

Os passos em falso no salto digital

O contexto de pandemia e de confinamento obrigou muitas empresas portuguesas a antecipar o salto digital, em direção ao comércio eletrónico, mas, quase três meses volvidos, a realidade é que uma parte substancial delas deram um passo em falso. A situação viu-se inclusivamente replicada em negócios que já estavam há anos no universo online.

O diagnóstico é da plataforma Tudo Sobre e-commerce (TSE), consultora especializada na área, por intermédio da sua fundadora e CEO, Vera Maia. *“Muitas empresas não tinham a sua operação de e-commerce preparada para ser rapidamente escalada. Ou porque não havia informação de stock em tempo real, ou porque não possuíam existências dedicadas ao negócio online, entre outros motivos”*, nota receando que algumas marcas *“podem ter perdido a oportunidade de servir e fidelizar clientes, devido ao baixo nível de serviço”*.

O crescimento brusco da compra digital obrigou, por outro lado, os serviços de transportes a reforçar o seu serviço de entregas, que, com frequência, não conseguiu evitar atrasos substanciais.

“Muita gente viu nas lojas online uma forma de ultrapassar as condicionantes físicas do estado de emergência. E surgiram muitas empresas e entidades a montá-las, quase de um dia para o outro, ao desbarato. Mas uma loja online é uma aposta estratégica, com cabeça, tronco e membros, e apenas a ponta do iceberg de uma operação de comércio eletrónico”, sublinha Sónia Costa, consultora de marketing digital, também no TSE.

Oportunidade deixada ao acaso pelas marcas

“Vimos algumas empresas a recorrer apenas a campanhas promocionais e descontos quando o momento era para fazer mais do que apenas vender. Angariar bases de dados e entreter os consumidores, partilhando conteúdos relevantes e adequados à situação deveria ter feito das prioridades dos gestores de e-commerce e de marketing digital portugueses. Num momento em que queremos ‘passar o tempo’, vimos surgir com grande força os diretos no Facebook e Instagram, cursos online e webinars. Esta foi uma oportunidade deixada ao acaso pelas marcas que se focaram em resolver os problemas do dia-a-dia, provocados, em parte, pelo aumento das vendas. Problemas esses que já deveriam ter sido identificados na operação de e-commerce e que a pandemia ‘apenas’ veio acentuar”, reflete Vera Maia.

O reduzido contacto com o cliente é outra das áreas em que há mais falhas detetadas pela plataforma Tudo Sobre e-commerce. Empresas há que pouco ou nada informam sobre o estado de entrega das encomendas e os clientes esperam dias, no vazio informativo.

“Muitos projetos de e-commerce não têm stock próprio (usam stocks de lojas ou centrais), baseados em sistemas que não são ‘real time’, como o e-commerce exige. Isso dá lugar a muitas reclamações por parte dos clientes. Por outro lado, a falta de integração com as transportadoras ou a passagem de informação ao cliente, como o ‘tracking number’ do produto, leva a que os consumidores fiquem sem saber qual o estado de entrega das encomendas, o que causa frustração e defrauda expectativas”, explica a especialista.

Trocas, devoluções e estorno

As trocas, devoluções e estorno de dinheiro a clientes é outra das pedras angulares da atividade e ainda mais importante nos cenários em que as empresas têm dificuldades em efetuar as entregas por falhas de stock (sendo imprescindível a devolução imediata do dinheiro aos clientes).

Legalmente, as empresas possuem 14 dias para devolver o dinheiro, mas a lei apenas refere o estorno após a devolução do cliente. Se o cliente, porém, não chega a receber a sua encomenda, por uma questão de serviço ao cliente, a devolução do dinheiro deveria ser imediata. O que não acontece, de uma forma generalizada, prejudicando a experiência de compra e a fidelização.

“Muitas empresas continuam a dificultar trocas e devoluções, o que não transmite segurança nem confiança aos clientes. Esse é um dos erros fatais que vemos a ser mais cometido”, aponta a Vera Maia. *“Quando nos lançamos no e-commerce é fundamental transmitir o máximo de confiança. Uma das formas de a garantirmos é facilitarmos todos os processos que possam trazer dúvidas aos consumidores, entre os quais se encontram os processos de troca e de devolução, ainda duas das principais barreiras à compra online”,* reforça.

110 Erros que prejudicam o negócio

Para prevenir e ultrapassar todas estas dificuldades, o Tudo Sobre em e-commerce tem na calha um livro que nasce fruto do trabalho de campo da consultora, junto de muitas empresas. “110 erros que prejudicam o seu negócio de e-commerce” é o título da obra, a ser lançada previsivelmente ainda em junho.

Fonte: Newsletter Grande Consumo

<https://grandeconsumo.com/os-passos-em-falso-no-salto-digital/>