

## ERP é fundamental para o crescimento dos e-commerces

Rafael Dal Molin (\*)

*Durante o último ano, falamos bastante do quanto a pandemia mudou os hábitos de consumo dos brasileiros*

Dentre as modificações mais significativas, está o fato de que o varejo digital se tornou o principal meio de compra de produtos e serviços do país. Para se ter uma ideia, cerca de 10 milhões de pessoas fizeram aquisições pela primeira vez na internet durante a quarentena e o distanciamento social, de acordo com uma pesquisa realizada pela Nuvemshop, plataforma que atende 70 mil lojas online de pequenas e médias empresas na América Latina.

Levando em consideração que as vendas no e-commerce devem subir 26% no país este ano, segundo expectativas da Ebit/Nielsen, que aponta a reputação das lojas e traz dados para o mercado online, é fácil imaginar que marcas que não estiverem presentes no mundo virtual dificilmente conseguirão sobreviver. Empreendedores que não contarem com um Sistema de Integração de Gestão Empresarial (ERP) no seu negócio podem se perder em meio às demandas, deixar passar alguma solicitação e fracassar na conquista por clientes.

Pouco se comenta sobre a importância que os softwares e as tecnologias de gestão têm na administração das plataformas de vendas online e acho válido conversarmos sobre isso, ainda que me pareça bastante claro. De maneira geral, um ERP atua como se fosse o cérebro de uma operação, uma vez que controla e centraliza todas as informações obtidas em diferentes frentes do comércio eletrônico, permitindo que os responsáveis e a equipe tenham acesso aos dados de forma organizada, via nuvem e tempo real, de qualquer lugar do mundo.

Diria também, que o ERP possui uma relação direta com o crescimento da loja online, já que contribui com o desempenho da marca e permite que os seus fundadores tomem decisões estratégicas mais assertivas, economizando tempo, dinheiro e reduzindo as margens de erros humanos. Dentre as

principais vantagens da solução, destaco a facilidade de cadastrar as mercadorias e suas especificidades, o sistemático controle do estoque, a organização dos pedidos e a emissão de notas fiscais de forma automatizada, rápida e eficaz, além de outros.

Com as informações unificadas, o lojista organiza todos os departamentos da empresa, enxergando quais os itens que estão saindo com mais frequência, quais estão parados no armazém e quais encomendas ele já pode liberar para a entrega. E quanto mais transparentes forem esses dados, mais depressa ele toma uma atitude. Consumidores felizes são aqueles que não encontram percalços durante o momento da compra, ou seja: o que eles buscam está disponível no e-commerce, o pagamento é facilitado e o pacote chega dentro do prazo estimado.

Empreendedores me perguntam o que devem considerar na hora de escolher um ERP e sempre digo que depende muito do momento em que a empresa está, do setor de atuação, de quais são as obrigações fiscais e os pontos que eles querem melhorar, tendo em vista que os softwares contribuem com o fortalecimento da gestão, simplificam as rotinas administrativas e proporcionam a escalabilidade das vendas. Temos no mercado o que há de mais moderno em termos de tecnologias voltadas para o e-commerce e é preciso pesquisar com cautela.

Investir em ferramentas que facilitem a gestão empresarial é uma escolha inteligente para quem deseja colher bons frutos. Diferentemente do que muita gente acredita, os ERPs são soluções intuitivas, práticas e fáceis de serem utilizadas. Se você é um pequeno empresário, tire da cabeça que só as multinacionais precisam adotar metodologias para a otimização e automação de processos. Você é o grande responsável pelo seu desenvolvimento.

Deixe as planilhas de lado e se comprometa com o crescimento da sua empresa. Boa sorte!

(\*) - É mestre em Computação Aplicada e Ciência da Computação na Universidade de Passo Fundo e Diretor da Elevor, scale-up que desenvolve softwares de gestão empresarial para os mais variados segmentos.

## A retomada passa forçosamente pela capacitação da força de vendas

A trajetória do comércio mundial em 2020 mostrou queda acentuada em março, abril e maio com leve recuperação em agosto

Os países emergentes - bloco do qual o Brasil faz parte - tiveram queda de 4,1% nas exportações de janeiro a agosto e sobre as importações, houve desaceleração de 5,2%, com destaque para a América Latina que teve retração de 14,5%. Os dados foram divulgados pelo Ipea. As multinacionais de segmentos como alimentação, farmacêutico, equipamentos de proteção e construção civil sentiram queda de faturamento, mas conseguiram se reequilibrar.

Segundo Jonas Rogério Carvalho, coordenador de vendas do atendimento corporativo do Senac/SP, desde o início da pandemia, houve mais dificuldades nas negociações, pois os compradores ficaram mais reclusos nos primeiros seis meses e o volume de negócios caiu muito, prejudicando especialmente o trabalho dos vendedores B2B (vendas entre empresas). Além disso, a maioria das empresas de varejo foi surpreendida com grandes estoques e teve dificuldades no giro de mercadorias, precisando fazer promoções.

Sem giro, as indústrias não conseguiram voltar a vender e a cadeia produtiva, bem como as vendas foram impactadas. "Houve também aumento do e-commerce em decorrência do isolamento social. Com isso, muitas lojas físicas fecharam e,



Houve também aumento do e-commerce em decorrência do isolamento social.

consequentemente, ocorreram muitas demissões de vendedores", afirma Jonas.

Outro ponto de atenção refere-se ao fechamento das fronteiras o que evidentemente afetou as negociações, repercutindo negativamente nas vendas.

Entretanto, algumas empresas conseguiram manter as vendas atendendo ao mercado interno, com promoções nas grandes lojas de varejo, por exemplo. Segundo Jonas, as empresas de produtos premium, que normalmente são produzidos para exportação, tiveram que reduzir suas margens e encarar o mercado interno de frente, colocando à disposição da população produtos de maior qualidade a preços reduzidos.

Para o especialista, ninguém em nenhum lugar do mundo estava preparado para uma crise deste tamanho. As empresas bra-

avaliando os indicadores a serem analisados para manter a qualidade das entregas, sem comprometer o resultado final.

O ano de 2020 foi desafiador e muitas metas não foram atingidas e, em alguns casos, houve diminuição expressiva em equipes de vendas. Como boa parte do mundo ainda está passando por dificuldades, muitos aprendizados terão que ser incorporados, como a abordagem com os clientes, o atendimento a distância, a manutenção da marca e, sobretudo, a compreensão de que a retomada das atividades tal qual elas aconteciam pode demorar um pouco mais, mas vai acontecer. E boa parte da preparação para a retomada passa forçosamente pela capacitação da força de vendas.

Para auxiliar líderes e equipes a se especializarem, conhecendo por exemplo, ferramentas modernas de marketing e vendas para mercados internacionais, o Atendimento Corporativo possui curso na área de marketing e vendas com preceitos importantes para preparar empresas e profissionais para internacionalizar vendas, compras e expandir negócios com foco nos mercados globais. Para mais informações, basta acessar (<http://corporativo.sp.senac.br/>).

## Cinco dicas para evitar problemas com o frete no e-commerce

Com a expectativa de crescimento do e-commerce de 32% em 2021 - de acordo com relatório da XP Investimentos - o número de empresas que precisam entregar com eficiência cresce no Brasil, assim como a quantidade de clientes que irão recorrer à compra online. Neste vai e vêm de pedidos, a logística de entrega é parte decisiva da experiência do consumidor: atrasos, falta de comunicação e avaria na mercadoria são fatores que prejudicam a reputação da loja.

Para Éder Medeiros - CEO do Melhor Envio - startup de gestão de fretes que ajuda empreendedores a otimizar tempo e ganhar competitividade com fretes mais baratos e automatizados - é possível evitar problemas na entrega com ações simples que devem fazer parte da rotina dos vendedores. "Avaria e extravio de carga estão entre as maiores preocupações dos lojistas. Imprevistos podem acontecer, porém, algumas atitudes podem evitar ou ao menos amenizar as ocorrências", comenta o especialista.

Algumas medidas podem ser adotadas no preparo da encomenda para evitar danos. Logo, o mais importante é que o empreendedor esteja atento que a venda só termina na entrega e por isso, acompanhar o rastreamento da encomenda, além de contar com uma plataforma que ofereça o suporte necessário, é fundamental para que a experiência do usuário seja completa.

- 1) Tenha uma comunicação clara** - Por e-mail, SMS ou WhatsApp, é preciso enviar atualizações constantes sobre cada etapa da compra realizada - o que fortalece a confiança e traz mais proximidade. O e-commerce também deve garantir que as ferramentas importantes para a entrega dos produtos estejam ao alcance do público. Se a loja mantém um diálogo aberto com o cliente, mesmo que haja problemas no envio, é provável que ele faça uma avaliação positiva da experiência.
- 2) Aposte no código de rastreio** - O código de rastreio mostra o caminho da postagem do produto até a chegada na casa do cliente. Este código deve ser compartilhado com o consumidor, para que ele também possa ficar atento à movimentação do pacote - e se sentir mais seguro sobre o cumprimento do prazo de entrega. Além de ser uma ótima maneira de reduzir a ansiedade gerada pela espera do produto, isso aumenta a relação de confiança entre cliente e loja virtual.
- 3) Escolha o parceiro certo** - Ter um parceiro logístico para automatizar a gestão do frete é uma dica muito



Imprevistos podem acontecer, porém, algumas atitudes podem evitar ou ao menos amenizar as ocorrências.

importante. Entre os pontos altos está a desburocratização do acesso aos serviços, pois, através da plataforma, os lojistas ficam livres de precisar negociar contratos individuais com cada transportadora. Isso resolve o problema de empreendedores que ainda não têm um volume alto de vendas para conseguir condições vantajosas diretamente com as empresas de transporte, por exemplo.

- 4) Não aceitar produtos com avarias ou violação** - As transportadoras têm políticas diferentes sobre a indenização por avarias ou danos nos produtos. Em alguns casos, a solicitação só é aceita se o destinatário identificar o problema no momento em que recebe a encomenda. Por vezes, é necessário até mesmo recusar o recebimento. Neste caso, o lojista precisa deixar claro que a responsabilidade da entrega é da transportadora parceira, orientando seu cliente a como proceder.
- 5) Tenha atenção ao endereço de entrega informado** - Para que o produto chegue até o cliente, é importante que as informações sobre o endereço do destinatário estejam corretas. O primeiro motivo para essa atenção é, claro, garantir o sucesso do frete da compra até a entrega do produto. Mas é bom lembrar que informações desconstruídas também podem resultar em custos extras, principalmente com taxas de reentrega ou devolução. - Fonte e outras informações: ([www.melhorenvio.com.br/](http://www.melhorenvio.com.br/)).

## Mais transparência nas relações de trabalho

Levantamento realizado pela Ipsos, em parceria com 'The Global Institute for Women's Leadership', aponta que mais da metade dos brasileiros (55%) gostaria de ter o direito de saber o salário de colegas que realizam funções semelhantes. Outros 20% pensam que não deveriam ter esse direito. Apesar dos números expressivos, os brasileiros ocupam apenas a 19ª posição em um ranking com 28 países.

Na média global, 56% dos entrevistados gostariam de ter esse direito, contra 20% que acreditam que não. Um trio sul-americano lidera essa cobrança de mais transparência nas políticas salariais das empresas. Chilenos (70%), peruanos (67%) e argentinos (66%) são os que mais desejam ter acesso a esse tipo de informação.

A pesquisa online foi realizada com 20.520 entrevistados, sendo mil brasileiros, com idade entre 16 e 74 anos de 28 países. Os dados foram colhidos entre 22 de janeiro e 5 de fevereiro de 2021 e a margem de erro para o Brasil é de 3,5 pontos percentuais.

Fonte e mais informações: ([www.ipsos.com/pt-br](http://www.ipsos.com/pt-br)).