AIDA
CCI - CÂMARA DE COMÉRCIO E INDÚSTRIA DO DISTRITO DE AVEIRO

ade
AVEIRO DIGITAL EXPORT

EMPREENDEDORISMO DIGITAL

Aveiro Digital Export White Papers

COMPETE 2020 PORTUGAL 2020 UNIÃO EUROPEIA Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional

ÍNDICE DE CONTEÚDOS

01

INTRODUÇÃO AO CONCEITO DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL

02

BENEFÍCIOS DO EMPREENDEDORISMO DIGITAL PARA AS EMPRESAS

03

COMO SER UM EMPREENDEDOR DIGITAL?

04

DICAS PARA UMA IMPLEMENTAÇÃO BEM-SUCEDIDA

01

INTRODUÇÃO AO CONCEITO DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL

EM QUE CONSISTE O EMPREEDEDORISMO DIGITAL?

O empreendedorismo digital é um termo utilizado para definir o **desenvolvimento e dinamização de serviços, produtos ou quaisquer atividades organizacionais** e administrativas, **através de canais e ferramentas digitais**, como seja a criação de um negócio exclusivamente *online* de venda de produtos ou serviços, que não necessite de uma dimensão física.

O conceito descreve, assim, o **conjunto de novos processos** que **se desenvolvem com a evolução tecnológica e digital**.

O empreendedorismo digital **implica mudanças** ao nível da **estratégia da empresa**, do seu **modelo de negócio**, das **competências técnicas** e, consequentemente, ao nível dos **recursos humanos**.

Alguns negócios, resultantes do empreendedorismo digital são, por exemplo, a **produção e comercialização de cursos** e **formação *online***, o ***e-commerce*** através de plataformas individuais ou de *e-marketplaces,* a **criação de conteúdo sob a forma de marketing de influência** (através de um canal de YouTube, por exemplo), entre outros.

Nos casos em que já existe **um negócio**, mas **ainda não está desenvolvida a vertente digital do mesmo**, a empresa/empresário poderá refletir sobre questões como:

> O produto/serviço pode ser vendido *online*?
> O produto/serviço deve ser adaptado ao mercado *online*? É possível reinventá-lo de alguma forma?
> A empresa tem capacidade para ser competitiva *online*? De que forma é que a empresa se pode diferenciar da concorrência?
> A empresa está preparada/tem recursos para assegurar a logística da vertente digital (manter a dinâmica do *website*, dar suporte ao cliente e trabalhar canais de comunicação *online*)?

59%

DA POPULAÇÃO MUNDIAL UTILIZA ATIVAMENTE A INTERNET

- Statista (2021) -

60%

DAS EMPRESAS PORTUGUESAS TÊM PRESENÇA NA INTERNET.

- Economia Digital em Portugal, ACEPI & IDC (2020) -

15,5%

PORTUGAL OCUPA O 4º LUGAR NA UE, EM VOLUME DE NEGÓCIOS DAS PME, VIA COMÉRCIO ELETRÓNICO

- Índice de Digitalidade da Economia e da Sociedade (IDES) (2021) -

7.4

MIL MILHÕES DE EUROS, GASTOS PELOS PORTUGUESES EM COMPRAS ONLINE, EM 2020

- Jornal Eco (2021) -

02

BENEFÍCIOS DO EMPREENDEDORISMO DIGITAL PARA AS EMPRESAS

O empreendedorismo digital apresenta inúmeros benefícios, dos quais se destacam quatro:

ALCANCE GLOBAL

ESCALABILIDADE

INVESTIMENTO REDUZIDO

MAIOR FLEXIBILIDADE

ALCANCE GLOBAL

Através dos canais digitais e da internet, é possível divulgar os produtos/serviços para uma audiência muito mais abrangente e diversificada, sem limitações geográficas e de forma gratuita, ou com custos reduzidos.

INVESTIMENTO REDUZIDO

Uma vez que a dimensão física deixa de ser um requisito, os negócios digitais requerem um menor investimento inicial, tornando mais acessível o desenvolvimento de um novo projeto.

ESCALABILIDADE

Os negócios digitais são mais facilmente escaláveis, sendo geralmente possível aumentar a produção ou prestação de serviços, sem que aumente, necessariamente, o investimento e o custo na mesma proporção.

MAIOR FLEXIBILIDADE

Os colaboradores de um negócio digital, não estando necessariamente sediados num escritório físico, têm maior flexibilidade no local de trabalho e maior autonomia na gestão do seu horário, podendo inclusivé conciliar diferentes projetos pessoais e/ou profissionais em simultâneo.

03

COMO SER UM EMPREENDEDOR DIGITAL?

1. DIGITAL BUSINESS PLAN
2. SELEÇÃO DO PRODUTO/SERVIÇO A COMERCIALIZAR
3. IDENTIFICAÇÃO DAS FORÇAS E FRAQUEZAS
4. ANÁLISE CONCORRENCIAL
5. SELEÇÃO DOS CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO
6. DIVULGAÇÃO DIGITAL DO NEGÓCIO
7. CONTROLO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

1 DIGITAL BUSINESS PLAN

Um plano de negócios digital é uma **extensão de um plano de negócios** que detalha a forma como as **iniciativas digitais podem contribuir para o sucesso da visão, dos objetivos e oportunidades contempladas no plano de negócios**. Os consumidores de hoje esperam comunicar com uma empresa utilizando um *website*, uma aplicação ou o telefone, e as estratégias delineadas no plano de negócios devem facilitar tal comunicação.

O **planeamento deve** assim **contemplar a vertente estratégica**, que pode assumir a forma de um **plano de marketing**, e a **vertente financeira**, sob a forma de orçamento.

Ao nível do **plano de marketing**, devem ser planeadas dimensões como o **produto/serviço**, os **canais de distribuição**, o **preço**, a **estratégia de comunicação**, os **recursos humanos**, as **ferramentas digitais** e a **tecnologia** necessária.

Ao nível do **planeamento financeiro**, assume-se como fundamental a **previsão e estimativa dos investimentos** necessários, dos **custos fixos e variáveis,** bem como do **potencial retorno do investimento (ROI)**. Os custos estão geralmente associados ao **desenvolvimento do *website*/plataforma de *e-commerce***, à **criação de conteúdo**, ao **marketing** (recursos humanos, plataformas e publicidade), ao **apoio no cumprimento da legislação** e possíveis licenças, à **vertente logística** (embalagem, envio, devoluções e integrações), ao **serviço de apoio ao cliente** (*software* e recursos Humanos) e aos **métodos de pagamento** e **comissões de *e-marketplaces***.

PARA CADA DIMENSÃO DO PLANEAMENTO, EXISTE UMA VERTENTE DIGITAL A TER EM CONTA:

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

- Estratégia de SEO, SERP
- Publicidade Paga
- Redes Sociais
- E-mail Marketing

RECURSOS HUMANOS

- Ferramentas digitais de gestão de projetos e colaboração de equipas
- Aplicações de gestão interna

GESTÃO FINANCEIRA

- Ferramentas digitais de planeamento financeiro e à base de tecnologia Cloud
- Sistemas de Pagamento Online.

TECNOLOGIA

- Gestão e armazenamento de ficheiros com tecnologia Cloud;
- Segurança informática
- Software as a Service (SaaS)

2 SELEÇÃO DO PRODUTO/SERVIÇO A COMERCIALIZAR

A definição do produto ou serviço a comercializar deve ter em conta **3 vertentes essenciais**:

1. **Interesse pessoal e competências técnicas;**
2. **Procura e oferta do mercado;**
3. **Tendências do mercado e a sua evolução esperada.**

4 ANÁLISE CONCORRENCIAL

De forma a **definir o posicionamento da marca**, deve ser feita a **identificação e análise** dos **principais concorrentes dentro da área de negócio** e que possuam um **público-alvo semelhante**.

Identificar os principais *players* e líderes do mercado é crucial ao **desenvolvimento de uma proposta de valor diferenciada e única**.

Com vista a **identificar oportunidades de melhoria e diferenciação**, devem ser analisadas as **principais práticas digitais dos concorrentes**, os **canais** que utilizam, **níveis de *engagement* (SERP)** e a forma como **comunicam** com a comunidade.

6 DIVULGAÇÃO DIGITAL DO NEGÓCIO

Uma vez **testados e validados os canais digitais** da marca, segue-se o **lançamento e promoção do projeto**. O **digital** desempenha um **papel fundamental** nesta etapa, pelo **potencial alcance** que proporciona. Nesse sentido, deve ser definido o **melhor *mix* de comunicação**, que combine **diferentes ferramentas e canais**, no contacto com o consumidor.

- **Canais preferenciais:** Motores de busca, redes sociais, *e-mail*, *website* próprio, *media*,
- **Ferramentas preferenciais:** SEO, SEM, publicidade paga, marketing de conteúdo, marketing de influência

3 IDENTIFICAÇÃO DAS FORÇAS E FRAQUEZAS

Um passo crucial no desenvolvimento de um projeto/negócio passa pela **reflexão e análise das forças e fraquezas dos recursos existentes**.

Esta etapa permitirá, por um lado, **avaliar os recursos humanos e operacionais necessários** ao desenvolvimento do projeto e, por outro, **identificar competências técnicas a desenvolver**, em especial, ao nível tecnológico e digital. Para colmatar possíveis *gaps* de conhecimento, deve ser considerada a possibilidade de formação.

5 SELEÇÃO DOS CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO

A **plataforma** em que é implementado o negócio digital **desempenha um papel vital** no funcionamento e sucesso do mesmo.

Nesse sentido, é necessário que a marca detenha um **domínio próprio e/ou alojamento *web***. No caso de ainda não ter um domínio, este pode ser adquirido ou alugado. Alternativamente, o empreendedor pode optar por **investir em plataformas *online***, que já **incluem um domínio** e um conjunto de outras **funcionalidades ao nível do comércio eletrónico** e da **gestão das interações digitais entre a marca e o consumidor**. Exemplos destas plataformas são o Wordpress, a Magento, a Woocommerce, a OpenCart, entre outras.

7 CONTROLO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Uma vez lançado e divulgado o negócio *online*, resta **observar e analisar**, contínuamente, os **resultados obtidos** com a estratégia implementada, tendo sempre em vista a **melhoria contínua**.

Este controlo pode ser otimizado através da **utilização de ferramentas digitais integradas nos canais utilizados**, ou através de ***software* próprio** que realize essa análise de forma automática, tornando mais eficiente o armazenamento e tratamento da informação recolhida.

04

DICAS PARA UMA IMPLEMENTAÇÃO BEM-SUCEDIDA

Paralelamente aos diversos passos a seguir, existe um conjunto de conselhos práticos, resultantes da experiência de diversos empreendedores, que podem ser de grande utilidade a quem procure enveredar pelo caminho do empreendedorismo digital.

Definir objetivos SMART* para curto, médio e longo prazo, fazendo a sua avaliação frequentemente

Controlar ativamente os gastos e averiguar a sua conformidade com o orçamento definido

Desenvolver contínuamente competências de marketing digital

Otimizar todos os canais digitais para o formato *mobile*

Assegurar a segurança e privacidades dos utilizadores nos diferentes canais digitais

Investir em comunicação criativa e moderna, com conteúdo visual e interativo

Fazer *networking* com outros empreendedores digitais que partilhem boas práticas e contactos

Aprender com os erros e converter as lessons learned em estratégias de melhoria e crescimento

*Os objetivos definidos podem ser ao nível das vendas (número de encomendas, volume de faturação), ao nível do número de clientes, do valor médio por encomenda, da taxa de conversão e recompra, do número de visitantes nos diferentes canais, entre outros.

Fonte: *Webinar* "Empreendedorismo Digital e Plano de Negócios", ACEPI (2021)

AVEIRO *DIGITAL EXPORT*

O presente documento insere-se no âmbito do projeto Aveiro Digital Export (ADE), a ser desenvolvido pela AIDA CCI – Câmara de Comércio e Indústria do Distrito de Aveiro, sendo o principal objetivo estratégico do projeto o apoio à capacitação das Pequenas e Médias Empresas (PME) do distrito de Aveiro, no reforço das suas competências na exportação de bens e serviços, através da utilização de canais digitais.

WHITE PAPERS

Em linha com os restantes documentos desenvolvidos no âmbito do projeto, os *White Papers*, surgem como complemento à partilha de conhecimento técnico e de boas práticas com o tecido empresarial do distrito de Aveiro, tendo como principal propósito apoiar e incentivar as suas PME na implementação de estratégias de exportação, via canais digitais.

Com esse propósito em vista, os *papers* aprofundam diferentes temáticas essenciais ao processo da digitalização, explanando a sua relevância para as empresas e o método de aplicação e dinamização de cada estratégia/ferramenta.

A cada temática abordada nos Aveiro *Digital Export White Papers*, estão associadas **sessões de capacitação** junto de cada município do distrito de Aveiro, os *Digital Labs.* Estas sessões, a decorrer entre março e junho de 2022, são organizadas pela AIDA CCI e conduzidas por especialistas nos diferentes temas, com vista a apoiar as PME na implementação das várias práticas e ferramentas digitais.

Os interessados em obter mais informações acerca dos *Digital Labs* devem contactar o Gabinete de Comunicação e Imagem da AIDA CCI – Celeste Claro – c.claro@aida.pt Tel: 234 302 497

O presente *white paper* é fruto do *know-how* especializado, pesquisa e análise realizada pela equipa de consultoria da Deloitte, acerca da temática explanada.

FICHA TÉCNICA

Título: Empreendedorismo Digital

Propriedade: AIDA CCI – Câmara de Comércio e Indústria do Distrito de Aveiro

Autoria: Deloitte *Business Consulting* S.A. “Deloitte” refere-se a uma ou mais firmas membro e respetivas entidades relacionadas da rede global da Deloitte Touche Tohmatsu Limited ("DTTL"). A DTTL (também referida como "Deloitte Global") nem cada uma das firmas membro são entidades legais separadas e independentes, que não se obrigam ou vinculam entre si relativamente a terceiros. A DTTL e cada firma membro da DTTL e entidades relacionadas são responsáveis pelos seus próprios atos e omissões e não das restantes. A DTTL não presta serviços a clientes. Para mais informação aceda a www.deloitte.com/pt/about.

Data: Fevereiro de 2022

Contacto: R. da Boavista - Zona Ind. de Taboeira – Alagoas, 3800 - 115 Aveiro; Tel. (351) 234 302 490

Website: www.aida.pt

Para mais informações, contacte a AIDA CCI.