

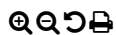


Ulisses Giorgi, executivo de TI, foto Arquivo Pessoal  
FOTO: /ULISSES GIORGI/ARQUIVO PESSOAL/JC

## O e-commerce como boa salva-vidas

Ulisses Giorgi

© publicado em 15/02/2018 08:39  
atualizado em 15/02/2018 10:57



A realidade é triste para quem não se adapta rapidamente. Não é só a nova geração que está abandonando hábitos que eram normais há apenas cinco anos, como ver televisão aberta e mandar SMS.

Quantas crianças de até 10 anos você conhece que assistem mais à televisão aberta ou a canais pagos do que ao Netflix e ao YouTube?

Já lhe digo, se a renda familiar permitir ter um Netflix, as chances serão que você não conseguirá achar crianças suficientes para completar os dedos da mão. Mesmo em rendas mais baixas, a criançada fica vendo o dia inteiro YouTube nos celulares dos pais ou onde conseguir.

Assim como a Wikipedia matou a Barsa, o WhatsApp matou o SMS e o Skype matou as ligações internacionais, o e-commerce está matando as lojas com presença de venda puramente física.

Não quero ser dramático, mas o efeito aqui é do sapo dentro da panela. A água aquece lentamente à sua volta, e ele não percebe. Quando se dá conta, a água está muito quente, já perto da fervura, e é tarde demais: ele cozinhou por dentro. Seus órgãos já não conseguem reagir e fazê-lo saltar para fora da panela. A morte é só uma questão de tempo.

Além de sair da possível fervura, quem saltar da panela quente agora poderá surfar em um dos mercados que mais crescem no Brasil. Você sabia que, durante umas das maiores crises da história do Brasil - em 2016 -, enquanto todos os outros setores encolheram, o e-commerce teve um crescimento de 10,3% no número de usuários e de 7,4% em faturamento?

Não só os dados são bons - hoje, criar um e-commerce é muito mais simples do que se imagina. Pode-se usar plataformas prontas de e-commerce, como a XTech, a Loja Integrada ou a Nuvem Shop, para montar sua loja virtual e então integrar com grandes Marketplaces, vendendo também seus produtos em lojas como Americanas.com, Walmart e Dafiti, acessando mais de 100 milhões de consumidores sedentos para comprar.

É claro que isso exige estratégia: você precisa conhecer quais plataformas e marketplaces ideais e como fará seu marketing digital de forma efetiva.

E é melhor começar logo - você deve cavar o poço muito antes de sentir sede.

---

COMPARTILHE

---