



SUA EMPRESA *na Internet*

por **Mario Persona**
contato@mariopersona.com.br

Um guia para a TRANSIÇÃO de sua empresa para a Web, GANHANDO tempo, EXPANDINDO seu mercado e AUMENTANDO suas margens de LUCRO.

Modo de Usar este e-book

Divulgue cultura de Internet em sua empresa. Distribua este e-Book para seus colegas, colaboradores, clientes, fornecedores e parceiros de negócios. Imprima, copie, envie ou use os meios que desejar. É importante que sua empresa e todos os que se relacionem com ela tenham contato com as informações básicas de negócios na Internet. Você pode copiar e distribuir este material, contanto que o faça gratuitamente e sem alterar seu conteúdo. Todos os direitos de publicação comercial deste material são reservados a

©2000-2005 Mario Persona Consultoria Ltda.

Hoje

Este e-book foi escrito em 1999...

Espere! Não pare de ler! Ainda...

O que vou dizer é justamente para mostrar que ele continua atual. Como disse, escrevi há um bom tempo e o texto ficou todo esse tempo vagando como cachorro sem dono, indo pra lá e pra cá nas pastas de meus micros, viajando de micro em micro à medida que eu ia fazendo um *upgrade* de minhas máquinas. Eu nem pensava mais em publicá-lo por achar que o assunto Internet não era mais de interesse, até receber um e-mail do leitor Gustavo Erlichman que dizia:

"Já se passaram 3 anos ou um pouco mais desde que li "Crônicas de uma Internet de Verão" pela primeira vez. Após um curso de e-business na ESPM que terminei recentemente, indiquei uma série de livros, entre eles o seu. Aproveitei minha ida para a praia neste carnaval e decidi reler as excelentes crônicas. Putz! De 3 anos pra cá as coisas evoluíram muuuuito, seja a Internet, o e-commerce, o CRM, a logística, etc, etc, etc... Mas suas crônicas continuam 100% atuais!!! Os problemas continuam os mesmos e ainda vejo que temos muito pra evoluir. Se bobear, daqui ha 3 anos estarei relendo suas crônicas novamente."

Meu livro "**Crônicas de uma Internet de Verão**" retrata com bom-humor e uma certa irreverência a ascensão e queda da "*bolha Internet*", ao mesmo tempo em que ensina o melhor caminho a seguir. Conceitos importantes para empresas que debutam na Internet são discutidos ali e alguns capítulos — como "*Giselda vai às compras*" — acabaram virando clássicos para quem estuda o comportamento das pessoas e dos negócios na Internet.

Durante alguns anos transmiti essas idéias aos alunos do MBA de Gestão de Empresas de Internet na Uninove e a resposta que recebi foi muito boa. Este e-book não traz tudo o que eu ensinava em minhas aulas, e nem mesmo o conteúdo que você encontra em meu livro "**Crônicas de uma Internet de Verão**", mas já serve de aperitivo. Porque empresas continuam a errar no uso da Internet, estas idéias permanecem atuais e necessárias. E, se bobear, daqui a 3 anos você estará relendo minhas crônicas novamente. Nem que seja na praia, para distrair.

Mario Persona
Março de 2005



Apresentação

Empresas conectadas a clientes e fornecedores, para vender, comprar, planejar e produzir em um ambiente colaborativo. Que consigam vender mais e até enxergar o quanto irão vender, e o quanto seus fornecedores serão capazes de fornecer. É este o panorama que oferece a tecnologia de Internet já disponível. Este livro ajudará você a usar a Internet para fazer sua empresa ganhar tempo. E dinheiro, porque ninguém é de ferro.

Mas será preciso romper com alguns paradigmas. Você já fez isto antes, quando aceitou adotar novas tecnologias, como a informática. Agora é hora de trabalhar no ambiente Web, para assegurar sua posição no mercado. Ou, quem sabe, até conquistar a fatia de seu concorrente. Com menos esforço do que imagina, você atenderá as expectativas de seu cliente e terá a fidelização de seu fornecedor. Ambos querem encontrar você na rede.

Já que não estamos mais vivendo a euforia eletrizante dos primeiros momentos da Web, vamos trabalhar com a cabeça no virtual, mas os pés bem firmes no chão. Arregaçar as mangas e não perder mais tempo. E quando falo em não perder mais tempo, estou falando de oportunidade e também de eficiência para empresas. Logo toda a cadeia produtiva estará interligada via Web. Sua empresa também. É inevitável. Quanto antes acontecer a transição, e você adotar a cultura de Internet em sua empresa, melhores os resultados e menores as surpresas com a concorrência.

Este livro é uma introdução, os primeiros passos para sua empresa utilizar a Internet. Talvez algumas informações você já tenha, ou mesmo algumas ações já tenham sido tomadas, como a criação de um Web site. Mesmo assim, sugiro que leia com atenção. A rapidez com que cada leitor irá adotar as idéias aqui expostas poderá ser um diferencial importante na competitividade da empresa em um mercado cada vez mais ágil e globalizado.

Mario Persona

contato@mariopersona.com.br

www.mariopersona.com.br/

Introdução

É provável que sua primeira pergunta seja: Por onde devo começar, para fazer a transição de minha empresa para a Internet? Se for esta a sua dúvida, você não está sozinho. Milhares de pessoas estão neste exato momento tentando descobrir que rumo tomar, ou que empresa ou profissional escolher para cuidar de seus negócios na Internet. O ideal é começar por onde a oportunidade bate à porta.

Se ela vier por intermédio de um parceiro de negócios, cliente ou fornecedor de sua empresa, já é um bom começo. Há empresas adotando sistemas de relacionamento comercial via Web, mesmo antes de criarem um Web site institucional. Esta é uma maneira prática e produtiva de fazer sua entrada na Internet. E fazer a Internet entrar em sua empresa, colocando seu pessoal para conviver com esta nova ferramenta.

Mas talvez você queira começar do zero. Se for daqueles que gostam de se meter em tudo o que há de novo e domar o monstro, vá em frente e faça tudo sozinho. Compre livros de programação, marketing, design, administração, manuais de editoração e tratamento de imagens, faça cursos de rede, crie estruturas de Internet em sua empresa, invista em servidores, *modems*, *hubs* e tudo aquilo que o dinheiro permite comprar. Inclusive aspirina. Muita aspirina.

Cada um na sua

Mas se o seu negócio não for Internet - e provavelmente não é - desista de querer reinventar a roda. Seu tempo será mais bem aproveitado fazendo aquilo que sabe fazer bem. Continue fazendo máquinas, parafusos, biscoitos ou automóveis, e deixe que profissionais de Internet cuidem de seu negócio virtual. Em matéria de Internet, tem muita gente boa fazendo coisas excelentes hoje em dia.

Em sua versão inicial, este livro está sendo publicado em forma eletrônica, um e-Book. Sugiro que leia aos poucos, para evitar quebrar seu teclado ou monitor com a testa quando cair no sono, ou deixar seu Palm cair no chão, se usar esta versão. E procure meditar no que aprendeu. Se preferir, imprima o texto. Você poderá levá-lo ao banheiro ou até ler deitado. Garanto que acordará revigorado. Não há nada melhor do que um livro sobre o uso da Internet nos negócios para acabar com o stress causado pelo uso da Internet nos negócios.

Escolher a estratégia

Mas não espere grandes coisas deste livro. Ele não fará milagres sem uma ação de sua parte. Sua leitura não tem o poder de transformar um leigo real em um empresário virtual. Ninguém vira especialista em coisa alguma da noite para o dia. Mas as dicas que dou aqui irão ajudá-lo a saber quais os passos mais importantes no mundo virtual. São conceitos que aprendi ao longo de minha carreira - uma carreira tão curta quanto à da própria Internet - que lhe ajudarão a escolher uma estratégia de tecnologia da informação usando a rede. O que ler aqui pode ser o que está faltando para seu negócio sair vencedor em meio às mudanças. Ou, pelo menos, ileso.

Internet passo a passo

Boa parte desta informação é introdutória, o que equivale dizer que o melhor fica para o final. Veja que há alguns estágios pelos quais uma empresa passa na transição para a Internet. O primeiro, obviamente, é utilizar e-mails para correspondência e a Web para pesquisa de fornecedores, clientes e concorrentes. Sim, eles já devem estar lá. Mas fazer isto é estar no nível básico.

O passo seguinte pode ser criar um site institucional ou para servir de canal de comunicação com seus clientes. Há informações importantes para isto neste livro. Em seguida sua empresa pode querer adotar um comércio eletrônico, ou um serviço de suporte ao cliente na Web. Tudo é muito bom, mas os custos começarão a cair mesmo no momento em que conseguir usar a Internet para reduzir o tempo de seus processos. Poder enxergar a demanda ou deixar seu fornecedor gerenciar seus estoques. Como sua empresa já faz parte de uma cadeia de suprimentos, no último capítulo descrevo uma solução de *SRM (Supplier Relationship Management)* que integra você com seus clientes, fornecedores, distribuidores e parceiros.

Mas veja que a ordem aqui apresentada não é rígida. A Internet é um meio, não um fim. Ela é apenas o meio que permite você utilizar ferramentas de produtividade. Ganhar tempo, reduzir custos, aumentar o lucro, atrair novos clientes, fidelizar os que já possui, melhorar o relacionamento com fornecedores, otimizar os processos ou qualquer coisa que possa ser traduzida como melhoria. Nem pense em usar a Internet como um mero adorno. Não penduramos ferramentas no pescoço ou nas orelhas. Ferramentas existem para ganhar tempo e facilitar o trabalho.

Se encontrar um atalho, siga por ele

Talvez a Internet entre em sua empresa por outro caminho, como um sistema de otimização para a área de compras, ou um utilitário para a área de vendas, um sistema para troca de documentação de qualidade com clientes, ou talvez até como um Web EDI, ou troca eletrônica de dados via Web. Seja como for, o importante é que comece de alguma forma. Pelo menos já começará ganhando em produtividade.

Como?! Você não tem nenhum negócio e nem pretende ter? E é só agora que me diz? Bem, então leia mesmo assim. Garanto que irá abafar na próxima festa. Os convidados ficarão surpresos com o conhecimento que você tem do assunto. Deixando as brincadeiras de lado - ou para os próximos parágrafos - começarei mostrando como definir uma meta para seu negócio virtual. Depois falarei sobre... bem, não vou perder o seu tempo, e nem o meu, tentando explicar o que há nas próximas páginas. Agora é bom correr para a rede, antes que descubra que seu concorrente já está lendo o capítulo seguinte.

Boa leitura!

Primeira Parte

Definindo Uma Meta

*"Para quem não sabe onde quer chegar,
qualquer caminho serve" (Provérbio Chinês).*

Uma estratégia para fazer a transição de sua empresa para a Web exige planejamento. Há empresas colocando sites na Internet como quem pendura roupas no varal. Não entenderam que devem tratar a Internet como um meio de produtividade ou, do ponto de vista comercial e de marketing, como a abertura de uma filial virtual na cidade chamada mundo. Uma filial que se funde à sua empresa no mundo convencional como uma coisa só. Neste capítulo você vai entender o que é importante observar em sua transição para a Internet.

Em pouco tempo a Internet conseguiu gerar fortunas de uma forma nunca vista. Empresas surgiram praticamente do nada. E muitas voltaram para lá. Mas as que trouxeram com uma proposta adequada, de ligar o mundo real ao mundo real, usando a rede como ponte virtual, permaneceram.

Talvez você esteja satisfeito com sua empresa como está, apenas no mundo de tijolos e cimento. Mas aconselho que procure levá-la a buscar por um lugar ao sol também no mundo virtual. Há muito lugar e muito sol ali. E estou falando de empresas reais, como a sua, que trabalha dentro de uma realidade econômica que sempre existiu. Ganhar tempo, aumentar as vendas, reduzir os custos, gerar mais lucros, planejar com sucesso. Tudo isso pode ser hoje incrementado com as ferramentas e o potencial da Internet.

Desfilando no virtual

Para começar a desfilar no mundo virtual, sua primeira tarefa será reconhecer até onde vai sua capacidade. Esta é a parte mais difícil, principalmente nas empresas menores, onde o empresário acaba sendo músico de sete instrumentos. Se eu disser que nesta área é sensato você não tentar entrar sozinho, é provável que não acredite em mim. Geralmente não gostamos de admitir que precisamos de uma mãozinha.

Você entende de Web? Design? Escreve bem? Sabe programar em *HTML, Java, ASP, PHP, WAP* e outras linguagens para Internet? Sabe como divulgar seu site, fazer com que seja encontrado, registrá-lo em sites de busca, fazer marketing e tudo mais? Se souber tudo isso, parabéns. Mas não são estas as qualificações para

seu negócio ser bem sucedido na Web. Você precisa entender mesmo é de negócios. O que fazer é mais importante agora do que como fazer. Você não iria querer aprender a pregar botões se fosse investir em um negócio de confecções.

Portanto, deixe a execução para quem já trabalha com isso. Ocupe-se com o negócio. Terceirize a execução. Procure bons profissionais e aproveite seu tempo precioso para fazer negócios e preparar o tapete vermelho para os muitos clientes que sua empresa na rede irá atrair. Correndo o risco de me tornar repetitivo, quero certificar-me de que você não irá olhar para a Internet como um novo hobby. Há algum tempo era possível agir assim e ainda obter algum sucesso. Hoje não há mais tempo para experiências. Enquanto você estiver experimentando e errando, seus concorrentes estarão acertando e conquistando um terreno que poderia ser o seu.

Começando pelo institucional

Agora é preciso definir se a sua presença na Web será puramente institucional, ou se servirá como um meio de captação de negócios. Um site institucional pode ser um começo, mas é um começo pobre. Seu site deve permitir ao visitante interagir com sua empresa. Deve ser um facilitador de negócios, que poderão começar e terminar on-line, ou fechados mais tarde da forma convencional.

É importante ir pensando na estrutura que sua empresa real deve ter para atender ao movimento gerado pela gêmea virtual. Deve haver pessoal preparado para responder e-mails, atender pedidos, efetuar cobranças e tudo o que estiver relacionado com um bom atendimento ao cliente. São várias as empresas que investem muito no site e nada no atendimento. Acabam como o cachorro que late para o automóvel. Quando este pára, não sabe o que fazer com ele.

Tecnologia com sabedoria

Com todas as possibilidades que a tecnologia de rede oferece, evite criar um site apenas institucional. Geralmente um site assim tem o efeito de uma ação de panfletagem. As pessoas tomam conhecimento do negócio, obtém informações sobre sua empresa, clicam embora e não voltam mais. Portanto sugiro que, ao contratar um profissional ou empresa para criar sua presença na Web, certifique-se de que ele tenha cultura e tecnologia para gerar uma resposta adequada de seus visitantes.

Quando falo em tecnologia, não estou falando de pirotecnia. Você não quer criar um canal de TV e passar desenhos animados para entreter internautas. Você quer um canal direto com seu fornecedor ou cliente. Você quer receber ou enviar pedidos on-line, fazer seu acompanhamento, ter seu cliente ou fornecedor na ponta da linha. E quando tiver isto, irá querer mais. Por exemplo, saber o que o fornecedor de seu fornecedor pode fornecer, ou o cliente de seu cliente está comprando.

E tem mais. Seu gosto pelo negócio irá crescer quando tiver à sua disposição informações financeiras dos negócios com clientes e fornecedores, bem ao alcance do mouse. Ou quando deixar para seus fornecedores o controle de seu estoque, mantendo-o no mínimo do mínimo. Irá talvez querer substituir o velho e bom *EDI* (*Electronic Data Interchange*) por algo mais dinâmico e interativo. Em suma, seu negócio será fechar negócios, com o tempo que economizará colocando a Internet para trabalhar para sua empresa.

Segunda Parte

Lançando os fundamentos

"... não pisar nas flores, não cair nos espinhos, não sentar em formigas..." (Regulamento de um camping nos EUA).

Como em qualquer negócio, a melhor regra é o bom senso. A escolha da infra-estrutura para atuar na rede pode determinar o sucesso ou o fracasso de sua empresa na Internet. É como abotoar a camisa. Coloque o primeiro botão na casa errada e tudo o que vier depois estará comprometido. Quem já foi acampar, e à noite descobriu que havia montado sua barraca sobre um formigueiro, sabe do que estou falando. O que você vai ler poderá ajudá-lo a evitar dores de cabeça futuras.

A importância de um bom nome

O primeiro passo é a escolha de um bom nome para o seu site institucional. Pode ser o nome de sua empresa, se não for algo do tamanho de "Indústrias Alimentícias Reunidas Vale do Rio Jequitinhonha". Pode ser uma palavra que tenha alguma associação com seu produto ou serviço. Lembre-se de que na Internet o nome será precedido de "www" e finalizado com a extensão que identifica sua área de atuação e o país de origem. Se o seu site é comercial e brasileiro, o nome ganhará um ".com.br" no final. Há outras extensões possíveis, como ".ind.br" para indústria, ".inf.br" para profissionais de informação, e assim por diante.

Supondo que sua empresa venda milho de pipoca, e o nome tenha mais letras do que o número de grãos na espiga, chegou a hora de escolher o domínio que usará na Internet. Depois de um brainstorm envolvendo até o lanterninha do cinema de sua cidade - o único consultor de pipocas que encontrou - você decidiu chamar seu site de "*www.pipocaquente.com.br*".

Agora é bom correr e registrar logo seu domínio antes que seu concorrente o faça. É provável que o primeiro que ler este livro irá fazê-lo. É um nome de dar água na boca e já vem com a propaganda que estou fazendo aqui. Antes do registro, escolha o provedor de serviços de Internet que irá hospedar seu domínio, o qual poderá também fazer o registro para você.

Gracias por visitar este Libro Electrónico

Puedes leer la versión completa de este libro electrónico en diferentes formatos:

- HTML(Gratis / Disponible a todos los usuarios)
- PDF / TXT(Disponible a miembros V.I.P. Los miembros con una membresía básica pueden acceder hasta 5 libros electrónicos en formato PDF/TXT durante el mes.)
- Epub y Mobipocket (Exclusivos para miembros V.I.P.)

Para descargar este libro completo, tan solo seleccione el formato deseado, abajo:

