**O CRESCIMENTO DO COMÉRCIO ELETRÔNICO E SUA UTILIZAÇÃO DO MARKETING DIGITAL PARA O ALCANCE DOS CLIENTES.**

**INTRODUÇÃO**

 Nesta pesquisa foi abordado o crescimento do comercio eletrônico e como ele veio para ajudar no empreendedorismo, além disso, será falado do Marketing Digital e como ele vem sendo usado para a divulgação das empresas e negócios. A possibilidade de negociar e fazer vendas pela *internet* foi um dos grandes motivadores para as empresas investirem em peso no setor de tecnologia da informação, o *e-commerce* que é a palavra usada para designar este comércio eletrônico, veio para ajudar as organizações a atingir mais clientes, conhecerem mais os que estes clientes necessitam, proporcionando agilidade nas negociações e atingindo as vendas planejadas.

 Existe uma forte tendência, cada vez maior, de se adotar o comércio eletrônico como o principal meio de se atingir os consumidores de quase todos os tipos de produtos e serviços. A forma como se chega a eles é por meio do *marketing* digital, que é o *marketing* que se utiliza dos vários meios para atingir seus clientes e futuros clientes, *internet, Facebook*, propagandas em ferramentas como o *Google*, dentre outros.

 Para a realização da pesquisa, foi proposta a seguinte questão problema: Como as organizações podem se utilizar do *marketing* digital para melhorar seu desempenho no comércio eletrônico? Para responder a esta questão foi proposta o seguinte objetivo geral: Compreender o funcionamento do *e-commerce* e o uso do marketing eletrônico como meio para ampliar as vendas das organizações.

Justifica-se a proposta desta pesquisa, pois tem um caráter bastante atual e foi a forma como muitas organizações conseguiram passar pelo problema da pandemia sem muitos prejuízos.

**MATERIAL E MÉTODOS**

A pesquisa tem caráter qualitativo, exploratório, onde serão utilizadas informações em livros e artigos científicos que estão disponíveis na *internet*.

O método utilizado para a realização deste trabalho foi a revisão bibliográfica com base em leituras de alguns sites selecionados da *internet*, arquivos científicos e em livros que discorriam sobre o tema abordado. Além disso, foi utilizada uma visão histórica, para que fosse mais bem explicado e compreendido sobre o presente assunto.

**DESENVOLVIMENTO**

*E-commmerce* é a abreviação de *Eletronic Commerce*, (Comércio Eletrônico) traduzindo para nosso português. Essa letra “e” designada para *Internet*. Define que o “comércio eletrônico (CE) como qualquer negócio transacionado eletronicamente, no qual estas transações ocorrem entre dois parceiros de negócio ou entre um negócio e seus clientes”. (AZEVEDO, 2013)

 Muitos ramos da economia estão associados a esse comércio, o que motiva as empresas a investirem nessa estratégia. Inicialmente, foram vendidos mais CDs, livros e outros produtos físicos com características tangíveis, mas agora, com a nova tendência desse mercado, tudo é vendido pela Internet. (DINIZ, 2011)

O surgimento veio como um modo diferente para todas as organizações. Um avanço para fora da loja física, da cidade. Vendas feitas para outras cidades, sem o cliente sair da própria casa, com toda a comodidade.

 Devido ao seu incrível crescimento e redução nas áreas de negócios, o comércio pela *Internet* tornou-se uma boa opção para lojistas de todo o mundo, e também permite que os consumidores comprem produtos e /ou serviços de diferentes lugares do planeta, o que antes da existência desta tecnologia, era considerado quase que impossível, pois a empresa só poderia atender clientes em áreas próximas à matriz. (AZEVEDO, 2013, s.p.)

 O espaço na *internet* para o comercio eletrônico foi feito para todos, não envolve tamanho da organização, podendo ser pequena, media ou grande. E vem evoluindo nos tipos de produtos, vende-se tudo, coisas novas e até mesmo usadas.

O comercio eletrônico em território nacional vem tendo ótimo desempenho, vendas no Brasil aumentaram 500 milhões de reais em 2001, ultrapassará 13 bilhões de reais em 2010. Ele cresceu mais de 2.300% em apenas dez anos. Outro indicador extremamente otimista de que o número de consumidores online tenha crescido foi o aumento de 1 milhão em 2001 para 23 milhões em 2010.(DINIZ, 2011, s.p.)

Existem empresas totalmente digitais e as que estão passando para digitais. Empresas que usam o seu sistema de informação eletrônico auxiliando seus processos de negocio, ela é um empresa que usa o *e-business*.

Tudo que acontece na organização desde o momento em que o cliente pesquisa, compra e recebe o seu produto, ai também se engloba o atendimento aos clientes, colaboração com parceiros de negócios e transações eletrônicas dentro de uma organização.

As principais vantagens é tornar a comunicação mais rápida, reduzir custos, permitir uma rápida consulta de diferentes fornecedores e preços, aumenta a integração entre áreas e processos empresariais, traz mais agilidades para a tomada de decisão, aumenta a transparência da empresa.

O SEBRAE relacionou como as principais vantagens do *e-commerce*:

**Promoção** – a divulgação dessas propagandas em uma multiplicidade de locais na *internet*, dos *e-mails* a sites de busca, redes sociais, sites de compras, etc.

**Marketing de Relacionamento** – atendimento bem feito ao cliente, utilizando de canais de respostas rápidas, sendo utilizado também para conhecer melhor o perfil do cliente.

**Mobilidade** – em um mundo em que os *smartphones* tomaram conta de tudo, um computador na palma da mão com acesso rápido e a qualquer tempo, as lojas virtuais tem que se adaptar a eles, potencializando suas vendas.

Segundo *sites* de economia as principais desvantagens são:

**Negociação** – não existe a pessoa física do vendedor para o cliente pedir aquele desconto e fazer negociação. Mais existe a pesquisa de preço em vários sites para o cliente fazer sua escolha.

**Tempo** – as compras tem um prazo legal a ser feita, que varia de 2 a 15 dias. Mais depende também da forma de pagamento e o envio. Pode ser mais rápido ou demorar mais um pouco.

**Frete** – o preço do produto pode ter acréscimo com o frete, podendo ser pouco ou até muito. Caso que não acontece nas lojas físicas.

 Como canal para atingir seus clientes, as organizações utilizam-se do *Marketing* Digital é forma com que a empresa utiliza as mídias digitais para promoção de um produto ou serviço. É bem funcional por ser um modo direto de comunicação com o publico.

Segundo o SEBRAE “o crescimento de investimento em *marketing* digital, será de aproximadamente 12 % ao ano até 2021.” (SEBRAE, p.2) Para o *e-commerce* sobreviver é fundamental o *marketing* digital. Tendo um planejamento e estratégias de ação bem definidas podendo colaborar para aumentar as vendas e também fortalecer a marca.

Com o *marketing* digital o *feedback* dos clientes é em tempo real, e sendo usado para saber como está, se tem que fazer algo para melhorar, avaliar para buscar novos clientes, e saber sua aceitação.

O mundo *online* hoje em dia faz parte da vida de muitas pessoas, de varias classes sociais e com isso as empresas conseguem: entender melhor seu publico; conquistar mais clientes; receber *feedback*; fidelizar consumidores, etc.

O ambiente virtual, já é considerado um mercado de trabalho *on-line*, que conecta as pessoas que procuram empregos com os empregadores e busca de profissionais com talentos específicos, além de facilitar as negociações. A *internet* é um ambiente adequado para quem está procurando um emprego e para as empresas que estão busca de profissionais com talentos específicos, um bom exemplo é o *site* do governo que anuncia vagas de empregos.

O mercado de empregos *on-line* é especialmente atuante na área de tecnologia, porque as empresas e os trabalhadores interessados utilizam a *internet* regulamente. Contudo há milhares de tipos de empresa que anunciam cargos disponíveis. (TURBAM e KING, 2004, s.p.)

Um dos grandes benefícios de trabalhar com *E-commerce* e investir em marketing digital é utilizar-se do trafego pago, que são ferramentas feitas para rodar anúncios nas redes sociais, e com isso atingindo um grande número de pessoas.

**RESULTADOS E DISCUSSÃO**

 A partir do que foi apresentado no desenvolvimento, percebe-se um aumento significativo de atividades empreendedoras que adotam e investem no comercio eletrônico e no *marketing* digital, muitas lojas físicas vêm se tornando virtuais e se adequando a essa era de inovação.



(fonte ebit 2018).

O gráfico que mostra o faturamento do *e-commerce* no Brasil, nos anos de 2011 a 2018. Em 2017, a receita do *e-commerce* foi de 44,4 bilhões de reais, um aumento de 7,4% em relação ao ano anterior. O aumento da receita não se deve ao aumento das compras, mas sim ao aumento de 8% no preço médio do seu ingresso. De acordo com o relatório do *Webshoppers*, ao mesmo tempo, um fato interessante é que o número de consumidores aumentou 22%. Cada vez mais pessoas compram produtos *online*, contando com o comércio eletrônico para obter os produtos de que precisam diretamente de suas casas.(BORGES, 2018, s.p.)

**CONSIDERAÇÕES FINAIS**

 O comércio eletrônico passou a ser utilizado nas ultimas décadas como uma opção não só de empresas mais de um público em geral.

O administrador que vai fazer uso da *internet* como ferramenta vinculada a empresa, tem que saber muito bem utilizar e como utilizar. Por ser uma ferramenta de constante mudança, a toda hora uma coisa nova. Os administradores tem que estar muito atentos, para que seus produtos estejam sempre com melhores preços e com grandes oportunidades para ser ofertados aos consumidores.

Sabe-se que o *e-commerce* esta substituindo as lojas físicas. Junto com essa substituição também ocorre que o cliente passa a ter um vinculo maior com essa modalidade de comercio, por que ela vai oferecer o produto certo para cada cliente, por já saber do seu perfil de consumidor. Também pouco gasto com estrutura física e com funcionários.

Não tendo horário fixo para estar aberta, no feriado, final de semana, qualquer dia e hora o cliente entra, vê o produto e faz a sua compra. Promoções e divulgações na rede chegam com maior rapidez a todos os clientes.

Fazer de conta que o *e-commerce* não existe, é estar andado para trás, é uma evolução. Bem feita, ela ajuda tanto a própria empresa quanto ao consumidor. Tanto grandes empresas como pequenas e ate mesmo as pessoas com suas microempresas estão nesse modelo de comercio.

Os seus benefícios são maiores que as dificuldades, segundo o SEBRAE 53% das micro e pequenas empresas não chegam ao seu terceiro ano de vida, o *e-commerce* não apresenta esses dados.

**REFERÊNCIAS**

### AZEVEDO, Cristiano Oliveira de; ODONE, Marcos Paulo; COELHO, Marcos Antônio Pereira. Estudo sobre a evolução do comércio eletrônico, suas formas de pagamentos digitais e suas preocupações quanto à segurança e privacidade.

<http://www.periodicos.letras.ufmg.br/index.php/anais_linguagem_tecnologia/article/view/5781>. Acesso em 27 set. 2020.

BORGES, Ligia Cristine Ferreira; BORGES, Luciano. **O CRESCIMENTO DO MERCADO DIGITAL E SUAS PRINCIPAIS VANTAGENS E DESVANTAGENS.**

<https://semanaacademica.org.br/system/files/artigos/artigo_atualizado_0.pdf>. acesso em 24 set. 2020.

DINIZ, Letícia Lelis; SOUZA, Lívia Garcia Alves de; CONCEIÇÃO, Luan Rodrigues da; FAUSTINI, Marcelo Rangel. **O comercio eletrônico como ferramenta estratégica de vendas para empresas**. Unisalesiano 2011. Disponível em: <http://www.unisalesiano.edu.br/simposio2011/publicado/artigo0093.pdf>. Acesso em 26 set.2020.

E-BIT INFORMAÇÃO. Webshoppers 37ª edição. Disponível em:<http://www.ebit.com.br> Acesso em 28 set. 2020.

SEBRAE. Dez fatores-chave de sucesso para atuar no e-commerce. Disponível em:[https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/dez-fatores-chave-de-sucesso-para-atuar-no-e commerce,786a152f5f3c3510VgnVCM1000004 c00210aRCRD](https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/dez-fatores-chave-de-sucesso-para-atuar-no-e%20commerce%2C786a152f5f3c3510VgnVCM1000004%20c00210aRCRD). Acesso em 27 set. 2020.

TURBAN, Efraim. KING, David. Comércio eletrônico: estratégia e gestão. São Paulo: Prentice Hall, 2004.