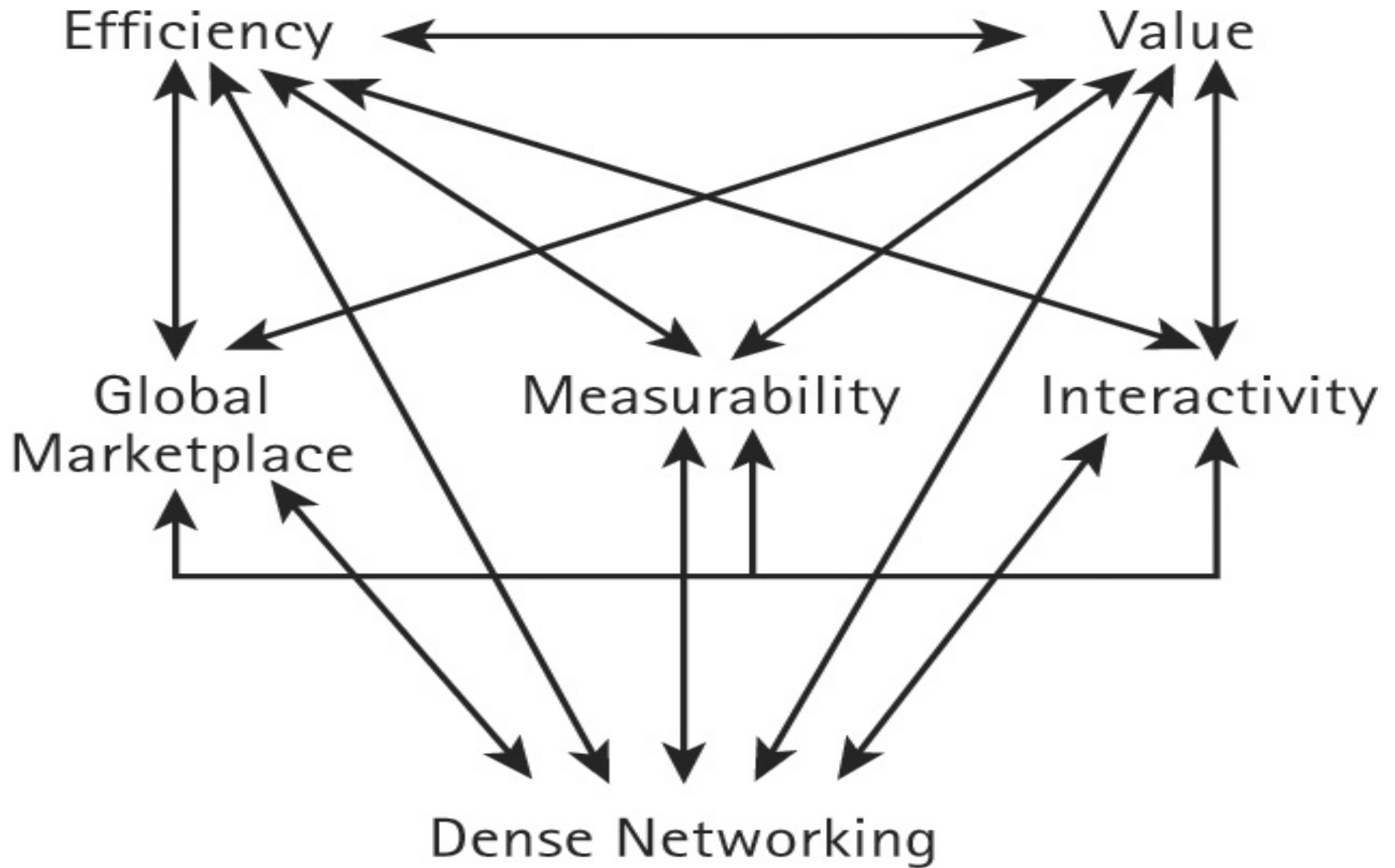


Comércio Electrónico (na Internet)

Conceitos, lições e casos de estudo

Conceitos

- C.E. = {**tecnologia, modelos de negócio, marketing**}
- Nova relação entre **eficiência, valor, mensurabilidade, interligação, interactividade, mercado global.**



(C) Artur Marques,
arturmarques.com, 2005

A Internet

- Qualidade = {latência, perdas, alcance}
- A qualidade é crescente
- O n^o de utilizadores é crescente
- A estrutura em laço é crescente

Estrutura da Internet

- Winner-Takes-All markets (0.1% de sites consomem 50% do tráfego)
- Bowtie structure (origens, core, destinos)
- Deep Web (conteúdos disponíveis apenas por query directa)
- Neutra è Michael Porter
- Disruptiva è Clayton Christiansen

#1 – natureza do negócio

- “digitalidade” (% do negócio online)
- Orientação: serviço para o cliente ou fonte de receita(s)?

#2 - Valor para o consumidor?

- A percepção da utilização de um produto/serviço, relativamente às expectativas
- Vectores de valor: 4ps = {Price, Product, Place, Promotion}
- Vectores de valor: 6cs = {Commerce, Communication, Connectivity, Community, Content, Computing}

#3 - Modelo de receitas

- Comércio (amazon.com)
- Publicidade (cnet.com)
- Assinaturas (wsj.com)
- Venda de informações (doubleclick.com, google.com)
- Crédito (wal-mart)
- RSM = Revenue Stream Management
- COOR = Cost of Obtaining Revenue

#4 - Implementação

- Menores custos de mudança
- Internet time
- Maior visibilidade dos erros

Como pode a Internet acrescentar valor ao negócio?

- +valor para o consumidor; (Amazon, filtragem colaborativa)
- +eficiência; (marketing melhor dirigido: DoubleClick)
- Melhoramento da cadeia de fornecedores; (Dell)
- Maior conectividade;
- +rápido (Internet Time)
- “Eliminação” das distâncias

Mito – tudo pode ser vendido

- Cautela com produtos/serviços...
 - ...que impliquem certas experiências sensoriais;
 - ...difíceis de transportar;
 - ...onde a interacção face-a-face seja muito relevante.

Mito – sem custos de mudança

- Os custos de mudança diminuem, mas não desaparecem.

Erros

- Segmentos de mercado, conquistados pelo preço zero; (napster.com)
- Base de dados de clientes mal utilizada; (doubleclick.com)
- Subestimação da volatilidade de comportamentos; (slate.com)
- Subestimação da influência dos bricks-and-mortar (pets.com)

Reacções

- Redir no sentido de clientes MAIORES (DCLK, ZShops)
- B2C è B2B
- Desistência e adopção de modelos bricks-and-mortar
- diversificação vs nichificação (gamecolony.com)
- Acentuar a opção pure-play (CISCO, DELL)

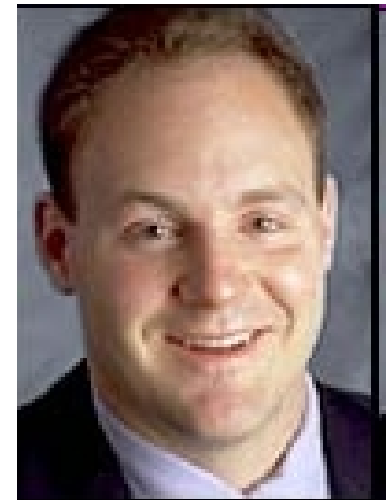
Hoje é...

- 2005-11-28, Segunda-feira
- Cyber-Monday!
- [CEO overstock.com](http://www.overstock.com) , Patrick Byrne
 - 2, 3 last years... ; males
 - “We surge on 15-17 December”
 - Products that sell best online? Luggage, Diamonds, fruit baskets, Chrysler Cars
 - Going to the mall is a hassle ... **Low quality experience**
 - Auction site ... Merge search results ...
- **Mihaly Csikszentimihaly**

Contexto

- Nova Economia (?)
- Rise & Fall of the .COMs
- Incerteza
- AKAM, Dalien Lewin (American Airlines Flight 11)

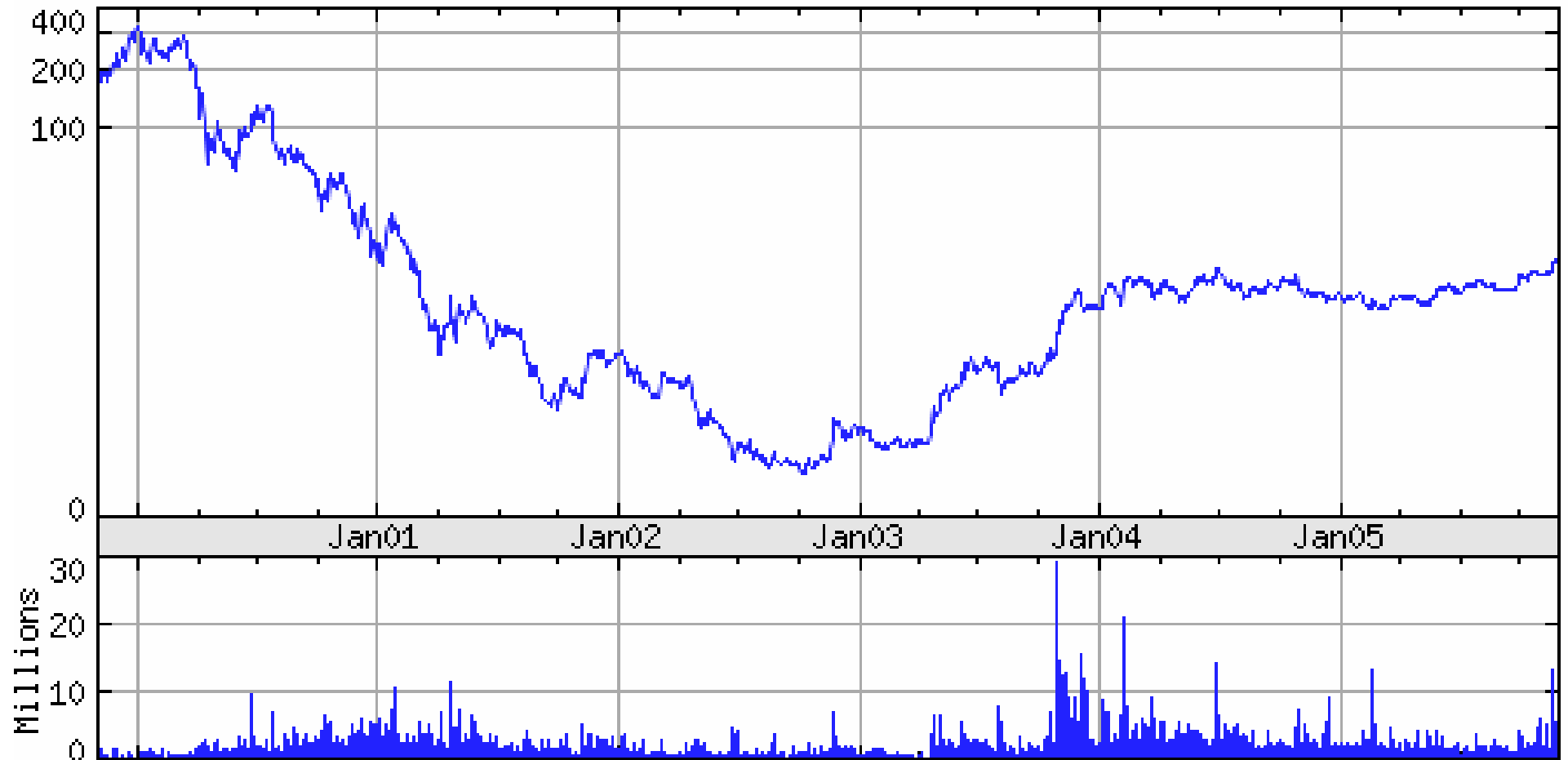
(C) Artur Marques,
arturmarques.com, 2005



Daniel Lewin
Akamai co-founder

KAMAI TECHNOLOGIES INC

as of 25-Nov-2005



Copyright 2005 Yahoo! Inc.

<http://finance.yahoo.com/>

(C) Artur Marques,
arturmarques.com, 2005

Fontes de lições pure-plays

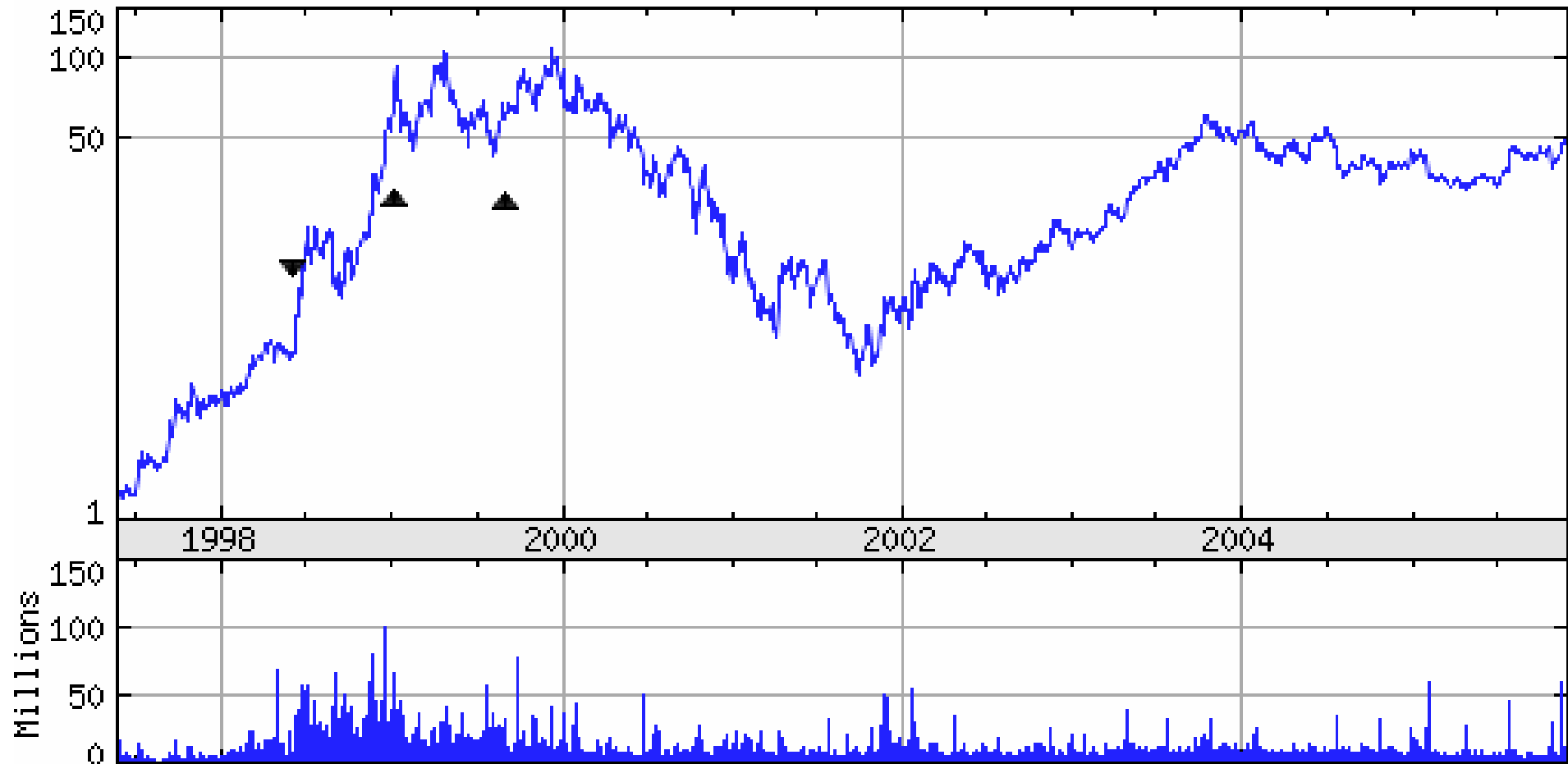
- Amazon.com
- Ebay.com
- Boo.com
- Slate.com
- Doubleclick.com

Amazon.com

- Produtos
- Produtos digitais
- Associates program (patente)
- ZShops
- A9.com
- 43things.com

AMAZON.COM INC
as of 25-Nov-2005

Splits: ▼



Copyright 2005 Yahoo! Inc.

<http://finance.yahoo.com/>

(C) Artur Marques,
arturmarques.com, 2005

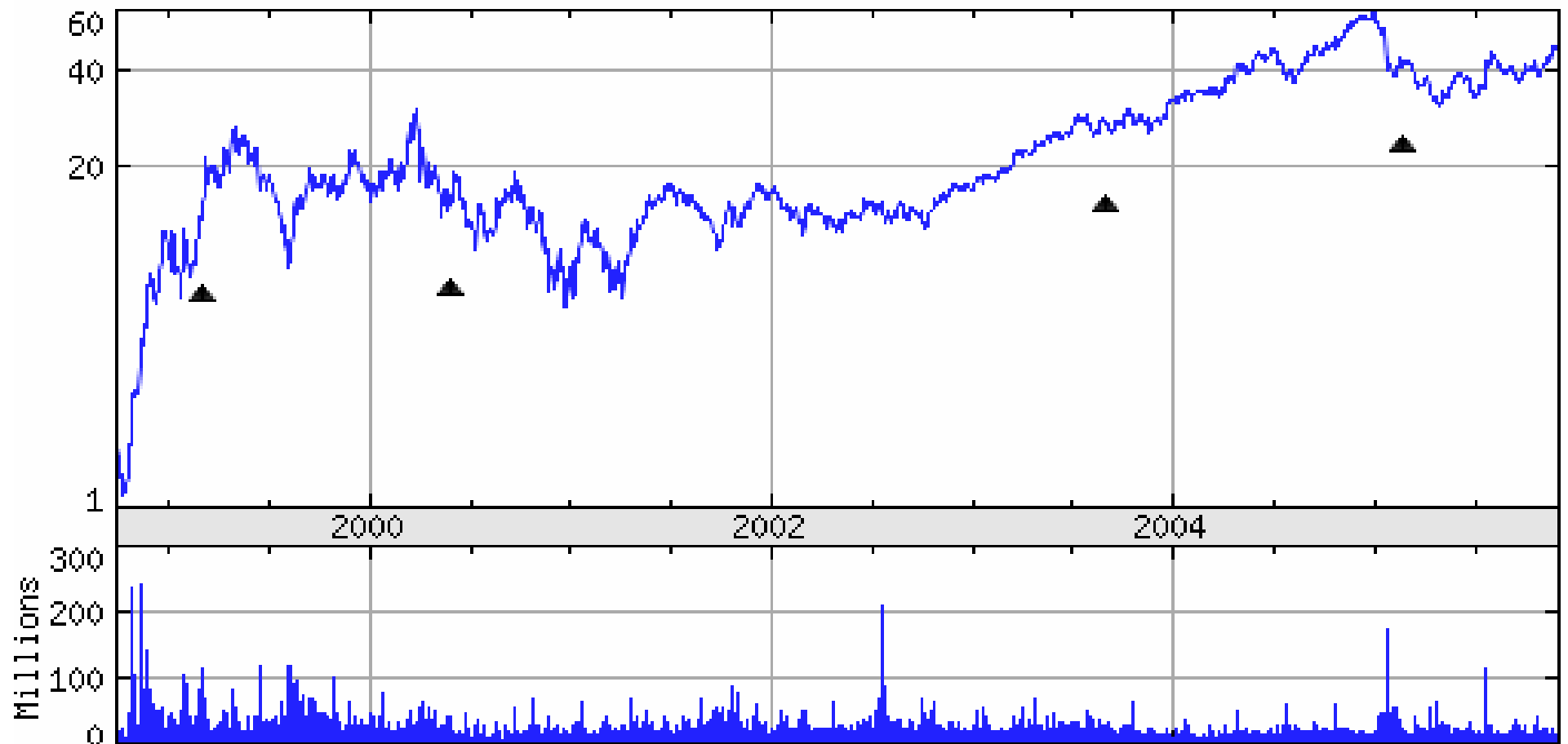
eBay.com

- C2C
- Meg Whitman
- PayPal
- Shopping.com
- Skype

EBAY INC

Splits: ▼

as of 25-Nov-2005



Copyright 2005 Yahoo! Inc.

<http://finance.yahoo.com/>

(C) Artur Marques,
arturmarques.com, 2005

Boo.com - tecnologia

- 2x Suécia
- Múltiplas moedas
- Múltiplas línguas
- Banda larga
- Campanha prematura (1999-05 è 1999-12)
- Miss Boo
- Má gestão

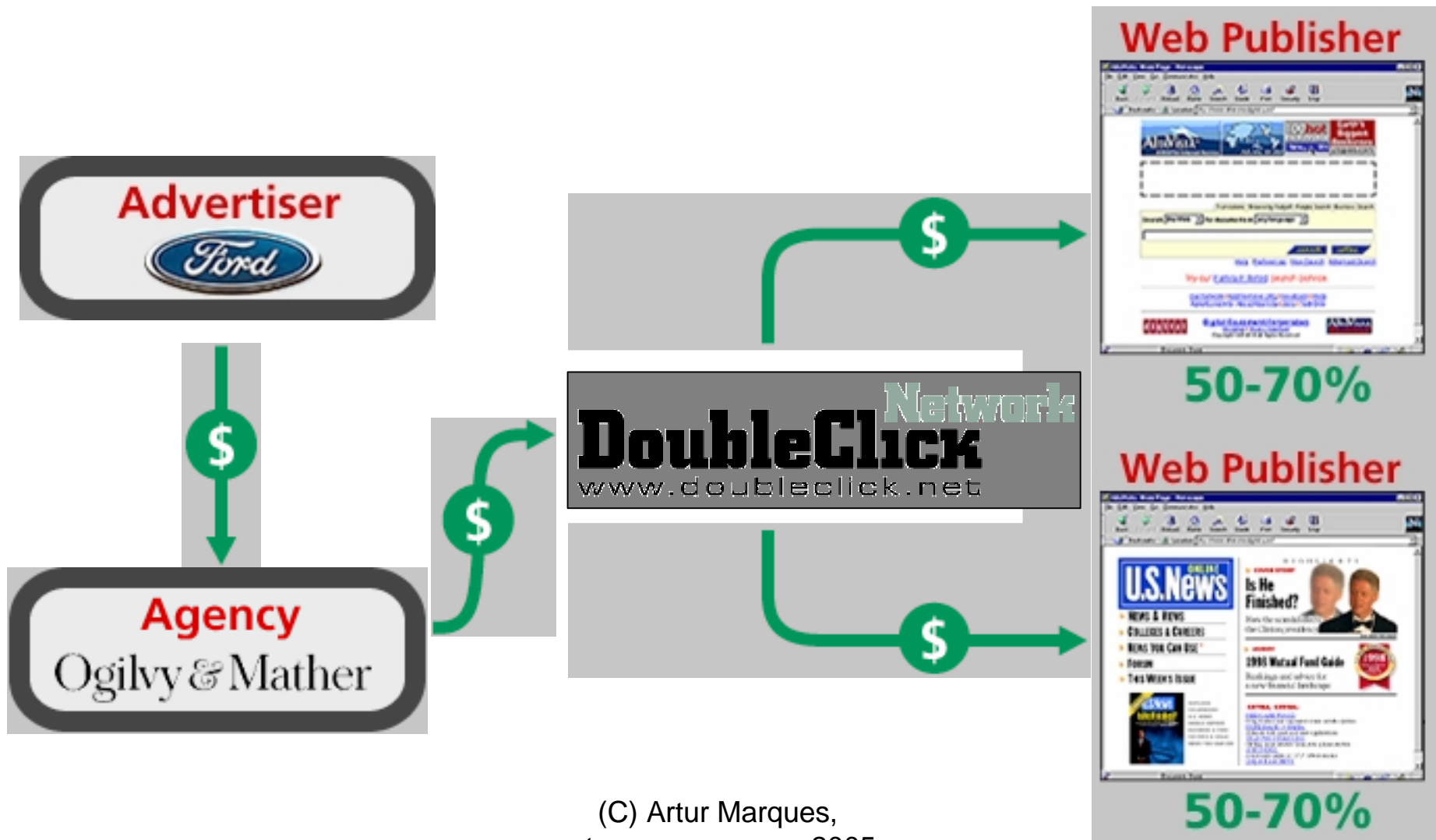
Slate.com - modelo de negócio

- Microsoft, Junho 1996
- Michael Kinsley (editor New Republic, Harper's)
- Free [1996-06, 1998-03]
- Fee, ~20 USD/Y
- Back to free, 1999-02
- Fontes de receitas contraditórias

DoubleClick - marketing

- Publicidade contextual online
- tornar rigorosa a mensuração do alcance da publicidade
- Interface entre agências de publicidade e publishers de conteúdos
- Tecnologia DART = Dynamic Advertising Reporting and Targeting
- Personalização por dados implícitos

Modelo de negócio



(C) Artur Marques,
arturmarques.com, 2005

DoubleClick + Abacus

- 2000: DCLK compra Abacus
- Abacus = 88 milhões de perfis de utilizador ; 3 mil milhões de transacções
- Pelo cruzamento de informações de sessão com perfis Abacus...
- Acusada de violação de privacidade:
- Sistema opt-out
- Network Advertising Initiative
- CEO Kevin O'Connor

Referências

- E-Commerce Management, Sandeep Krishnamurthy
- finance.yahoo.com
- www.bloomberg.com