



Canal B2B

a conexão com seus parceiros de negócios

UMA SOLUÇÃO





Conteúdo

Resumo executivo	3
O desafio do comércio eletrônico.....	3
Introduzindo o Canal B2B	4
Vantagens	4
Planejamento da implantação	4
Facilidade e familiaridade para o visitante	5
Administração de conteúdo pelo painel de controle ..	5
Resultados de divulgação do canal	6
Visão geral sobre integração.....	6
SaaS	7
Exemplos de aplicações	7
Como começar	8
Contato	8



Resumo executivo

Com a popularização do comércio eletrônico no Brasil, um mercado que cresce cerca de 40% ao ano, muitas empresas sentiram a necessidade de implantar um canal de vendas automatizado, motivadas pela redução de custos, aumento da eficiência de sua equipe de vendas, melhoria de processos relacionados à venda ou pela pressão da concorrência que obriga a empresa a traçar estratégias mais competitivas.

O fator cultural que dificultava as vendas eletrônicas foi ultrapassado e a Internet se mostra a opção mais viável para empresas que estão procurando ampliar sua área de atuação, atingir novos mercados e tornar seu processo de venda mais ágil e eficaz.

O Canal B2B é uma solução voltada para indústria, atacadistas, distribuidores e grandes varejistas. Ela permite o desenvolvimento de um canal e-Business, como uma extranet de vendas. Os recursos da solução englobam:

- Todo o processo de venda, desde a busca do produto, passando pelo pagamento, até a logística.
- Alimentação de dados por vários métodos: manual, batch, integração em tempo real ou através de EAI, com suporte total à integração a sistemas ERP ou CRM, legados ou não.
- Divulgação de produtos para o mercado, através de e-marketplaces.
- Transações entre empresas (B2B), ou vendas para pessoa física (B2C).
- Regras específicas do negócio, como preços diferenciados por cliente, contratos de fornecimento, valor mínimo de vendas, preços regressivos por volume (atacado), entre outras.
- Controle de acesso progressivo aos produtos e preços, de acordo com o perfil escolhido para o cliente.

Descubra neste white paper como o Canal B2B, uma solução da Tibra Informática, pode ajudá-lo a desenvolver seu canal de vendas eletrônico.

O desafio do comércio eletrônico

A estratégia de implantação de um canal de vendas via Internet demanda muito planejamento. Questões como o processo de venda da empresa, o local de seu(s) estoque(s), a logística, os meios de recebimento, o workflow de análise e aceitação de pedidos e outras nuances administrativas do negócio impactam diretamente na metodologia adotada para a venda on-line.

Fatores de TI também são determinantes. O local físico e lógico onde os dados de produtos e pedidos são armazenados, a conectividade entre as aplicações de gestão, a venda e o relacionamento com o cliente, o formato de envio e recebimento dos dados são alguns fatores que podem aumentar o tempo de implantação desse canal de vendas

Em pesquisa recente, realizada pela empresa de consultoria americana A. T. Kearney com CEO's de todo o mundo, 70% acreditam que é tão importante ter uma estratégia para e-business quanto a construção do canal de e-business, e 41% acreditam que o e-business trará um forte impacto nos negócios da empresa.

Muitas empresas têm adiado seus projetos de e-commerce devido aos altos custos envolvidos. Por causa deles, o retorno do investimento (ROI) é uma questão significativa.

Mas assegurar o ROI de um canal e-business requer tratar de problemas que muitas vezes vêm sendo postergados há longo tempo.

Um exemplo clássico dos problemas citados acima é a "sujeira" na base de dados. Com a atual competitividade do mercado, é praticamente impossível justificar os custos envolvidos na limpeza



da base atual e a correção dos processos para geração de dados mais precisos.

Porém, em um canal e-business, os dados são exibidos para o cliente, logo, é importante assegurar que os dados tenham alta precisão e qualidade, pois terão um impacto direto sobre o resultado das vendas e de sua eficiência como um canal autônomo, exigindo o mínimo de auxílio humano.

Apresentando o Canal B2B

Canal B2B é uma solução construída totalmente no Brasil, com tecnologias de última geração, tendo como base a experiência de nossos consultores e análises de empresas dos segmentos de atacado, distribuição, indústria e grandes varejistas, as quais tinham problemas comuns na integração de suas ferramentas de gestão com novas ferramentas de comércio eletrônico.

Alguns problemas encontrados eram a dificuldade de uso da ferramenta pelas equipes de marketing e administração, a falta de infraestrutura de TI interna para comportar uma solução de venda web e o baixo índice de ociosidade do pessoal de TI da empresa, entre outros.

Vantagens

A visão geral do projeto proporcionada pela Tibra, no momento do planejamento e implantação do canal de vendas, deixará os executivos da empresa mais tranquilos para manter o foco na estratégia geral de e-business da empresa.

Sua interface amigável com os visitantes e compradores representa um grande diferencial para eles, que encontrarão facilmente os produtos que procuram e serão conduzidos intuitivamente pelo processo de venda.

A facilidade com que o conteúdo do canal de vendas pode ser ajustado, a integração simples entre a solução e os e-marketplaces existentes no mercado, e a relevância dos relatórios de visitação e do comportamento do visitante atenderão as expectativas da equipe de marketing.

A equipe de TI não terá muito trabalho para gerar os dados necessários para alimentar a solução, que possui diversas formas de integração possíveis, que podem ser exploradas inclusive de modo misto.

Porém, ainda mais satisfeita ficará a equipe financeira, ao analisar o baixo custo de implantação do canal e os benefícios trazidos pela modalidade de software como um serviço (SaaS) utilizada pela Tibra.

A Tibra também utiliza os conceitos mais atuais de Cloud Computing, e atua no modelo MSP para garantir o maior tempo de disponibilidade dessa aplicação crítica que é a venda on-line.

Planejamento da implantação

Quando um dado “sujo” é enviado a um colaborador, ele pode acarretar um inconveniente interno. Porém diversos problemas, como insatisfação do cliente ou até demandas jurídicas, podem ocorrer quando esses mesmos dados são vistos por clientes.

Para ilustrar esta afirmação basta imaginar um sistema de gerenciamento de estoque que é conhecido por ser impreciso. Se o processo atual obrigar a pessoa que está tirando o pedido a se certificar que um item crítico para um cliente está em estoque, o vendedor poderá ir até o estoque ou fazer algumas ligações para se assegurar que o item realmente está lá.

Mas se esta informação imprecisa é utilizada para alimentar um sistema de vendas via web, o cliente é levado a acreditar que o item está disponível para entrega imediata, quando de fato ela não está nem mesmo em estoque.



Para ter uma perspectiva do tempo e dinheiro envolvidos para realizar o upgrade de seus sistemas de back-end, considere a evidência que sugere que integrar sistemas legados e sistemas de e-business pode consumir entre 60% a 80% de seu trabalho total de desenvolvimento.

De acordo com a pesquisa publicada pela Jupiter Communications ("Commerce Site Implementation: The Speed to Market Trap," 9/2/00), em mais da metade das empresas estudadas, este processo empurrou o cronograma de implantação de seis meses a um ano ou mais em alguns casos.

Em um ambiente onde um prazo de seis meses é considerado um ciclo de vida completo, muitos executivos acham uma implantação de um ano ou mais um fardo inaceitável, fora o custo gerado por um projeto longo como esse.

Outros obstáculos para uma implantação bem sucedida podem surgir, como falta de alinhamento entre estratégias de negócios e de TI, conflitos entre o canal web e os canais convencionais, um site de venda que gere uma impressão errada da empresa, não condizente com a imagem desejada pela equipe de marketing ou o fato de que as aplicações atualmente em produção não foram projetadas para ter suporte à web.

O planejamento de e-business, realizado com o auxílio de especialistas da Tibra, ajudará a empresa a pensar nos problemas e encontrar alternativas para contorná-los, diminuindo assim o risco do projeto e o tempo para o ROI.

Facilidade e familiaridade para o visitante

Para o e-comprador, que está normalmente com pressa ou tem pouco tempo para executar muitas atividades, como é o caso do comprador corporativo, é importante que o canal eletrônico de venda seja amigável, ofereça informações relevantes e leve o

visitante rapidamente aonde deseja ir, caso contrário o resultado final pode ficar comprometido, com uma venda perdida ou a insatisfação do usuário do sistema.

Com uma interface amigável, controles simples de usar e já conhecidos pela maioria dos usuários da Internet, interfaces ricas utilizando Java Script e Ajax, e um trabalho visual totalmente personalizado e coerente com a imagem da empresa, a solução Canal B2B torna a experiência de compra leve e rápida.

Os menus LojaMais Quick Going permitem ao usuário a navegação até qualquer departamento de produtos de maneira simples, a partir de qualquer página do site. Ele vai exatamente para onde quer independentemente de onde esteja.

A busca de produtos LojaMais Quick Relevancy traz os produtos mais relevantes para o critério textual informado, utilizando uma inteligência completa sobre a análise do texto do usuário, chegando o mais próximo possível do que realmente deseja.

Outros recursos como o LojaMais Photo Slide na visualização dos produtos, telas de detalhes de produtos com informações comerciais completas e vitrines e listas de produtos tornam a experiência de navegação muito prazerosa.

Administração de conteúdo pelo painel de controle

Um canal eletrônico de vendas é também um instrumento de comunicação com seu cliente e como tal deve possibilitar a modificação constante do conteúdo e do visual, para estar sempre alinhado com as estratégias de marketing, visando aumentar as vendas e promover a imagem e a marca da empresa.

A solução Canal B2B possui uma interface de administração completa, onde é possível gerenciar todos os aspectos e setores do canal eletrônico,



permitindo a divulgação de políticas como privacidade, RMA, banners promocionais promovendo produtos ou levando o usuário a outros sites cuja divulgação seja interessante para o negócio, ajustando o visual conforme a época do ano ou conforme a campanha de marketing vigente e muito mais.

Resultados de divulgação do canal

Com a solução Canal B2B é muito simples acompanhar os resultados da divulgação de seu portal de vendas, com relatórios relevantes, que podem ser vistos a qualquer momento pela interface de administração.

Com eles é possível verificar quais produtos estão sendo mais visitados, quais estão sendo menos visitados, o número de visitas e pageviews, que buscas os visitantes estão fazendo e não estão encontrando, entre outras.

Além dos relatórios da própria ferramenta, o Canal B2B também é totalmente integrado com o Google Analytics, para uma visão completa da visita do ponto de vista do visitante, inclusive com dados geográficos.

Visão geral sobre integração

Em empresas que apóiam suas operações em sistemas legados ou que possuem fluxos operacionais complexos, envolvendo ambientes heterogêneos e dados distribuídos, a operação de integração pode ser particularmente dispendiosa em dinheiro e tempo.

A Tibra Informática possui soluções para reduzir o tempo de integração entre os sistemas e manter os custos do projeto dentro do orçamento em todas as suas etapas. A Tibra tem a solução de integração certa para cada ambiente de TI e cada tamanho de empresa.

Stand-alone: A solução Canal B2B, atuando em modo stand-alone, possui recursos que ajudam o administrador e a equipe a alimentar os dados e gerenciar seus produtos, estoque, regras de negócio e pedidos.

É indicado para aplicações pequenas de e-commerce corporativo, de baixo risco e baixo trabalho administrativo envolvido.

Nas situações onde essa opção é indicada a empresa normalmente não utiliza nenhum outro sistema de gerenciamento.

Integração via Application Programming Interface (API): É o método de integração recomendado. Pode ser integrado tanto à camada de software quanto à de banco de dados, por se tratar de um sistema baseado em webservices REST, com requisições usando http-GET e respostas em XML.

Pode ser integrado tanto aos fluxos do sistema de gestão, o que exige sua adaptação.

Também pode ser usado para abastecer processos de sincronização com intervalos de tempo pré-determinados (processos batch).

Replicação de dados: Para dados oriundos de sistemas que utilizam bancos de dados mais recentes, com suporte a replicação, é possível realizar a replicação com um delay baixíssimo (virtualmente tempo real) e o mapeamento e transformação pode ocorrer na camada de dados. Outra opção é utilizar uma solução como o Biztalk ou Apatar para realizar a sincronização dos sistemas.

Essa opção só deve ser considerada para casos onde o tempo de entrada no sistema de gestão do pedido confirmado seja crítico para o sucesso da operação.



SaaS

Um dos grandes diferenciais da Tibra é o modelo SaaS utilizado na prestação de serviço de software.

Software como um serviço é um termo que tem aparecido com frequência na mídia ultimamente, proveniente da sigla em inglês SaaS (Software as a Service).

Para utilizarmos uma explicação bem simples, podemos definir como "software implementado como um serviço hospedado, que pode ser acessado e utilizado via internet".

Porém, as implicações dessa definição são amplas, principalmente em três pontos: licenciamento, localização e gerenciamento.

No modelo tradicional de software o cliente adquire uma licença de uso e paga uma taxa, na maioria das vezes anual de manutenção dessa licença, que dá direito a upgrades e suporte. Já no modelo SaaS, não existe aquisição, paga-se apenas uma assinatura periódica para utilização do software.

Isso traz benefícios ao fluxo de caixa da empresa que utiliza um SaaS, uma vez que os custos periódicos de assinatura de um software oferecido como serviço tendem a ser bem menores que os custos de licenciamento do software tradicional.

O segundo ponto a ser considerado é a localização, ou seja, onde fica e como é acessado o software. No modelo convencional, ele fica instalado na empresa, muitas vezes com uma cópia instalada na máquina de cada funcionário (Microsoft Office, por exemplo). Em alguns casos, o software utiliza uma arquitetura cliente-servidor em que os dados ficam no servidor e são acessados por cópias do software que conseguem manipular esses dados.

Por outro lado, no SaaS, o software fica instalado na Tibra, que tem servidores e conectividade com a Internet em abundância, e o software é acessado via

internet, normalmente por meio de um browser. As implicações desse ponto são enormes, já que se minimiza consideravelmente o custo de instalação e de manutenção do software.

Por fim, a questão do gerenciamento. No modelo tradicional, quem gerencia todos os aspectos do software é a equipe interna de TI, que se preocupa com o gerenciamento de servidores, infra-estrutura e do software propriamente dito, incluindo, instalação, atualização e manutenção do software.

Já no SaaS, a única responsabilidade da equipe interna de TI é a configuração do software, ficando o gerenciamento de servidores, de infra-estrutura e até mesmo a instalação e manutenção do software por conta da Tibra, que responde pela qualidade do serviço prestado através do SLA (Service Level Agreement).

As vantagens são claras para as empresas que utilizam SaaS. A mais imediata é a redução de custo, uma vez que boa parte da gestão de infra-estrutura de TI é terceirizada com a Tibra.

Exemplos de aplicações

Aplicações para a solução Canal B2B podem variar bastante. A seguir descrevemos alguns exemplos de aplicação possíveis:

Venda para o varejo: O canal pode ser utilizado por empresas para ampliar seu canal de atuação para o varejo, possibilitando a exploração desse canal por empresas com canais tradicionalmente B2B.

Venda no B2B e Varejo: Com as regras de negócio da ferramenta é possível separar o público corporativo, atacadista e varejo, possibilitando uma estratégia mista dentro do mesmo site.

Vendas somente B2B: Canal de venda somente para empresas aprovadas, com acesso restrito e aprovação de novos clientes.



Canal B2B

a conexão com seus parceiros de negócios

Vendas técnicas: Para abastecer o canal de distribuição de peças ou a rede de assistências técnicas autorizadas a solução Canal B2B é ideal. Com a venda auxiliada por diagrama explodido, o caminho até sua rede de distribuição ou manutenção ficará muito facilitado.

Como começar

A equipe comercial e técnica da Tibra e de suas empresas parceiras terão prazer em ajudá-lo a planejar e implantar uma estratégia de e-business de sucesso. Entre em contato conosco e comece já a aproveitar todo o potencial que a Internet tem a oferecer.

Contato



São Paulo
(11) 4063-8202



Rio de Janeiro
(21) 4063-8773



Minas Gerais
(31) 4063-9525



Paraná
(41) 4063-5305
(44) 4052-9525



Santa Catarina
(48) 4052-9952



Rio Grande do Sul
(51) 4063-7317



Distrito Federal
(61) 4063-6362

Acesse também nosso site: www.tibra.com.br

UMA SOLUÇÃO

