

FAST TRACK

DICAS IMPORTANTES PARA ENTRAR NO
MERCADO DIGITAL

Julho / 2023



UGE
Núcleo de
Inteligência e
Conhecimento

CADARV
CONSULTORIA

FAST TRACK

DICAS IMPORTANTES PARA ENTRAR NO MERCADO DIGITAL



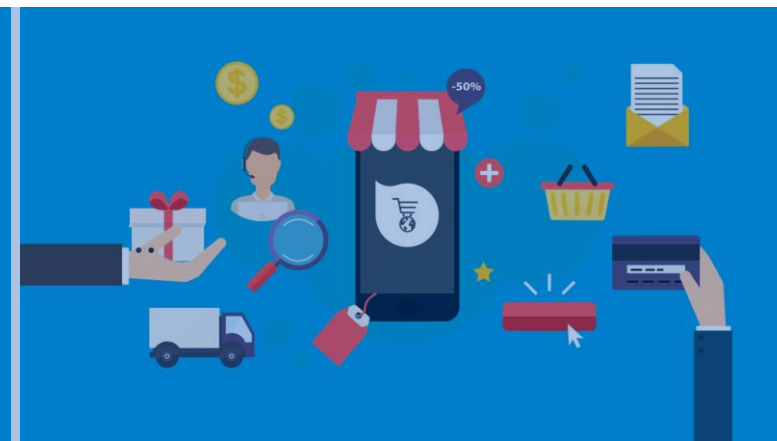
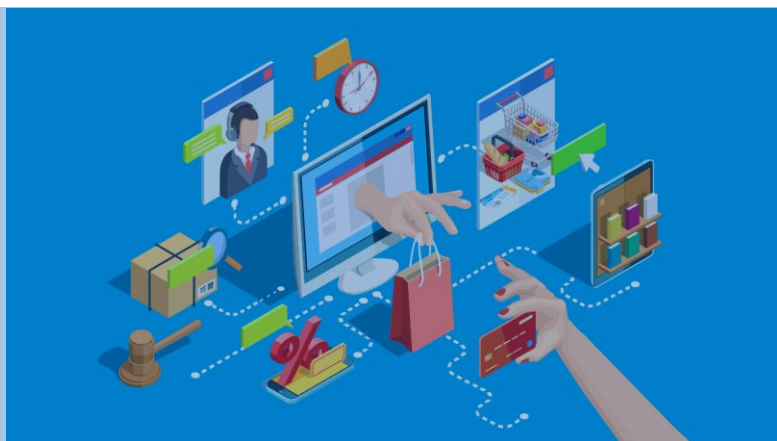
Diferentes Setores da Economia



Cenário de
oportunidades para
o desenvolvimento



Médio/Longo Prazo



FAST TRACK

DICAS IMPORTANTES PARA ENTRAR NO MERCADO DIGITAL



Diferentes Setores da Economia

Segundo dados oficiais da ONU, mais da metade da população mundial, cerca de 57%, possui acesso à internet nos dias de hoje. Sendo assim, fica claro que o mercado digital tornou-se uma realidade indispensável no contexto mundial contemporâneo e cotidiano, oferecendo oportunidades sem precedentes para micro e pequenos negócios de diferentes setores da economia. Logo, é crucial compreender como os negócios podem se inserir no mercado digital, viabilizando a competição com grandes empresas do atual mercado globalizado, e expandindo seu serviço e oferta.



Cenário de Oportunidades para o Desenvolvimento

O atual cenário é de oportunidades para o crescimento e desenvolvimento de pequenos empreendimentos no mercado digital, já que os veículos cibernéticos e as compras online vem tomando um espaço cada vez maior no dia a dia do consumidor. A partir disso, este documento tem como objetivo não somente contextualizar o mercado digital, mas também elucidar como os micro e pequenos empreendedores podem alavancar seus negócios através da inserção neste mercado, além de salientar também os obstáculos e as oportunidades envolvidas neste processo.



Médio/Longo Prazo

Levando em consideração que o cenário de desenvolvimento tecnológico tende a evoluir com o passar dos anos, os impactos positivos relacionados a inserção dos negócios no mercado digital poderão ser sentidos tanto a médio, quanto a longo prazo. Embora seja possível obter resultados rápidos, como aumento imediato nas vendas, é necessário um investimento contínuo em estratégias de marketing digital, construção de marca e desenvolvimento de relacionamentos com clientes para alcançar um crescimento sustentável e duradouro no mercado digital.

Sumário

01 Contexto Geral

02 Principais tendências do Mercado Digital

03 O Mercado Digital e os pequenos negócios

04 Mercado Digital: como se preparar e expandir o negócio no digital?

05 O Mercado Digital: como está o Paraná?

06 O que eu posso fazer diante disso?

07 Fontes



FAST TRACK

DICAS IMPORTANTES PARA ENTRAR NO MERCADO DIGITAL

1 Contexto Geral

O que é o Mercado Digital?

O mercado digital refere-se às atividades de compra, venda e troca de produtos que ocorrem em parte ou totalmente pela internet. Embora seja normalmente associado a transações comerciais realizadas exclusivamente online ou a produtos virtuais, **o conceito de “Mercado Digital” abrange qualquer operação que ocorra devido à presença da internet, mesmo que apenas em uma etapa do processo.**

Por exemplo, incluem-se no mercado digital as lojas físicas que utilizam as redes sociais para vender, mas entregam os produtos pessoalmente, assim como os sites que utilizam a internet apenas para exibir seu catálogo. Ademais, o dinamismo do mercado digital cresceu de maneira tão significativa **que também passou a incorporar outros tipos de ações que não são, efetivamente, de venda e compra, mas estão diretamente ligadas.** Ou seja, perfis que realizam transmissões ao vivo das suas lojas físicas estão atuando nesse segmento e, mesmo que os consumidores se dirijam até o local e comprem o produto físico, o marketing foi feito pela internet, e, por isso, faz parte do processo de compra.



FAST TRACK

DICAS IMPORTANTES PARA ENTRAR NO MERCADO DIGITAL

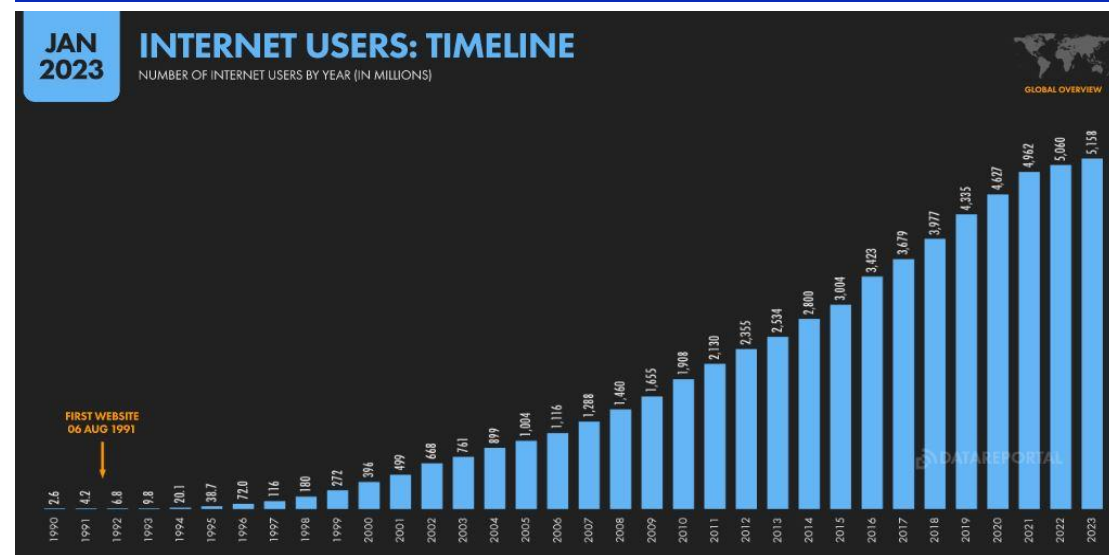
1 Contexto Geral

O Mercado Digital na atualidade

Segundo Vitor Magnani, presidente da Associação Brasileira Online to Offline (ABO2O), o futuro do comércio é híbrido (online e offline), tecnológico e humano. A integração entre os mundos físico e digital envolve desafios e o início dessa jornada deve ser iniciada o quanto antes. Em um mundo em constante transformação, **cada dia sem se mover à digitalização é um passo para trás**, e isso se confirma ainda mais ao considerar a evolução significativa do número de usuários da internet ao longo dos anos.

Como aponta o gráfico ao lado, em 2000, o número de utilizadores da Internet em todo o mundo era de apenas 396 milhões, um número que duplicou três anos mais tarde (761 milhões, 2003). O crescimento foi exponencial até 2021 e, desde então, a curva tem vindo a estabilizar-se significativamente. Tratando-se do e-commerce, a América Latina foi, pela primeira vez, **a região de maior destaque em relação ao crescimento deste tipo de comércio digital**, registrando um aumento de 36,7%, segundo dados da eMarketer de 2023.

Evolução do Número de Usuários da Internet ao longo dos anos (1990=2023)



FAST TRACK

DICAS IMPORTANTES PARA ENTRAR NO MERCADO DIGITAL

2 Principais Tendências do Mercado Digital

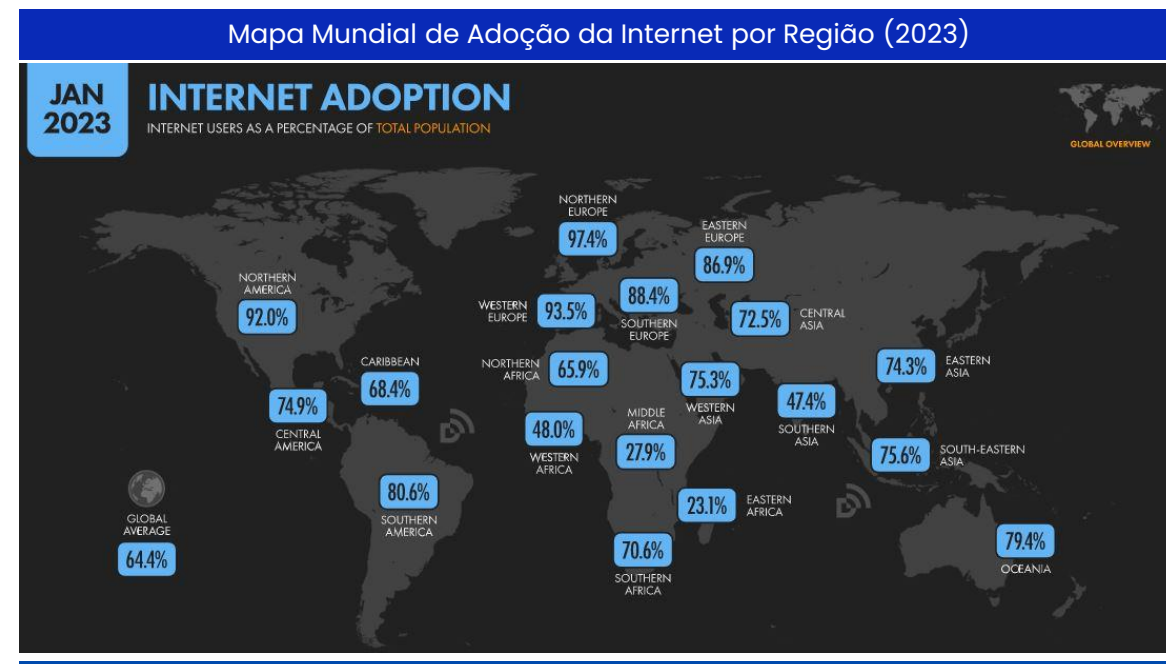
O que pensar sobre este mercado na atualidade?

Tendências do Mercado Digital e o Acesso à Internet

Segundo informações da Agência Brasil, e do Marketing E-commerce, atualmente **mais da metade da população mundial (64,4%) já tem acesso à internet**, o que corresponde a aproximadamente 5,4 bilhões de pessoas.

Além disso, é importante destacar que **os smartphones têm um papel fundamental na popularização desse acesso à internet** em todo o mundo. Estima-se que o número de pessoas que possuem algum um tipo de aparelho seja de 5 bilhões.

Todos esses fatores **contribuem para o crescimento do mercado digital nos últimos anos**, não apenas pela facilidade de estar conectado à internet, mas também, por entrar em novos meios que se relacionam com esse conceito, como as redes sociais. Com essa popularização se tornando tendência, o mercado digital cada vez mais vai fazendo parte do cotidiano popular, se tornando um dos principais canais de compras e vendas.



FAST TRACK

DICAS IMPORTANTES PARA ENTRAR NO MERCADO DIGITAL

2 Principais Tendências do Mercado Digital

Uma Visão Geral das Principais Tendências



Conteúdos cada vez mais visuais: As pessoas estão mais visuais no consumo de informações, e isso não tende a mudar tão cedo. Logo, o conteúdo visual, seja ele em imagem ou vídeo, apresenta atualmente as maiores taxas de engajamento, posicionando o Instagram como uma das principais redes sociais. Levando em conta a imensa quantidade de materiais disponíveis na web, fazer a combinação de uma comunicação visual forte, com uma paleta de cores atrativa e um conteúdo de qualidade, é a melhor pedida. Assim, esse tipo de conteúdo tem mais vantagem, pois capta mais a atenção dos usuários e dos algoritmos.



Personalização: De modo geral, isso significa que quanto mais específica, segmentada e personalizada for a sua comunicação com o cliente, maiores são as chances de sucesso da sua empresa. Até porque, as pessoas esperam ser abordadas de forma personalizada e ter experiências cada vez mais exclusivas. Por isso, para incorporar essa tendência do mercado digital, é preciso conhecer bem o perfil dos clientes (a persona do negócio). É preciso, portanto, manter uma relação próxima com eles em cada estágio, desde o entendimento da dor do cliente até o momento pós-venda.



Economia compartilhada: Também conhecida como economia do compartilhamento, refere-se a um sistema social e econômico inovador. Seu princípio fundamental é o compartilhamento de recursos humanos, físicos ou intelectuais, visando a criação de um novo modelo de negócios centrado no compartilhamento de bens e serviços entre múltiplos usuários. Ao adotar a abordagem, surge a possibilidade de reduzir custos por meio do compartilhamento desses recursos. Em suma, você pode oferecer uma variedade de produtos e serviços sem precisar fazer um investimento financeiro significativo.

FAST TRACK

DICAS IMPORTANTES PARA ENTRAR NO MERCADO DIGITAL

2 Principais Tendências do Mercado Digital

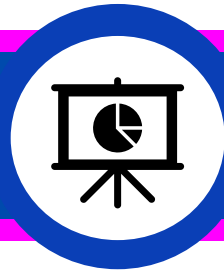
Uma Visão Geral das Principais Tendências



Menor barreira entre os países: As marcas estão ampliando sua capacidade de atendimento em nível global. Prevê-se que em 2023 surjam mais soluções para simplificar os processos de importação, exportação e reduzindo burocracia. Várias empresas asiáticas, principalmente chinesas, têm direcionado investimentos para setores relacionados à logística, como aviação e portos. Segundo a InfoMoney, a China Merchants Group adquiriu o Terminal de Contêineres do Porto de Paranaguá, o segundo maior do Brasil. Esses dados indicam um significativo fluxo de investimentos, contribuindo para o estreitamento das relações comerciais.



Velocidade na entrega: Um ponto bem importante para melhorar a experiência dos consumidores é a entrega. Não é à toa que diminuir o tempo de espera dos clientes é algo que as empresas precisam fazer para serem competitivas no mercado. Ano passado, a ideia era ter uma entrega no mesmo dia. Agora, em 2023, as grandes marcas do mercado trabalham para realizarem suas entregas na mesma hora, o que é um grande desafio, visto que o Brasil é um país de tamanho continental, o que dificulta a logística. Logo, é preciso pensar na ampliação de estudos e treinamentos internos de logística e entrega.



Análise de dados: Para ter um bom posicionamento no mercado digital, é fundamental saber medir e analisar ações, aperfeiçoando-as sempre que for preciso. Nesse sentido, a área de web analytics veio para ajudar a levantar dados e utilizá-los da melhor forma para conseguir resultados positivos no mercado. Por isso, é importante fazer uma análise dos indicadores de desempenho e das métricas. Dessa forma, é possível encontrar problemas, aumentar as vendas e ainda evitar gastos desnecessários. Para analisar esses dados, utilize plataformas como o Google Analytics e o Facebook Analytics.

FAST TRACK

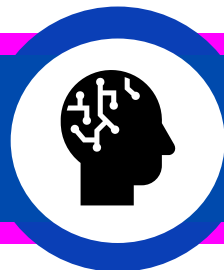
DICAS IMPORTANTES PARA ENTRAR NO MERCADO DIGITAL

2 Principais Tendências do Mercado Digital

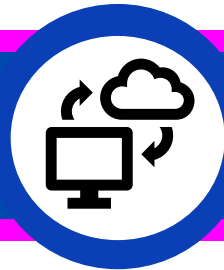
Uma Visão Geral das Principais Tendências



Live Commerce: O live commerce está em evidência e se tornou uma estratégia eficaz para as marcas se envolverem com seu público. As transmissões ao vivo oferecem um espaço interativo que aproxima a empresa dos seus clientes. No mercado digital, as lives são amplamente utilizadas para diversas finalidades, como apresentar tutoriais, realizar sorteios, lançar novos produtos ou esclarecer dúvidas. Todas essas plataformas disponibilizam ferramentas próprias para que os usuários realizem esse tipo de transmissão, proporcionando uma experiência envolvente e em tempo real.



Inteligência Artificial: A IA desempenha um papel crucial na evolução de sistemas digitais mais avançados, que se aproximam cada vez mais da capacidade de processamento da inteligência humana. Essa tendência é intrínseca ao mercado digital e já é amplamente aplicada em áreas como chatbots, campanhas de marketing e serviços de atendimento ao cliente. Além disso, a inteligência artificial pode ser utilizada para automação de e-mails e em outras soluções. A IA oferece oportunidades significativas para aprimorar suas operações e oferecer uma experiência mais personalizada e eficiente aos clientes.



Internet das Coisas (IoT): A internet das coisas traz a proposta de integrar o mundo digital com tarefas simples do cotidiano. Isso deve ser feito por meio da conexão de aparelhos que costumam operar de maneira analógica. A ideia dessa tecnologia é oferecer uma nova vivência do consumo ao destruir as fronteiras entre o online e o offline. Um dos exemplos mais comuns do uso da internet das coisas são as famosas automações. Elas permitem que o usuário acenda e apague as luzes de casa usando o celular.

FAST TRACK

DICAS IMPORTANTES PARA ENTRAR NO MERCADO DIGITAL

3 O Mercado Digital e os Pequenos Negócios

Os pequenos negócios e a sua presença no mundo digital

De acordo com o levantamento do SEBRAE Nacional de 2023, **os pequenos negócios estão cada vez mais presentes nas redes sociais e mercados digitais**. O WhatsApp, por exemplo, é usado por 74% das empresas e 66% delas possuem conta em alguma rede social.

O **uso de redes sociais é mais frequente nos micro e pequenos negócios**, setor no qual 66% possuem conta em alguma rede social. Dessas 66%, 94% têm pelo menos uma conta no Instagram ativa. Em 2018, primeiro ano da pesquisa realizada pelo SEBRAE, o número ficava em 25%. De modo geral, o Facebook é utilizado por 69%, com crescimento de 20% desde 2018. Websites apresentaram queda de 9%, caindo para 27% e o Twitter, pouco utilizado, aparece com 8% (como mostra a ilustração ao lado).

Em termos de venda pela internet, o WhatsApp é o mais utilizado (74%), seguido das redes sociais (42%) e pelo site próprio da marca (17%). **O uso das redes sociais como canais de atendimento e vendas é muito importante porque permite uma gestão mais eficaz e profissional.**

Utilização das redes pelos Pequenos Negócios (SEBRAE)



94%

1º LUGAR: Instagram



2º LUGAR: Facebook.....69%



3º LUGAR: Websites.....27%



4º LUGAR Twitter.....8%

FAST TRACK

DICAS IMPORTANTES PARA ENTRAR NO MERCADO DIGITAL

3 O Mercado Digital e os Pequenos Negócios

Qual a importância dos pequenos negócios no Mundo Digital?

De acordo com o estudo do Núcleo de Inovação e Empreendedorismo da Fundação Dom Cabral – FDC, muito embora as pequenas empresas não tenham nascido no mundo digital, sendo usuárias qualificadas, **tais pequenos negócios podem também reduzir o gap digital existente entre elas e as empresas mais digitalmente inseridas**, como startups, por exemplo.

Afinal, como apontado pela ex-diretora da Babson College Alecia Lokpez, nos tempos digitais, há muito mais oportunidades em “conectores” e “capacitadores” do que em “construtores”. O estudo acima, da FDC, demonstrou como as pequenas empresas encontraram caminhos de inserção na era digital se ligando a tais “conectores” e “capacitadores”, em especial as plataformas de mídias sociais e de marketplace e entidades de apoio, **a fim de alcançar clientes de maneira mais barata, eficiente e diferenciada, principalmente em momentos de distanciamento social.**

"As PMEs tendem a ser mais rápidas em suas tomadas de decisão e implementação de mudanças, devido à proximidade entre os níveis hierárquicos e a baixa burocracia. Tais empresas costumam apresentar um modelo de negócio único, **o que facilita o desenvolvimento de estratégias de transformação digital**".

— Bruno Vath Zarpellon, FGV

FAST TRACK

DICAS IMPORTANTES PARA ENTRAR NO MERCADO DIGITAL

3 O Mercado Digital e os Pequenos Negócios

Qual a importância dos pequenos negócios no Mundo Digital?

De modo geral, o mercado digital oferece às pequenas empresas a oportunidade de competir em escala global, com custos acessíveis e maior eficiência. **Ele permite que esses negócios alcancem um público mais amplo, estabeleçam relacionamentos mais duradouros com os clientes e melhorem seu desempenho por meio da análise de dados e adaptação.** Assim, é essencial que os pequenos negócios abracem o mercado digital como uma parte integrante de sua estratégia de crescimento.

Ademais, os pequenos negócios desempenham um papel vital no mundo digital, impulsionando a inovação, atendendo a nichos de mercado específicos, gerando empregos, oferecendo atendimento personalizado, sendo flexíveis e adaptáveis, e buscando colaborações estratégicas. Eles **trazem diversidade, criatividade e vitalidade para o cenário digital, contribuindo para um ambiente empresarial mais dinâmico e mais inclusivo.**

Cerca de

40 %

Dos empreendedores entrevistados pontuaram que a principal dificuldade com a transformação digital é a falta de recursos e de estratégia e o desconhecimento de como construir um caminho apropriado.

Cerca de

70 %

Dos empreendedores entrevistados estão abertos e disponíveis para participar de um programa de aceleração da maturidade digital que os ajude no caminho da transformação digital.

FAST TRACK

DICAS IMPORTANTES PARA ENTRAR NO MERCADO DIGITAL

3 O Mercado Digital e os Pequenos Negócios

Mercado Digital não é apenas E-commerce

Principais oportunidades de empreendimento para os pequenos negócios no mundo digital:

1

E-commerce: Venda de produtos por meio de uma loja virtual própria, permitindo que empresas e consumidores se conectem e realizem transações sem a necessidade de interações presenciais. Isso pode ser feito através da criação de um site, ou pela abertura da loja nas redes sociais, como Instagram e Facebook, por exemplo. Outra opção relacionada ao e-commerce é vender o produto/serviço através do Whatsapp Business. Nesse modelo de comércio, as transações são geralmente realizadas em plataformas online, como websites de lojas virtuais ou marketplaces, onde os produtos são exibidos e podem ser adquiridos pelos clientes.

2

Assinaturas: Pagamento recorrente para receber um produto ou serviço. Isso pode ser utilizado para empreender através da criação de clubes de assinatura de produtos como livros, alimentos (queijo, café e vinho), produtos para crianças ou para outro nicho, como pets. Ter assinantes que pagam regularmente, faz o negócio poder contar com um fluxo de caixa constante, facilitando o planejamento financeiro e oferecendo mais segurança em relação à receita. Ademais, isso pode contribuir para clientes terem mais vínculos com a marca, ou seja, ficam menos propensos a buscar outras alternativas.

3

Dropshipping: São vendas online e sem um estoque próprio. Neste modelo, existe a intermediação entre o fornecedor e o cliente. Mercado Livre e Elo são exemplos de dropshipping que foram crescendo e se tornando a potência que são hoje. Uma das principais vantagens do dropshipping é que não é necessário investir em estoque de produtos antecipadamente. Isso reduz significativamente os custos iniciais, permitindo que os pequenos negócios entrem no mercado com menos capital. Ademais, com o dropshipping, é possível oferecer uma ampla variedade de produtos aos clientes, mesmo que o negócio seja pequeno. Os empreendedores podem selecionar produtos de diferentes fornecedores e criar um catálogo diversificado.

4

Infoprodutos: Infoprodutos são produtos criados no âmbito digital e se relacionam à sua especialidade. Ou seja, e-books, cursos online, webinars e oficinas – e essa flexibilidade de escolha, por exemplo, permite que os pequenos negócios obtenham o formato mais adequado para a sua expertise e o perfil do público-alvo. De modo geral, os infoprodutos têm um alto potencial de escalabilidade, tendo em vista que, após eles serem produzidos, podem já serem vendidos várias vezes. Assim, é possível atender um número grande de clientes sem a necessidade de aumentar proporcionalmente os recursos.

FAST TRACK

DICAS IMPORTANTES PARA ENTRAR NO MERCADO DIGITAL

3 O Mercado Digital e os Pequenos Negócios

Mercado Digital não é apenas E-commerce

Principais oportunidades de empreendimento para os pequenos negócios no mundo digital:

5

Marketing de Conteúdo: Este negócio digital diz respeito ao fato da pessoa se tornar uma produtora de conteúdo para blogs, sites e redes sociais. Utilizando estratégias de marketing digital, o empreendedor pode atuar neste segmento. Geralmente, a criação e distribuição de conteúdo relevante pode ser feita com um investimento relativamente baixo, tornando-se uma opção viável mesmo para negócios com recursos limitados. Ao produzir conteúdo de qualidade e relevante para o seu público-alvo, os pequenos negócios podem aumentar sua visibilidade online e alcançar uma audiência mais ampla. Além disso, Produzir conteúdo relevante e valioso demonstra conhecimento em um determinado assunto, posicionando pequenos negócios como especialistas em sua área, aumentando sua autoridade e diferenciação no mercado.

6

Marketplace: Marketplaces são shoppings virtuais em que o empreendedor pode vender seus produtos pagando uma comissão ou taxa. Os marketplaces são plataformas que conectam vendedores e clientes, como exemplo: Magazine Luiza, Amazon, Americanas e outros. Ao ingressar em um marketplace estabelecido, os pequenos negócios podem aproveitar a visibilidade e o alcance já existentes da plataforma. Além disso, os pequenos negócios podem se beneficiar do marketing e publicidade já realizados pela plataforma. Isso pode ajudar a reduzir os custos associados à promoção e atrair um fluxo constante de clientes em potencial.

7

Programa de afiliados: Este negócio digital diz respeito a venda de um produto ou serviço de uma outra empresa em troca de uma comissão, sem vínculo empregatício. Para isso, é preciso utilizar estratégias de marketing digital, como conteúdo em redes sociais e no e-mail para atrair leads e clientes. No setor de turismo, por exemplo, existem afiliados de pacotes de turismo e seguros de viagem. Outros setores, como moda ou venda de livros, os afiliados direcionam o cliente para o site da marca, loja, ou editora, recebendo uma comissão por isso. No geral, os programas de afiliados têm um custo inicial baixo (ou nulo) para os pequenos negócios. Não é necessário criar um produto ou serviço do zero, o que reduz significativamente os custos de produção e desenvolvimento.

8

Social Commerce: É um modelo voltado para as redes sociais, que vende por meio de posts orgânicos, conteúdos e anúncios patrocinados. Além disso, o social commerce realiza estratégias com influenciadores digitais. Instagram shop, Facebook shop, Pinterest shop são exemplos. Ao interagir regularmente por meio das mídias sociais, os negócios podem demonstrar sua personalidade, responder a perguntas, fornecer informações úteis e compartilhar conteúdo relevante. Essa interação contínua ajuda a construir confiança e lealdade entre os clientes, que podem se sentir mais conectados e engajados com a marca. Além disso, os pequenos negócios podem se beneficiar do aspecto do social commerce, pois os clientes satisfeitos podem compartilhar suas experiências positivas, recomendar produtos ou serviços para seus seguidores.

FAST TRACK

DICAS IMPORTANTES PARA ENTRAR NO MERCADO DIGITAL

4 *Como se preparar e expandir o negócio no digital?*

É preciso se atentar aos desafios do mundo digital

Principais desafios para empreender no Mundo Digital

RECURSOS FINANCEIROS LIMITADOS:

Na sua maioria, os pequenos negócios têm orçamentos restritos, o que pode dificultar o investimento em infraestrutura digital, como a criação de um site profissional, a contratação de especialistas em marketing digital, a implementação de tecnologias avançadas, ou até mesmo a contratação de consultorias e treinamentos internos para a equipe. A falta de recursos financeiros pode ser um obstáculo para o crescimento digital em muitos casos.

COMPETIÇÃO NO MERCADO:

Atualmente, o mundo digital se tornou um mercado bastante competitivo, com inúmeros negócios lutando pela atenção dos consumidores. Os pequenos negócios podem enfrentar o desafio de se destacar da concorrência estabelecida e de grandes marcas com recursos e presença de mercado significativos. É necessário desenvolver estratégias diferenciadas e criativas para se destacar em meio à competição.

CONSTRUÇÃO DE REPUTAÇÃO E CONFIANÇA:

Estabelecer confiança e construir uma reputação online pode ser um desafio para os pequenos negócios. Eles podem enfrentar a desconfiança dos consumidores em relação a compras online, especialmente se forem menos conhecidos. É necessário investir em estratégias de marketing, gerar avaliações e depoimentos positivos, e fornecer um excelente atendimento ao cliente para construir confiança e uma boa reputação.

FAST TRACK

DICAS IMPORTANTES PARA ENTRAR NO MERCADO DIGITAL

4 *Como se preparar e expandir o negócio no digital?*

É preciso se atentar aos desafios do mundo digital

Principais desafios para empreender no Mundo Digital

PRIVACIDADE E SEGURANÇA:

A segurança e a privacidade são preocupações essenciais no mundo digital. Os pequenos negócios podem ser mais vulneráveis a ataques cibernéticos, violações de dados e fraudes online devido a recursos limitados para implementar medidas de segurança adequadas. Garantir a proteção dos dados dos clientes e a segurança das transações embora possa ser um desafio significativo, é preciso que ações sejam tomadas.

EVOLUÇÃO TECNOLÓGICA CONSTANTE:

O mundo digital está em constante evolução, com novas tecnologias, tendências e plataformas emergindo regularmente todos os dias. Para os pequenos negócios, acompanhar essas mudanças pode ser desafiador. É necessário, portanto, estar atualizado sobre as últimas tendências digitais, adaptar-se rapidamente às mudanças e aproveitar as oportunidades oferecidas pelas novas tecnologias, como os próprios aplicativos de Inteligência Artificial.

ATENDIMENTO PERSONALIZADO:

A velocidade do mundo digital apresenta um desafio constante para aqueles que operam no ramo. Qualquer falha de comunicação pode resultar em críticas expostas a um público amplo. Por isso, é crucial fornecer um atendimento personalizado e bem organizado, capaz não apenas de conquistar novos clientes, mas também de fidelizá-los. Estabelecer uma comunicação ágil, direta e eficaz com os consumidores é essencial, mas também é um desafio constante.

FAST TRACK

DICAS IMPORTANTES PARA ENTRAR NO MERCADO DIGITAL

4 *Como se preparar e expandir o negócio no digital?*

Como entrar no mercado digital?

O que é preciso para começar no empreendimento digital?

FLEXIBILIDADE:

No ambiente digital, as coisas mudam rapidamente. É importante que o empreendedor seja flexível e capaz de se adaptar às mudanças, aproveitando novas oportunidades e ajustando suas estratégias. Além disso, a flexibilidade permite que os negócios personalizem suas ofertas e comunicações de acordo com as preferências individuais dos clientes, incluindo segmentação de mercado, adaptando mensagens e conteúdo, e a capacidade de responder de forma ágil às necessidades.

RESILIÊNCIA E CRIATIVIDADE:

O empreendedorismo online pode ser desafiador e frustrante, principalmente no começo. É importante ter a capacidade de lidar com o fracasso, aprendendo com as experiências para melhorar o negócio. Ademais, a capacidade de criar soluções criativas é essencial para se destacar no mercado competitivo. Os empreendedores digitais precisam estar buscando novas ideias e soluções para atender às necessidades dos clientes e superar a concorrência.

VISÃO ESTRATÉGICA:

Para ganhar dinheiro, e conseguir manter o negócio, o empreendedorismo digital precisa ter uma visão clara sobre planejar e executar suas estratégias. A pessoa deve ser capaz de avaliar as tendências do mercado, identificar oportunidades e desenvolver um plano de negócios sólidos que leve em conta os recursos disponíveis e os objetivos do negócio. O presente e o futuro se alinham em perspectiva, logo, é preciso ter em mente a noção da visão estratégica.

FAST TRACK

DICAS IMPORTANTES PARA ENTRAR NO MERCADO DIGITAL

4 *Como se preparar e expandir o negócio no digital?*

Como entrar no mercado digital?

O que é preciso para começar no empreendimento digital?

ACOMPANHAR TENDÊNCIAS E INOVAÇÕES:

O mundo digital está em constante evolução. É importante acompanhar essas mudanças e adotar inovações relevantes para o negócio. Isso pode incluir a incorporação de inteligência artificial, automação de processos, análise de dados e personalização da experiência do cliente. O conhecimento sobre o mercado digital é essencial. Os proprietários de pequenos negócios podem buscar cursos, treinamentos ou consultorias especializadas para adquirir as habilidades necessárias.

DESENVOLVER O MARKETING DIGITAL:

Uma estratégia de marketing digital bem planejada é essencial para o sucesso dentro deste mercado competitivo. Isso envolve identificar o público-alvo, definir as mensagens-chave, selecionar as plataformas de marketing adequadas (como publicidade online, marketing de conteúdo, mídia social) e acompanhar os resultados. Investir tempo e recursos no marketing digital pode ajudar a atrair mais clientes e aumentar a visibilidade da marca.

DEFINIR OBJETIVOS E O SEU PÚBLICO ALVO:

É importante ter uma visão clara dos objetivos que se deseja alcançar ao entrar no mercado digital. Esses objetivos podem incluir aumentar as vendas, expandir a base de clientes, melhorar a visibilidade da marca, entre outros. Estabelecer metas mensuráveis e realistas ajudará a orientar a estratégia digital. Ademais, é preciso ter em mente o seu público alvo, de modo a conseguir atuar e atingir de maneira certa seus potenciais clientes, além de fidelizar clientes já estabelecidos.

FAST TRACK

DICAS IMPORTANTES PARA ENTRAR NO MERCADO DIGITAL

4 Como se preparar e expandir o negócio no digital?

Dados importantes sobre o uso das redes

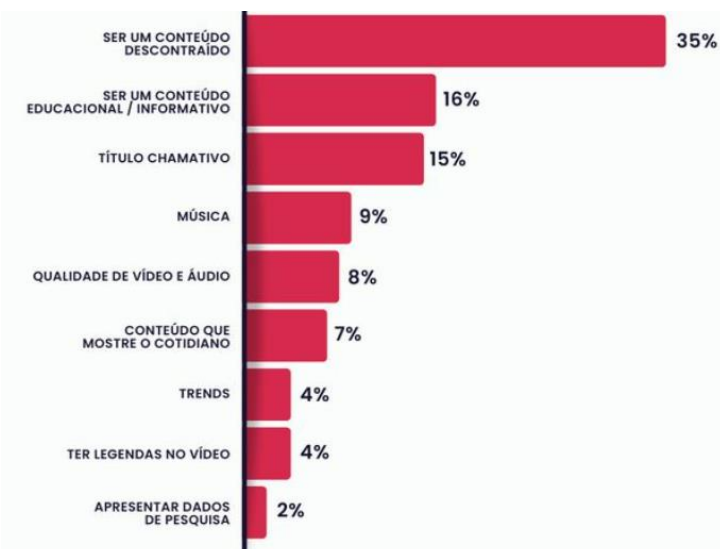
Redes sociais e a sua forma de utilização

De acordo com o estudo trazido pelo Rafael Kiso, criador de conteúdo e Fundador da @socialmlabs, feito a partir dos dados do Censo de Criadores de Conteúdo (2023), **o Brasil é o país que mais escuta podcast no mundo (40,1%)**, logo em seguida vem Indonésia e México, com 38% e 34,2% respectivamente. Para profissionais de marketing, creators e empresas, isso significa uma oportunidade incrível. Ao entrar no mundo dos podcasts, **não apenas se conecta com um público engajado, mas também se destaca em um mercado emergente e promissor, especialmente no Brasil**. Em suma, a média global de ouvintes de podcast é 19,1%.

Tratando-se do conteúdo do Youtube Shorts, esse mesmo estudo pontua que o que **mais desperta interesse ao público são os conteúdos mais descontraídos (35%)**, seguido por um conteúdo educacional (16%) e título chamativo (15%). No gráfico ao lado, é ilustrado esses dados.

Ademais, o **e-mail ainda é considerado o canal preferido das pessoas para receber ofertas**, com 56% da preferência, seguido pelo WhatsApp com 33% e notificações via apps com 31%.

O que desperta mais interesse no Youtube shorts?



Fonte: Censo de Criadores de Conteúdo 2023 BR / Rafael Kiso

FAST TRACK

DICAS IMPORTANTES PARA ENTRAR NO MERCADO DIGITAL

4 Como se preparar e expandir o negócio no digital?

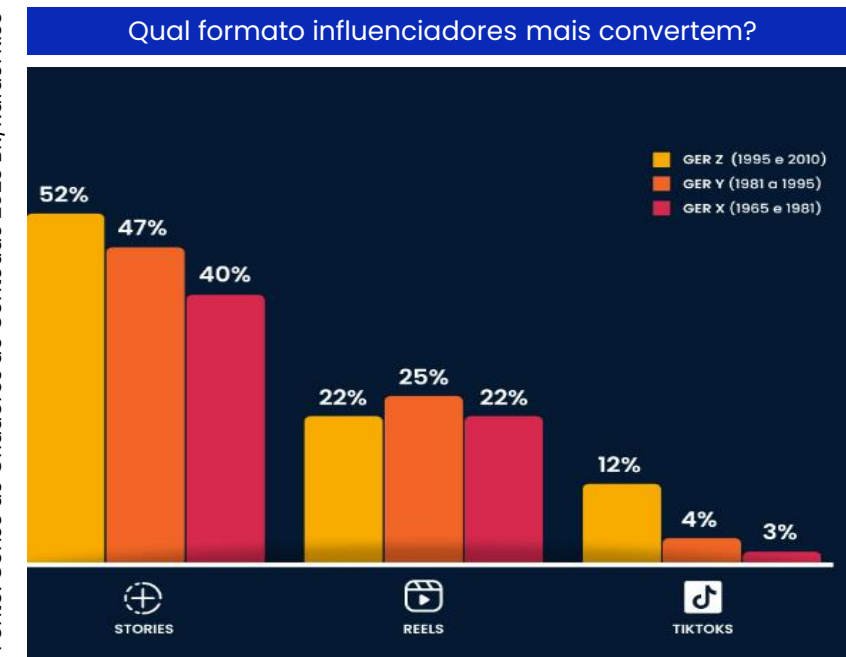
Dados importantes sobre o uso das redes

Redes sociais e os chamados “influenciadores”

Ainda seguindo o estudo anterior sobre o uso das redes pelos usuários, e tratando-se da adoção de influenciadores pelas marcas, foi visto que **o que faz um influenciador amar uma marca é, em primeiro lugar, qualidade do produto e/ou serviço (85%)**. Em seguida, aparecem os fatores de experiência como consumir (81%), identificação (72%), apoio a diversidade (59%), sustentabilidade (58%), história (51%) e posicionamento político (30%). De modo geral, cada vez mais influenciadores tendem a evitar de manchar sua imagem apoiando marcas sem qualidade, identificação, diversidade e sustentabilidade. E isso também é uma característica da geração Z que preza muito por esses valores. Portanto, antes de trabalhar com influenciadores, e querer fazer campanhas que levantam bandeiras sociais, **as marcas precisam arrumar a casa**.

Além disso, **o “stories” do Instagram é aquilo que mais vende nas ações com os influenciadores**, sendo, portanto, o formato no qual os influenciadores brasileiros mais convertem. Na figura ao lado, isso é ilustrado de maneira mais clara.

Fonte: Censo de Criadores de Conteúdo 2023 BR/Rafael Kiso



FAST TRACK

DICAS IMPORTANTES PARA ENTRAR NO MERCADO DIGITAL

4 Como se preparar e expandir o negócio no digital?

Brasil e os investimentos em publicidade nos próximos anos...

Pela primeira vez na história, **os gastos com publicidade no Brasil devem superar a marca de US\$ 15 bilhões**. De acordo com uma pesquisa da eMarketer, cerca de 59% desse valor será direcionado para a mídia digital, que continuará crescendo de forma significativa. O ano de 2022, por exemplo, é visto como um período de novos recordes, **sobretudo nos investimentos em compra de mídia no ambiente digital**.

O **mercado brasileiro de publicidade em vídeo deve chegar a US\$ 2,88 bilhões**, volume maior do que a soma dos mercados da Alemanha e da França (US\$ 1,93 bilhão). O vídeo digital vai ultrapassar a TV em investimento publicitário conforme os hábitos do público migram. Isso vai acontecer pela primeira vez em 2025 na Colômbia e no México e, dois anos depois, no Brasil. A empresa projeta, ainda, que em 2026 **o Brasil será o quinto país do mundo em termos de investimentos publicitários** no ambiente digital.

Essas são algumas das previsões obtidas no estudo eMarketer, que analisou o mercado publicitário em alguns países da América Latina. O estudo forneceu informações detalhadas sobre o comportamento da indústria publicitária **nos mercados da Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, México e Peru**.

Cinco dos seis países latino-americanos estarão entre os **10 mercados com mais rápido crescimento em publicidade digital** em todo o mundo



Crescimento de **16%**



Crescimento de **13%**



Crescimento de **13%**



Crescimento de **11.3%**



Crescimento de **10%**



Fonte: Estudo do eMarketer, 2023

FAST TRACK

DICAS IMPORTANTES PARA ENTRAR NO MERCADO DIGITAL

4 *Como se preparar e expandir o negócio no digital?*

Depois de entender mais a fundo sobre o mercado digital, **novos empreendedores podem começar a trabalhar nesse meio a partir de algumas plataformas simples e intuitivas**. E, embora esse conceito tenha uma abrangência maior do que apenas o e-commerce, esse é um dos segmentos mais populares no mundo dos negócios, sendo uma forma fácil de entrar nesse mercado. Abaixo, listaremos **5 ideias** de lojas virtuais para iniciantes



NUVEMSHOP



MERCADO LIVRE



SHOPEE



LOJA VIRTUOL



SHOPIFY



MAGAZINE LUIZA

FAST TRACK

DICAS IMPORTANTES PARA ENTRAR NO MERCADO DIGITAL

4 *Como se preparar e expandir o negócio no digital?*



NUVEMSHOP

Como funciona?

A **Nuvemshop** é uma plataforma de e-commerce desenvolvida para ajudar empreendedores e pequenas empresas a criar sua própria loja virtual. Com isso, eles podem vender na internet sem intermediários, diretamente com o cliente. Essa prática é facilitada com ferramentas que a própria empresa oferece, como formas de pagamento embutidas e layout amigável. O empreendedor também possui um painel administrador interno, onde pode gerenciar e configurar a sua loja virtual por meio dos recursos oferecidos. Para iniciantes, trata-se de um canal facilitador para começar no mercado digital, pois não exige o desenvolvimento individual de um site completo, e traz várias ferramentas para ajudar quem está começando.



MERCADO LIVRE

Como funciona?

O **Mercado Livre** é um dos marketplaces mais populares da América Latina, e também permite a novos vendedores participar do mercado digital. Ele funciona possibilitando inserir os produtos na sua conta e trabalhar com a logística de entregas da plataforma. Isso facilita o anúncio dos itens e a conversa com os usuários, além de ser um canal popular, que ajuda na credibilidade de novos vendedores. Ademais, o Mercado Livre também oferece recursos adicionais como anunciar produtos de forma destacada, participar de leilões e utilizar o Mercado Envios, um serviço de logística integrado que facilita o processo de envio e rastreamento dos produtos.

FAST TRACK

DICAS IMPORTANTES PARA ENTRAR NO MERCADO DIGITAL

4 *Como se preparar e expandir o negócio no digital?*



SHOPEE

Como funciona?

A **Shopee** se tornou um dos marketplaces mais populares dos últimos anos, pela sua acessibilidade e preços mais baixos. Não é necessário ter seu próprio site ou trabalhar com sistemas de gestão complicados. Basta incluir os produtos na sua conta dentro do marketplace e interagir com os pedidos quando eles forem feitos. A logística de entrega e as estratégias de descontos são feitas em parceria com a Shopee, o que torna essa atividade ainda mais simples para iniciantes. Além disso, ela também possui todos os aparatos de pagamento e compras dentro das suas ferramentas, sem que seja necessário desenvolver isso pessoalmente para a sua loja virtual. Trata-se de um canal acessível e popular, com boa visibilidade para os vendedores.



LOJA VIRTUOL

Como funciona?

A **Loja VirtUOL** é a solução da UOL para pessoas que desejam vender no mercado digital. Ela também funciona como uma plataforma de e-commerce com ferramentas para os empreendedores desenvolverem. Os planos de assinatura permitem que o usuário aproveite uma série de recursos, como canais de pagamento, integração com as redes virtuais e controle de pedidos. Dessa forma, não é preciso ter um site completo para começar a vender pela internet com segurança e praticidade. Além disso, existe a possibilidade de usar as soluções UOL, como as maquininhas e gateways, tendo um ecossistema ainda mais integrado.

FAST TRACK

DICAS IMPORTANTES PARA ENTRAR NO MERCADO DIGITAL

4 *Como se preparar e expandir o negócio no digital?*



SHOPIFY

Como funciona?

Para quem busca canais para começar a vender no mercado digital, a **Shopify** também é uma alternativa. Essa plataforma de e-commerce permite criar lojas virtuais com mais facilidade e acesso para os vendedores. Suas ferramentas são interessantes para vendas protegidas, como checkout transparente e conexão com várias formas de pagamento. Além disso, permite que o empreendedor digital configure sua loja para se integrar com redes sociais e aplicativos secundários, tornando a experiência do comprador mais completa.



MAGAZINE LUIZA

Como funciona?

O marketplace da **Magazine Luiza** também pode ser uma alternativa interessante. Para aderir ao marketplace da Magazine Luiza, os pequenos negócios devem seguir alguns passos. Primeiro, é necessário se cadastrar e passar por uma análise de qualificação. Em seguida, configura-se a conta, integra-se o sistema de gestão, envia-se o catálogo de produtos e recebe-se treinamento e suporte. Por fim, os produtos são publicados e as vendas são realizadas por meio da plataforma. É importante consultar as informações específicas fornecidas pela Magazine Luiza para obter orientações detalhadas.

FAST TRACK

DICAS IMPORTANTES PARA ENTRAR NO MERCADO DIGITAL

5 O Mercado Digital: Como está o Paraná?

Pequenos negócios paranaenses ampliam presença digital para conquistar clientes

De acordo com um levantamento inédito “Transformação Digital nos Pequenos Negócios”, realizado pelo SEBRAE em 2022, **mais de 55% das empresas paranaenses possuem redes sociais ou sites com a finalidade de divulgar produtos**, fortalecer o relacionamento com os consumidores e ganhar competitividade. Neste universo da pesquisa estão microempreendedores individuais (MEI), além de donos de micro e pequenas empresas (MPE) e Empresas de Pequeno Porte (EPP).

Na hora de oferecer serviços e produtos, por exemplo, os meios digitais são utilizados por **65% dos empreendedores**. Além disso, reservas ou vendas on-line são realizadas por 45% das empresas ouvidas.

Um dos exemplos empíricos do aumento das vendas através da presença no digital é a empresária Mariza Baldissera, de Guarapuava, região centro-sul do Estado, que atua no ramo de perfumaria de importados. Ela relata que **85% das vendas efetuadas são provenientes da visibilidade através do Instagram e, com um pouco menos de efetividade, por meio do Facebook**.

"A pandemia foi um divisor de águas na história da Perfumari Guarapuava. Diante de todas as restrições, optamos pela contratação de um profissional para gerenciar nossas redes sociais. Com isso, **demos um salto de 150% nas vendas** com uma presença digital fortalecida"

— Empresária Mariza Baldissera

FAST TRACK

DICAS IMPORTANTES PARA ENTRAR NO MERCADO DIGITAL

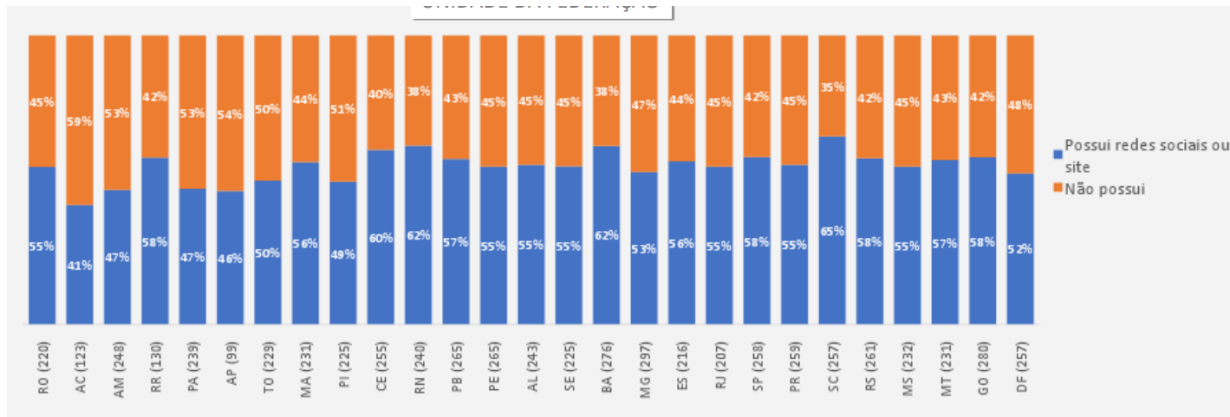
5 O Mercado Digital: Como está o Paraná?

Redes Sociais e Vendas Digitais no Paraná

Ainda de acordo com o mesmo levantamento, mencionado na página anterior, em todo o Paraná, **o WhatsApp foi apontado como a principal ferramenta de vendas digitais para 76% das empresas ouvidas**. Em segundo lugar, com 40% estão as redes sociais, seguidas pelo site próprio, com 21%. Ademais, **mais da metade das empresas paranaenses (55%) possuem perfil empresarial nas redes sociais; além de catálogo de produtos e serviços online (59%)**.

Tratando-se da presença das redes no negócio, o Facebook está presente em 78% dos negócios paranaenses, **enquanto o Instagram já faz parte da rotina de 92% das empresas entrevistadas** que possuem algum tipo de rede social para os negócios. Em relação a outras redes e plataformas, os empreendedores paranaenses continuam investindo em site próprio (31%), mas outras redes ficam em segundo plano (apenas 10% possuem conta no Twitter; 21% possuem conta no LinkedIn e 18% possuem canal no YouTube).

Perfil empresarial em redes sociais ou na internet (2022)



Fonte: SEBRAE, Transformação Digital nos Pequenos Negócios (2022)

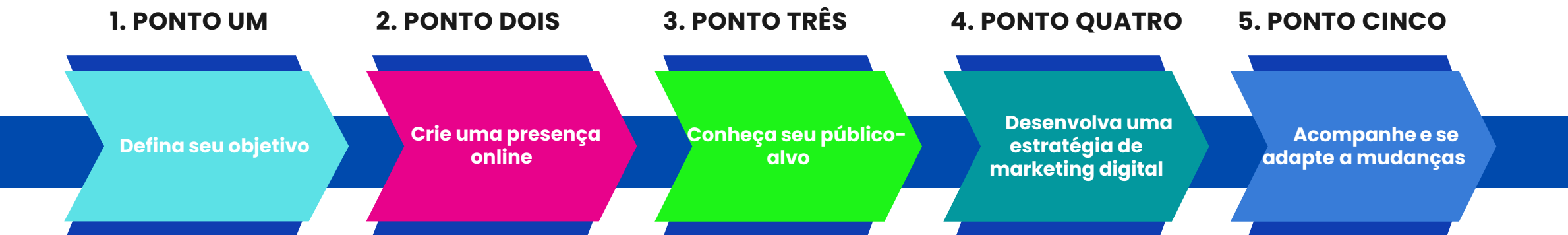
FAST TRACK

DICAS IMPORTANTES PARA ENTRAR NO MERCADO DIGITAL

6 O QUE **EU** POSSO FAZER DIANTE DISSO?

Estratégias para entrar no mercado digital da melhor forma...

Fique ligado! Dicas importantes que podem contribuir no desenvolvimento do seu negócio no mundo digital.



PONTO 1

Fonte da imagem: [APEXA](#)



Fonte: [Sebrae](#)

Defina seu objetivo:

Comece definindo claramente seus objetivos no mercado digital. Determine o que você deseja alcançar. Para isso, você deve identificar sua motivação. Pergunte-se por que deseja entrar no mercado digital. É para expandir seu alcance, aumentar as vendas, alcançar novos clientes ou explorar oportunidades online? Compreender sua motivação o ajudará a definir metas mais precisas. Definir metas específicas é crucial para entrar no mercado digital porque você terá mais facilidade de acompanhar e mensurar a trajetória do seu negócio nas redes. Dessa maneira, seja claro sobre o que deseja alcançar. Por exemplo, aumentar as vendas online em 20% nos próximos seis meses ou conquistar 1.000 seguidores nas redes sociais até o final do ano.

Além disso, defina indicadores-chave de desempenho (KPIs) para acompanhar o progresso das suas metas. Isso permitirá que você faça ajustes em sua estratégia conforme necessário e comemore os sucessos ao longo do caminho.

De acordo com um levantamento realizado pelo SEBRAE, **analisar as métricas e os indicadores** através das ferramentas online que disponibilizam relatórios sobre sua página é fundamental, pois dessa maneira, **você entenderá se o seu negócio está indo pelo caminho certo.**

Além disso, ainda segundo esse levantamento, é importante desenvolver o **planejamento** com os objetivos, metas e prazos que fazem sentido para o crescimento do seu negócio. Dessa forma, **sua rotina nas redes sociais será mais estratégica.**

PONTO 2

Crie uma presença online:

Construa sua presença online criando um site ou uma loja virtual. Certifique-se de que seu site seja amigável para dispositivos móveis e otimizado para os motores de busca. Considere também a criação de perfis em redes sociais relevantes para o seu público-alvo.

Além disso, é importante analisar o seu mercado. A partir disso, você consegue acompanhar o comportamento das principais marcas que atuam no nicho que você está disposto a entrar. Mas, lembre-se de se inspirar nos melhores! Afinal, você quer que seu empreendimento seja competitivo e relevante para o nicho em que está inserido, certo?

Para construir sua presença online aprenda sobre otimização de mecanismos de busca (SEO) para que seu site e conteúdo sejam encontrados facilmente pelos motores de busca.



Fonte: [Vivo](#)

Segundo levantamento realizado pelo setor de negócios da Vivo, a presença no digital é de extrema importância para desenvolver um relacionamento próximo com o consumidor, dessa maneira, fidelizando o cliente ao seu produto ou serviço.

Ainda, diante do cenário competitivo, é necessário planejar, escolher táticas e serviços que estejam alinhados ao propósito do negócio e ao que o consumidor busca.

PONTO 3

Conheça seu público-alvo:

Realize pesquisas de mercado para obter informações valiosas sobre seu público-alvo. Você pode usar questionários online, entrevistas ou grupos focais para coletar dados sobre as necessidades, preferências e comportamentos do seu público. Isso ajudará a moldar sua estratégia de marketing digital.

Além disso, também é importante analisar sua base de clientes atual. Examine os dados de seus clientes existentes, tanto offline quanto online. Identifique padrões demográficos, interesses comuns e comportamentos de compra. Isso pode fornecer insights sobre o tipo de público que você está atraindo e ajudá-lo a direcionar sua estratégia digital.

Utilize ferramentas de análise como o Google Analytics para entender o tráfego do seu site. Isso inclui informações sobre a origem dos visitantes, comportamento no site e conversões. Esses dados podem ajudá-lo a identificar o perfil demográfico e os interesses do seu público-alvo.



Fonte: [Sebrae Respostas](#)

De acordo com o Sebrae, **definir e conhecer seu público alvo** é fundamental **para entender as estratégias**, ações e esforços que você irá direcionar suas campanhas, estabelecendo uma linguagem mais próxima das pessoas que realmente se interessam pelo seu serviço e sendo mais assertivo na sua abordagem. Dessa maneira, você **consegue potencializar seus resultados**.

PONTO 4

Desenvolva uma estratégia de marketing digital:

Para desenvolver uma estratégia de marketing digital eficiente é necessário que você defina seus objetivos. Identifique claramente o que você deseja alcançar com sua estratégia de marketing digital. Isso pode incluir aumentar as vendas, gerar leads, aumentar o reconhecimento da marca ou expandir sua base de clientes. Ter objetivos claros ajudará a orientar suas ações.

Além disso, também é crucial que você crie conteúdo relevante. Produza conteúdo de qualidade que seja valioso para o seu público-alvo. Isso pode ser na forma de artigos de blog, vídeos, infográficos, podcasts ou outros formatos. O conteúdo relevante ajudará a atrair e engajar seu público, além de estabelecer sua marca como uma autoridade no setor.

Fonte da imagem: [Trama Comunicação](#)



Fonte: [G1](#)

Segundo matéria divulgada pelo G1, um dos principais benefícios do Marketing Digital   **traçar com precisão o perfil de quem consome o produto ou serviço** do negócio. Com essas informações,   possível **criar a identidade de uma empresa** e, a partir disso, são desenvolvidas estratégias personalizadas com foco naquele público específico.

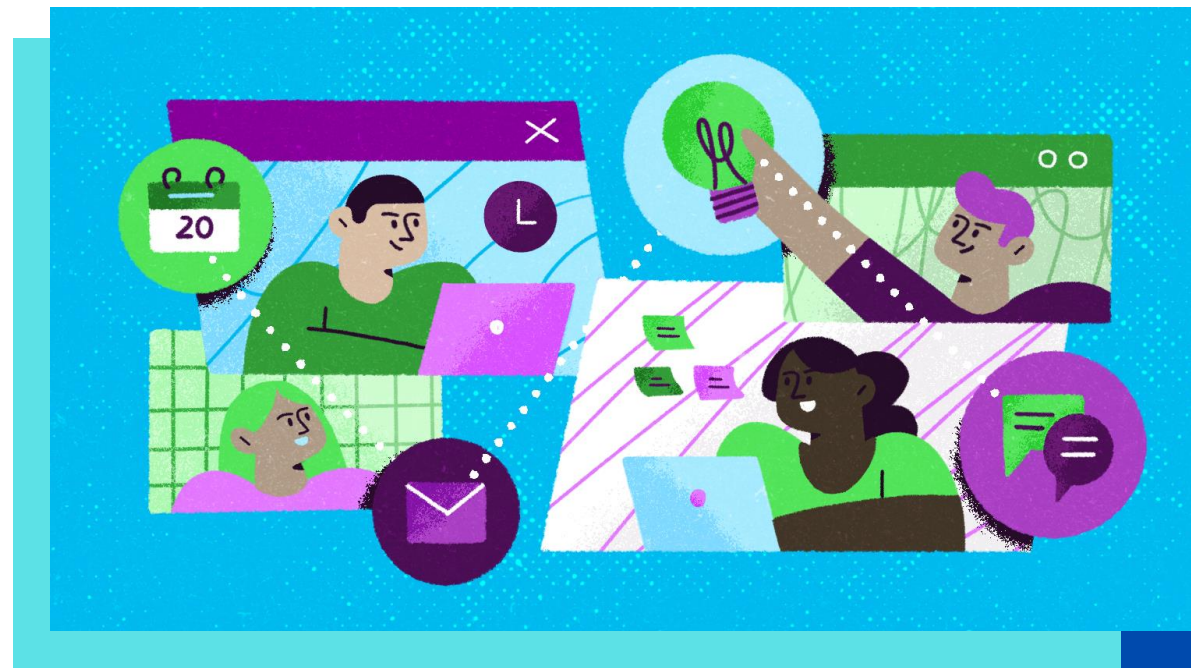
PONTO 5

Acompanhe e se adapte às mudanças:

Para entrar no mundo digital, é necessário que você se mantenha atualizado. Esteja informado sobre as últimas tendências e novidades no nicho em que seu negócio está inserido. Isso o ajudará a ficar por dentro das mudanças e oportunidades no mercado.

Além disso, esteja disposto a experimentar novas abordagens e ferramentas digitais. Teste diferentes formatos de conteúdo, estratégias de publicidade e canais de marketing. Através da experimentação, você poderá descobrir o que funciona melhor para o seu negócio e adaptar sua estratégia de acordo.

Ainda, é essencial que você esteja aberto a feedbacks. Escute seus clientes, seguidores e audiência. Esteja atento aos comentários, críticas e sugestões que eles fornecem. Isso pode revelar necessidades emergentes, preferências ou demandas que podem influenciar sua estratégia digital.



Fonte: [Echosis](#)

De acordo com uma matéria divulgada pelo Echosis, para manter-se atualizado é necessário que você **esteja atento a mudanças táticas e estratégicas**; para isso, as pesquisas de mercado são indispensáveis.

Além disso, **usar os dados ao seu favor** é crucial para acompanhar as tendências do mundo digital. Isso pode ser feito observando indicadores e processos.

Fontes

- [NUVEMSHOP](#)
- [IDINHEIRO](#)
- [ECOMMERCE NA PRÁTICA](#)
- [MARKETING4ECOMMERCE](#)
- [CNN BRASIL](#)
- [ESTUDO ORG FDC](#)
- [NOTÍCIAS R7](#)
- [PORTAL SEBRAE](#)
- [PORTAL FGV](#)
- [REVISTAPEGN](#)
- [ESCOLA DE ECOMMERCE](#)
- [PORTAL SEBRAE](#)
- [FORBES](#)
- [CANAL TECH](#)
- [O NOVO MERCADO](#)
- [G1 GLOBO](#)
- [EDRONE](#)
- [PAGARME](#)
- [WEBCOMPANY](#)
- [BLOG GSIBR](#)
- [BLOG SPEEDYIO](#)
- [HOTMART](#)
- [TRACKAGE](#)
- [BEM PARANÁ](#)
- [INSTAGRAM RAFAEL KISO](#)
- [SEBRAE](#)
- [VIVO](#)
- [SEBRAE RESPOSTAS](#)
- [G1](#)
- [TRAMA COMUNICAÇÃO](#)
- [ECHOSIS](#)
- [MARCAS PELO MUNDO](#)
- [MEIO E MENSAGEM](#)

FAST TRACK

OBRIGADO