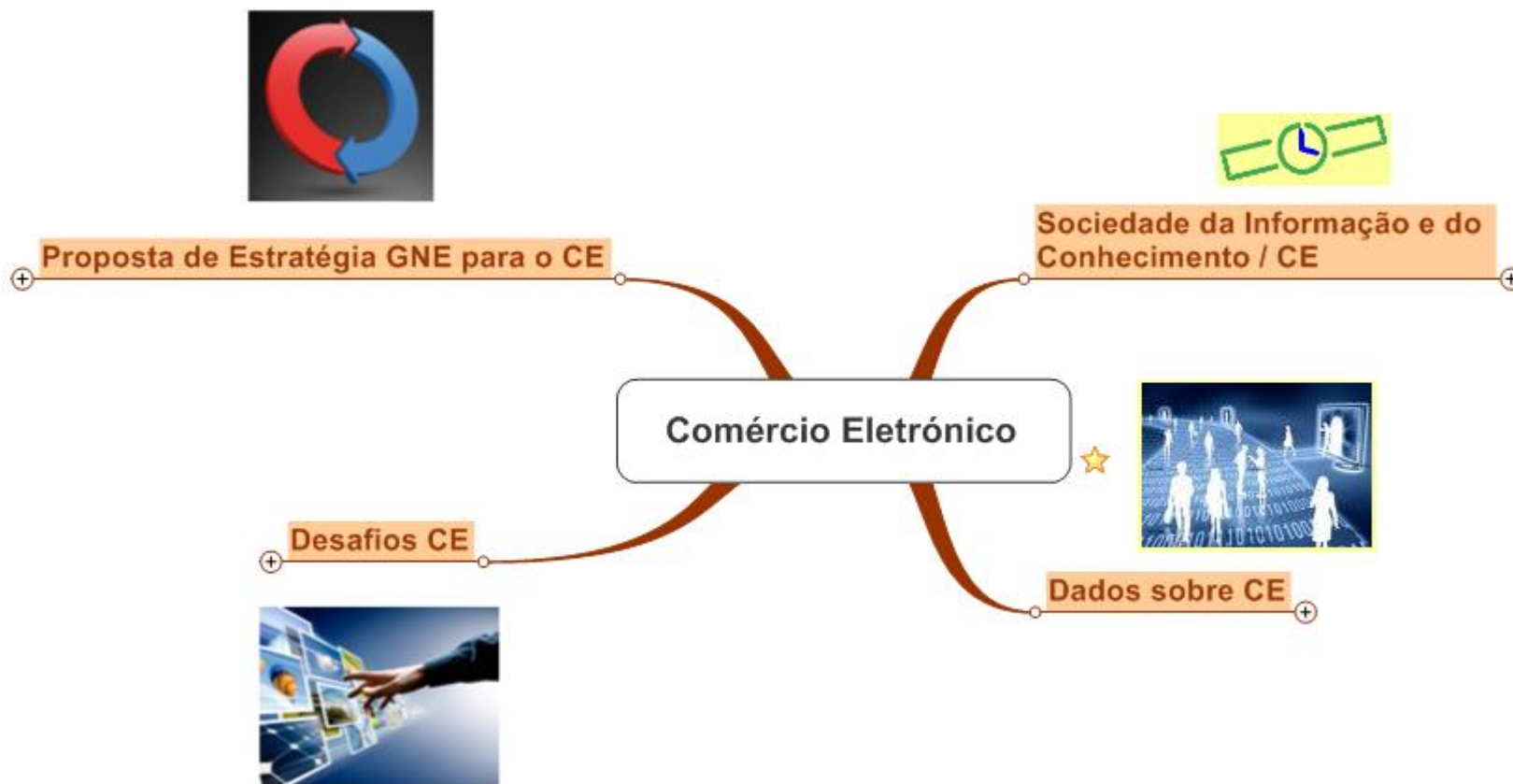
Perspetivas e Desafios...

Sociedade da Informação e do Conhecimento

- A Sociedade da Informação e do Conhecimento vs CE:
 - constante necessidade de operar a **Mudança** dos Modelos de Negócio...
 - lógica constante de aumento da **Produtividade** das Organizações...
 - cada vez maior necessidade de **Integração** do mundo online com o mundo físico...
 - sobreviver através da **Customização** antecipando as necessidades de cada cliente...

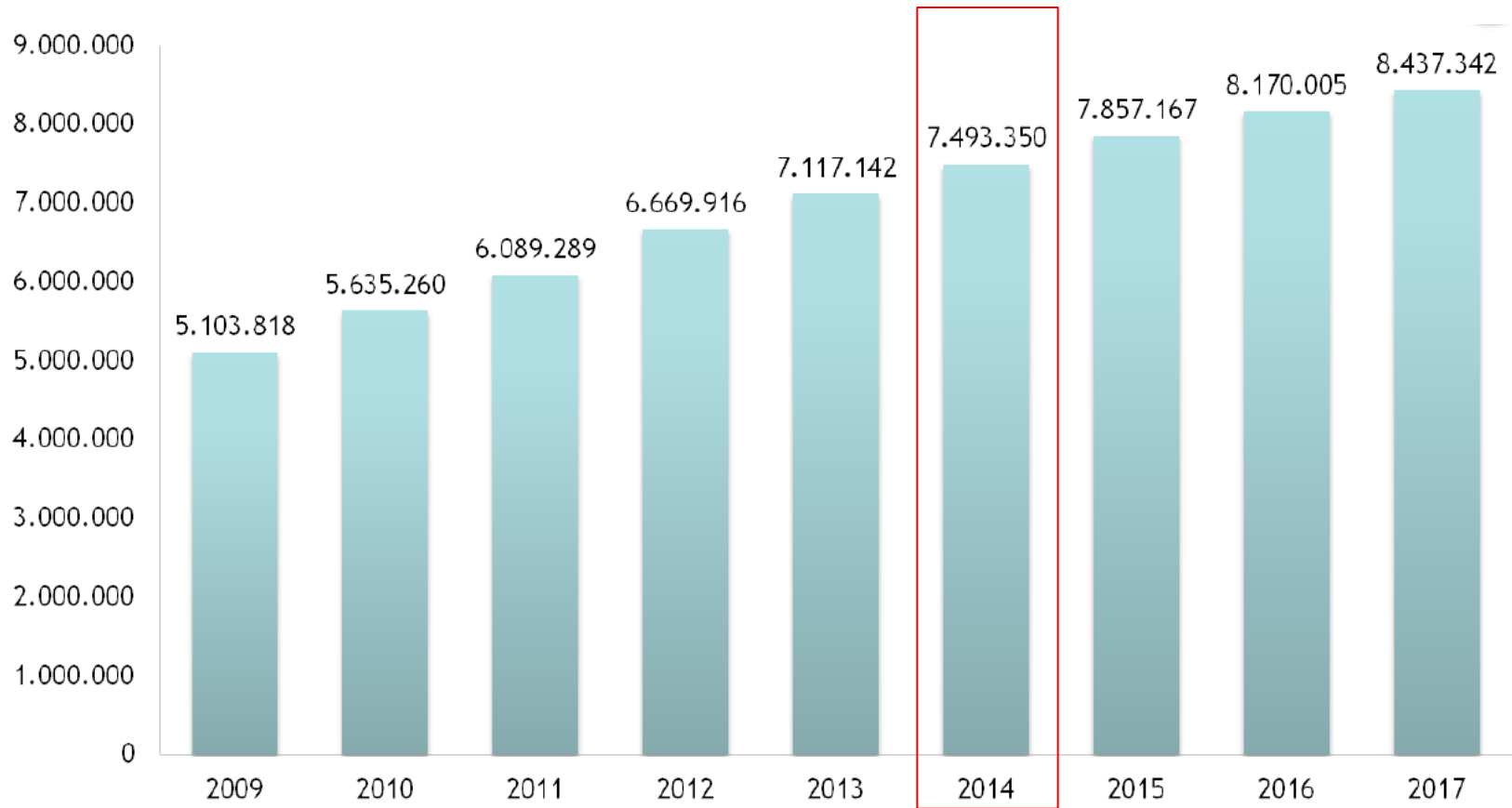
Internet, Negócio e Redes Sociais

“Confiança e Compromisso nos Canais Digitais”



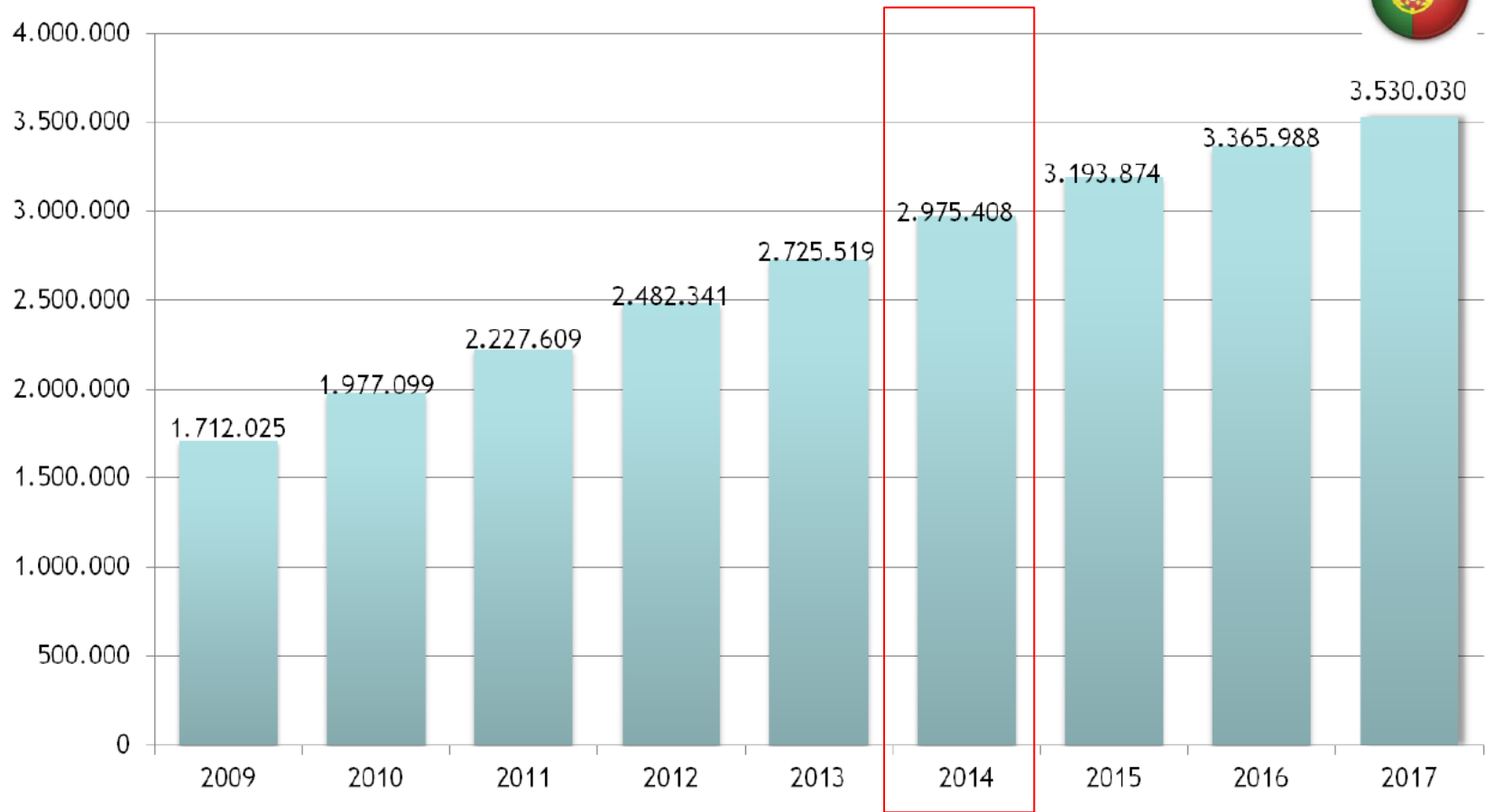
Perspetivas e Desafios...

Utilizadores de Internet em PT



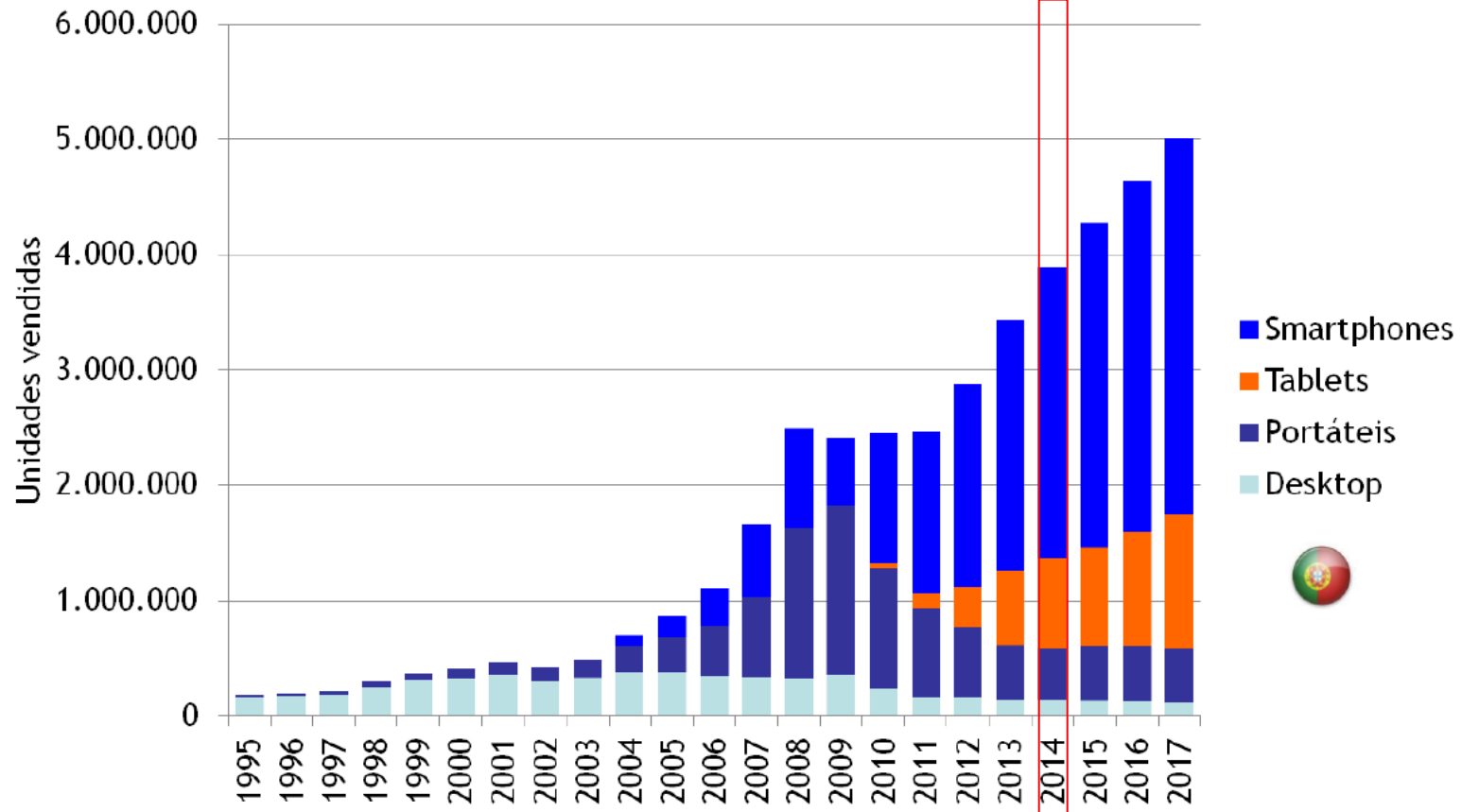
Evolução do número de utilizadores de Internet em Portugal
(IDC/ACEPI, 2012)

Comércio eletrónico em PT



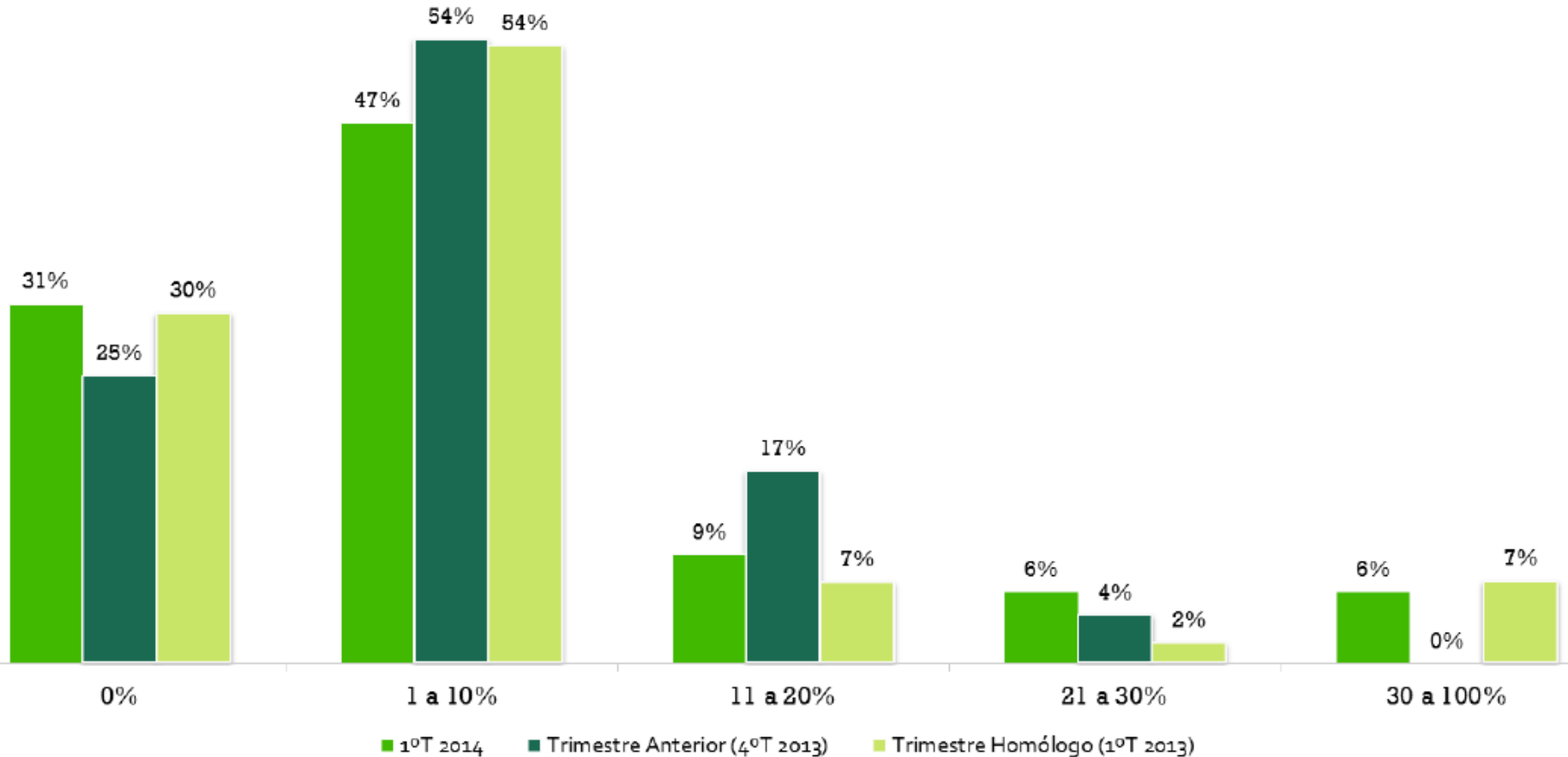
Evolução do número de compradores em Portugal
(IDC/ACEPI, 2012)

Acesso à Internet em PT



Evolução dos dispositivos de Internet em Portugal
(IDC/ACEPI, 2012)

Vendas em dispositivos móveis (PT)



Evolução do número de vendas através de dispositivos móveis (PT)
(ACEPI/Netsonda, 2014)

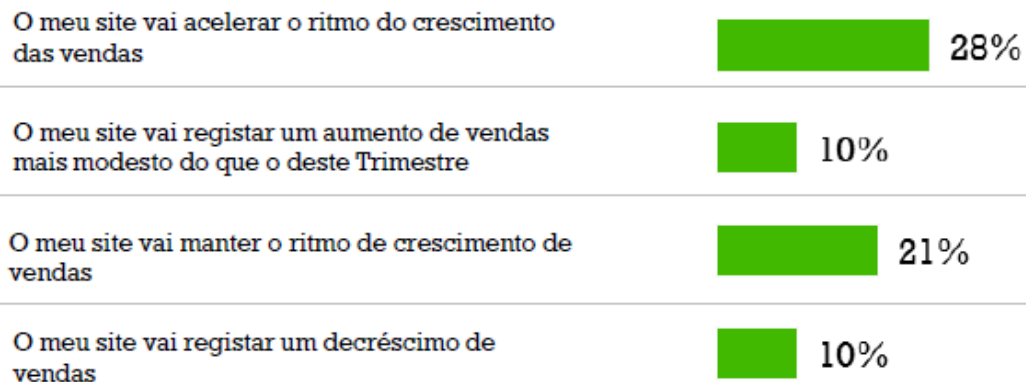
Comércio eletrónico em PT

- O valor das compras B2C já alcançou os 2,4 mil milhões de euros (1.5% do PIB) e deverá aumentar para 4 mil milhões até 2017 (2,5% do PIB);
- Em 2012 foram realizados pagamentos de serviços em ATM no valor de 10 mil milhões de euros;
- As compras B2B e B2G já alcançaram os 36,7 mil milhões de euros (24% do PIB), e deverão crescer para os 69 mil milhões em 2017 (43% do PIB).

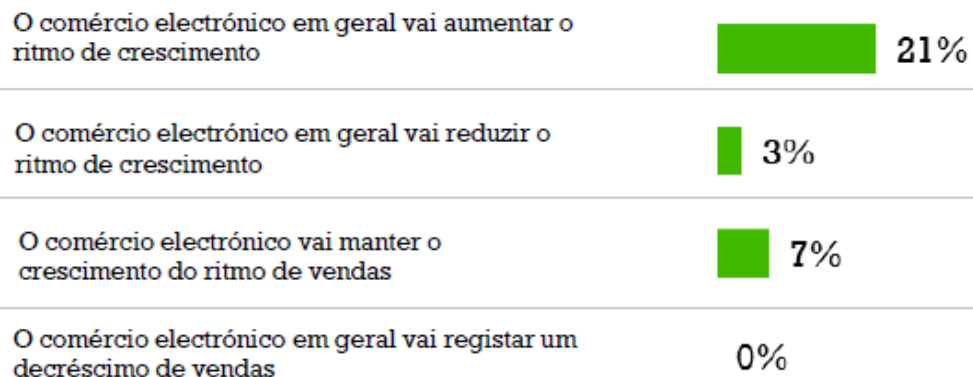
Expectativas de evolução CE (B2C) - PT

1ºT 2014

O meu site...



O comércio electrónico...







Expectativas de Evolução CE (B2C) – PT
(ACEPI/Netsonda, 2014)



Expetativas de evolução CE (B2B) - PT

1ºT 2014

O meu site...

O meu site vai acelerar o ritmo do crescimento das vendas		29%
O meu site vai registar um aumento de vendas mais modesto do que o deste Trimestre		14%
O meu site vai manter o ritmo de crescimento de vendas		29%
O meu site vai registar um decréscimo de vendas		7%

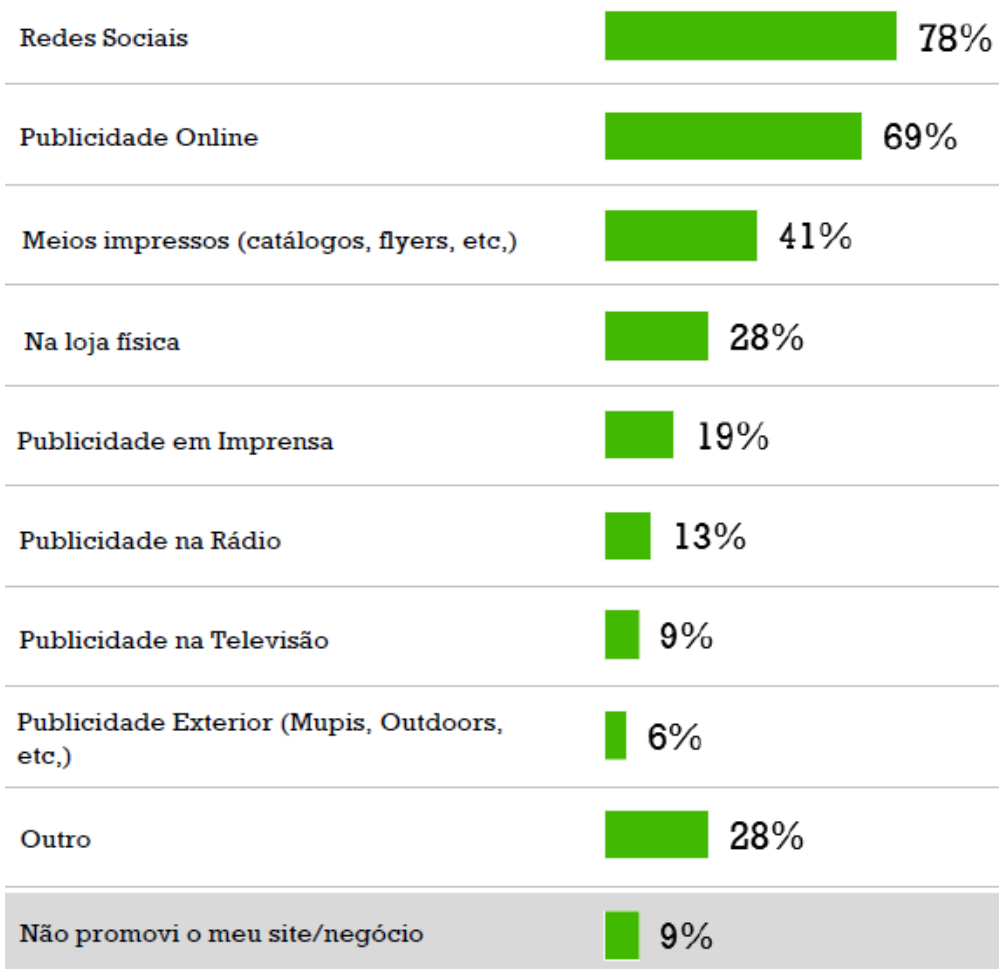
O comércio electrónico...

O comércio electrónico em geral vai aumentar o ritmo de crescimento		14%
O comércio electrónico em geral vai reduzir o ritmo de crescimento		0%
O comércio electrónico vai manter o crescimento do ritmo de vendas		7%
O comércio electrónico em geral vai registar um decréscimo de vendas		0%

Expectativas de Evolução CE (B2B) – PT
(ACEPI/Netsonda, 2014)

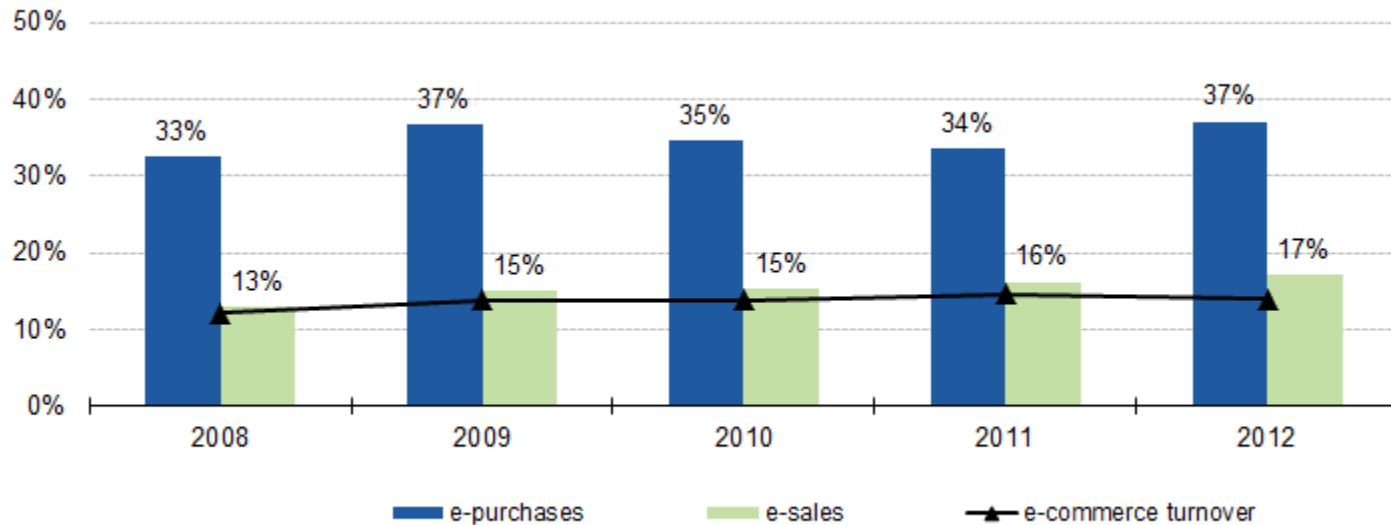
Publicitação dos Sites de CE (PT)

1ºT 2014



Publicitação dos Sites (PT)
(ACEPI/Netsonda, 2014)

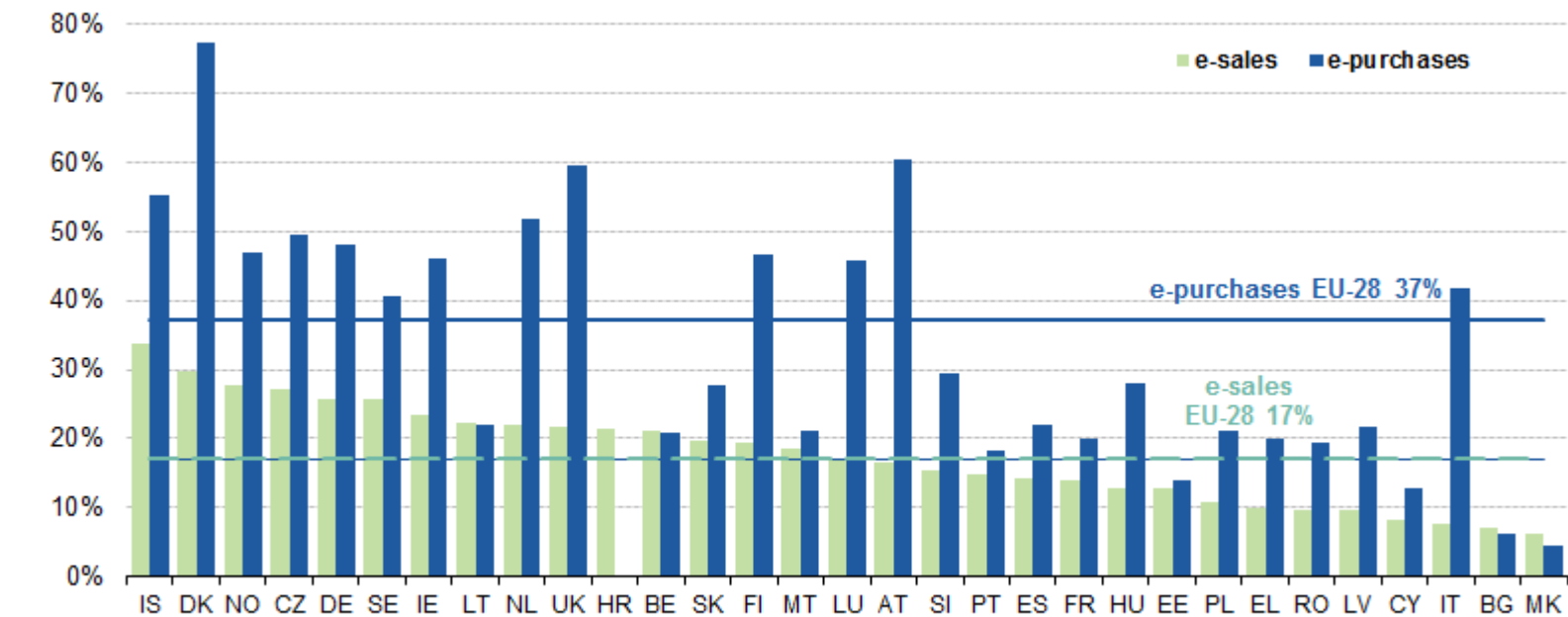
Comércio eletrónico na UE



Note: 2008 data without enterprises in the NACE Rev 2 group 95.1 referring to 'Repair of computers and communication equipment'.

Percentagem de vendas e compras através da Internet (2008-2012).
(Eurostat, 2012)

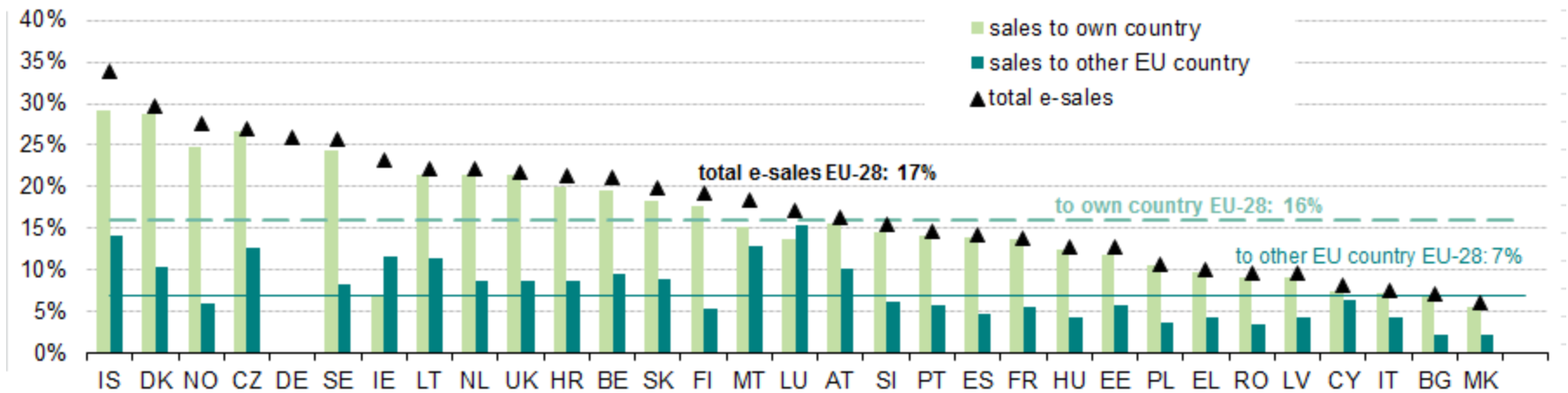
Comércio eletrónico na UE



HR: e-purchases not available

Percentagem de vendas e compras através da Internet.
(Eurostat, 2012)

Comércio eletrónico na UE



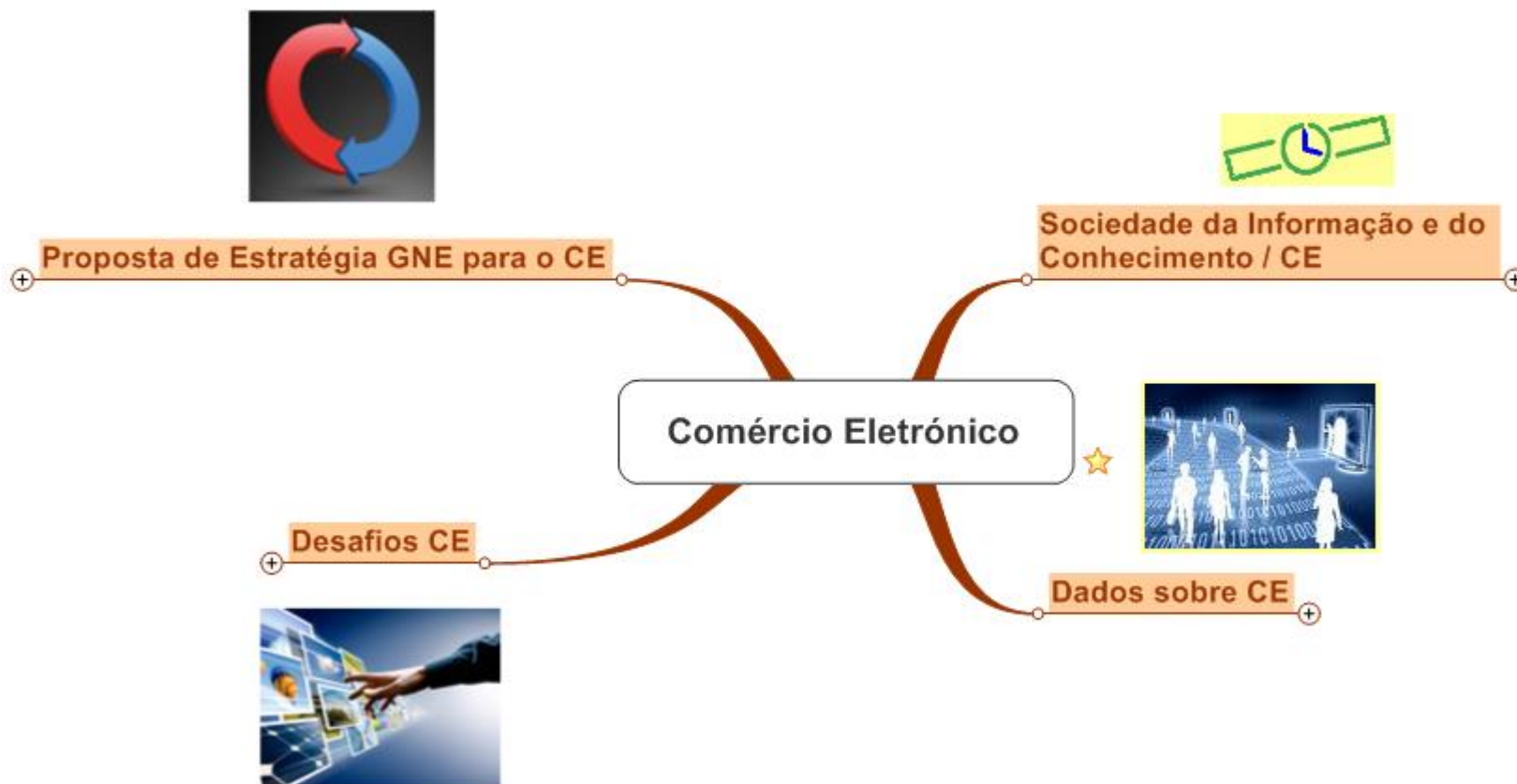
DE: data unreliable



Percentagem de vendas para dentro/fora do País.
(Eurostat, 2012)

Internet, Negócio e Redes Sociais

“Confiança e Compromisso nos Canais Digitais”



Perspetivas e Desafios...

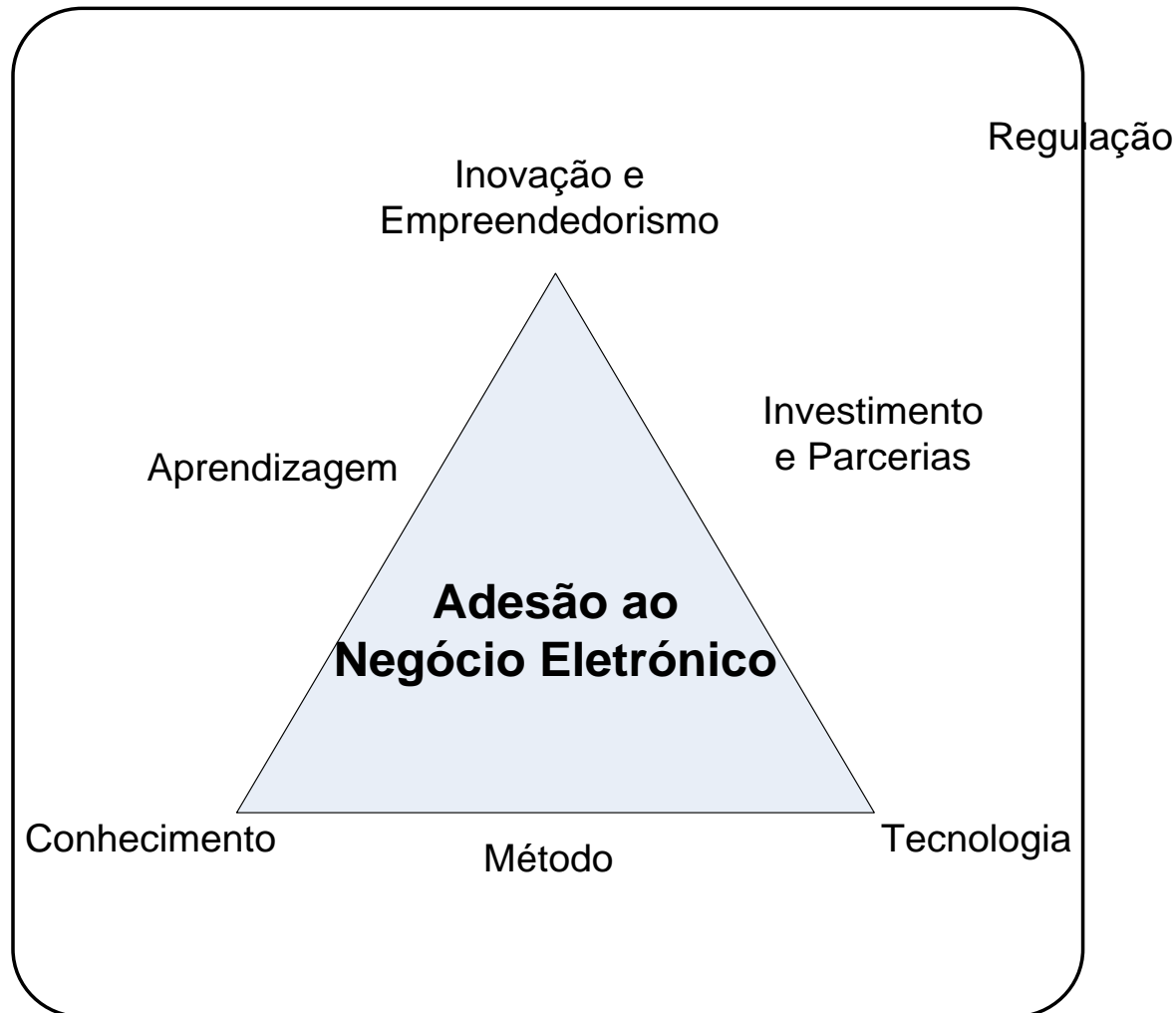
Comércio eletrónico Desafios

- Principais bloqueios à participação de PME's em iniciativas de CE:
 - falta de informação e conhecimento;
 - dificuldades em estabelecer um plano de ação e de estratégia para a Web;
 - falta de competências tecnológicas;
 - incapacidade para efetuar investimentos.

Comércio eletrónico B2C Desafios

- Conceber soluções focadas no **valor associado**:
 - **estratégia de presença**:
 - **produto/serviço**:
 - Útil, bom preço, rapidez na entrega e economia de tempo.
 - **como fonte de obtenção de conhecimento.**
 - **atratividade do sitio Web**;
 - **segmentação de mercado**;
 - **promoção de segurança**, projetando uma imagem de confiança e atenção:
 - **aparência do sitio web**;
 - **política de trocas e/ou devoluções**;
 - **segurança e políticas de privacidade são indispensáveis.**
 - **integradas com as redes sociais**;
 - **computação móvel.**

Estratégia para uma maior adesão CE (GNE)



Estratégia para uma maior adesão CE (GNE)

1. Promover o **desenvolvimento do conhecimento** interno em CE de cada organização;
2. Induzir a **formação em CE** para Executivos e Profissionais;
3. Incentivar um **espírito inovador e empreendedor** no desenvolvimento de soluções de CE;
4. Incentivar o uso das funcionalidades que **promovam a customização**;

Estratégia para uma maior adesão CE (GNE)

6. Melhorar a **comunicação** global entre todos os agentes;
7. Promover o estabelecimento de **parcerias** de negócios;
8. Aumentar o número de **linhas de investimento**;
9. Incentivar alterações aos **mecanismos de regulação**;
10. Promover **metodologias** para a implementação de iniciativas de CE.

Comércio Eletrónico – Perspetivas e Desafios...

Muito Obrigado!

