

4

TECNOLOGIA DE E-BUSINESS

“THE VALLEY É O CENTRO ONDE O CONHECIMENTO SE TORNA O
MOTOR QUE TRANSFORMA A SOCIEDADE”



4. TECNOLOGIA DE E-BUSINESS

Este capítulo analisará exaustivamente todos os elementos necessários para o desenvolvimento de um canal digital de vendas, bem como alguns dos elementos estratégicos de tomada de decisão que são essenciais para a realização de uma actividade comercial na Internet. Quando estamos imersos num projecto empresarial digital, é essencial conhecer os critérios de usabilidade da Web, desenvolver um catálogo óptimo de produtos e conteúdos, etc., como principais factores de sucesso que o estudante deve ter em mente desde o início.

•Concepção e programação da loja online: critérios de look & feel e ergonomia.

•Elementos básicos da loja online :

- Página inicial.
- Informação sobre a empresa e termos de utilização.
- Catálogo de produtos.
- Área de registo.
- Carrinho de compras .
- Sistema promocional e ofertas.

- Motor de busca.
- Fluxos de aquisições: requisitos para contratos em linha.
- Logística, custos de transporte e legislação fiscal.
- Formas de pagamento.
- Política de entrega e devolução.
- Serviço ao cliente e gestão de incidentes.
- Integração com sistemas de informação de empresas
- Integração com outros sistemas (mercados, fornecedores de logística, etc.).
- ¿Mobile first ou Mobile Only?
- Adaptação às estratégias B2B; intranet vs extranet.

O ASPECTO E A SENSAÇÃO DE UM WEBSITE: DE QUE É QUE SE TRATA?



Quando falamos de um website, ouvimos sempre falar do seu "olhar e sentir". Mas o que é que isto significa? Simplificando, o aspecto e a sensação de uma página é como o site se parece e sente para o utilizador quando este interage com ele.



O ASPECTO E A SENSACÃO DE UM WEBSITE: DE QUE É QUE SE TRATA?



O "olhar" é definido pelos seguintes elementos:

- Paleta de cores
- Imagens
- Desenho
- Opções políticas
- Estilo geral.

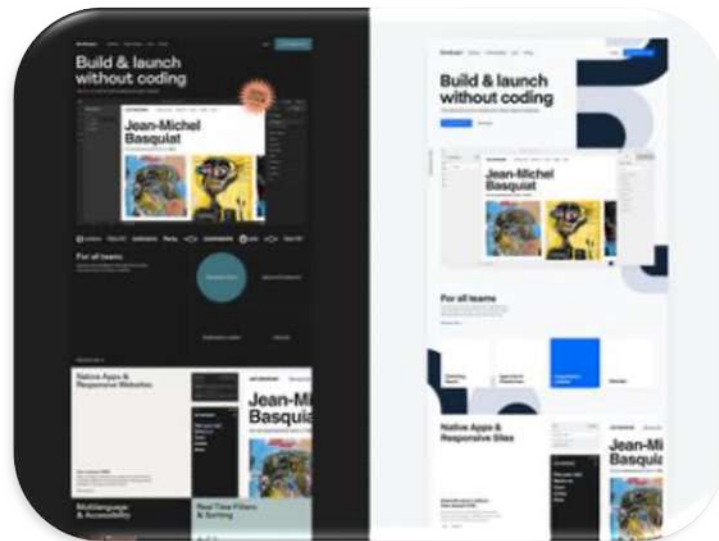


O ASPECTO E A SENSACÃO DE UM WEBSITE: DE QUE É QUE SE TRATA?



A "sensação" é determinada pelas seguintes características:

- O movimento e a resposta de componentes dinâmicos, tais como listas pendentes, botões, formulários e galerias.
- Efeitos sonoros
- A velocidade de carregamento da página e da imagem



O ASPECTO E A SENSACÃO DE UM WEBSITE: DE QUE É QUE SE TRATA?



O aspecto e a sensação do seu website são duas questões fundamentais ao pensar no novo design do seu website. Esta é a primeira imagem que os seus clientes actuais e potenciais terão da sua empresa, pelo que é uma decisão que não pode ser tomada de ânimo leve: é importante realizar uma análise preliminar para estabelecer o que queremos reflectir.

Por conseguinte, o aspecto e a sensação de um website também pode ser descrito como a sua "personalidade". A personalidade do seu website deve corresponder à atitude e objectivos da sua empresa, ao mesmo tempo que satisfaz as expectativas dos seus clientes.



Para definir o aspecto do nosso website - e para facilitar à equipa de design - podemos usar adjectivos para descrever o aspecto, a sensação e o sentimento, e depois reflectir isto nas imagens, cores, efeitos e tipografia.



- Antes de iniciar a web já deve ter adicionado a informação completa das famílias de produtos, marcas e produtos (incluindo as suas imagens, preços e textos)
- Cuidado com os sítios Web onde não se consegue chegar rapidamente à página inicial a partir de uma página
- URLs sem conteúdo devem ser evitadas, uma vez que o Google irá penalizá-los na referênciação.



A informação que a web irá conter deve ser cuidadosamente organizada, ordenando a informação que temos, localizando o que falta e determinando o que precisa de ser actualizado.

Há vários elementos que devem aparecer sempre em cada página:

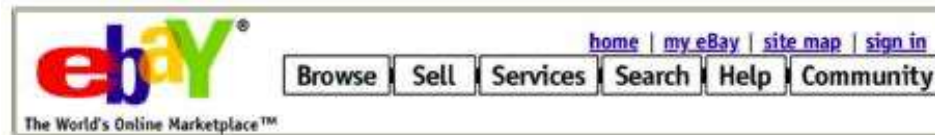
- Nome da empresa
- Informação de contacto
- logótipo ou marca
- Direitos de autor
- elementos de navegação



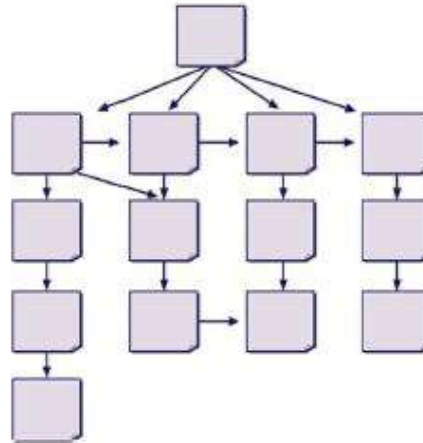
Se formos ao eBay, um dos mais diversos websites de produtos do mundo, veremos como colocou elementos de uma forma que torna a acessibilidade simples.

Colocou :

- Molduras
- Ligações internas
- Barra de navegação
- Mapa do sítio
- Botão Home
- Um motor de busca



O primeiro passo é criar correctamente a árvore de navegação do produto, definindo claramente os seguintes elementos
estrutura familiar :

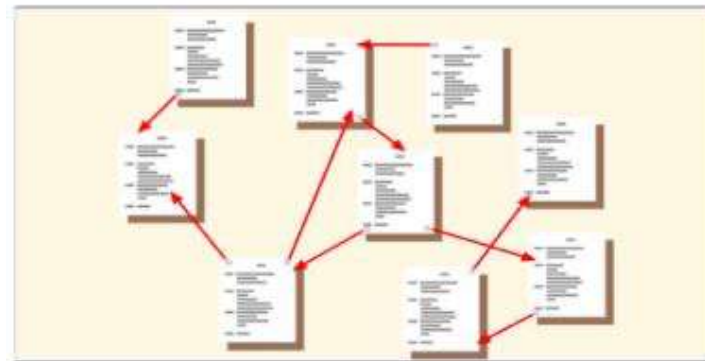


O número de páginas ligadas deve ser limitado e toda a informação importante deve ser incluída nas ligações.

Ao criar a estrutura do website, é uma boa ideia criar um fluxograma que mostre o estrutura de navegação.

Para tal, podemos utilizar a técnica do storyboard

Se não o fizermos correctamente, acabaremos por ter uma estrutura que não é coerente



A ESTRUTURA DO SÍTIO WEB



<https://www.youtube.com/watch?v=db4CoweZIJE>

A concepção responsável da web permite que um site seja adaptado ao dispositivo a partir do qual o utilizador visualiza o conteúdo.

Desta forma, evitamos os erros muito comuns que nos impedem de ver o conteúdo de um site, o que se traduz numa verdadeira provação ao navegar na web, levando a um abandono garantido.



Existem muitas opções de software para a criação de um site de comércio electrónico. Muitos deles são anunciados em todos os meios de comunicação e oferecem por uma pequena taxa (menos de 50 euros por mês) "tudo o que poderia precisar".



A realidade é muito diferente. Muitas destas empresas desaparecem após alguns anos e podem deixar a nossa empresa morta da noite para o dia.

Outros oferecem um preço inicial de gancho, mas quando queremos expandir o número de produtos ou outras variáveis, os preços aumentam exponencialmente.

Existem várias plataformas que são excelentes opções para a criação do nosso negócio:

- Magento
- PrestaShop
- Shopify
- Woocommerce



- Duas vezes mais lojas do que a Prestashop (nos EUA 6x)
 - Propriedade do ebay
 - Um sistema de compras mais fácil
 - Assistência técnica
 - Integrar com ERP e CRM, sincronizando
 - Grandes empresas
-
- Difícil de instalar
 - Complexo back office
 - Custo elevado (+15,000 euros) versão gratuita limitada
 - Personalização dispendiosa e difícil



Magento Admin Panel Global Record Search [Try Magento Go for Free](#) [Log Out](#)

Dashboard Sales **Catalog** Mobile Customers Promotions Newsletter CMS Reports System [Get help for this page](#)

Manage Attributes Manage Products Manage Categories Attributes Manage Attributes Manage Attribute Sets Add New Attribute

Page: 1 of 3 pages [Reset Filter](#) [Search](#)

Attribute Code	Attribute Name	Required	System	Visible	Scope	Searchable	Use In Layered Navigation	Comparable
color	Color	No	No	No	Global	Yes	Filterable (with results)	Yes
cost	Cost	No	No	No	Website	No	No	No
country_of_manufacture	Country of Manufacture	No	Yes	No	Website	No	No	No
custom_design	Custom Design	No	Yes	No	Store View	No	No	No
custom_design_from	Active From	No	Yes	No	Store View	No	No	No
custom_design_to	Active To	No	Yes	No	Store View	No	No	No
custom_layout_update	Custom Layout Update	No	Yes	No	Store View	No	No	No
description	Description	Yes	Yes	No	Store View	Yes	No	Yes
gallery	Image Gallery	No	Yes	No	Global	No	No	No
gift_message_available	Allow Gift Message	No	Yes	No	Global	No	No	No
group_price	Group Price	No	Yes	No	Website	No	No	No
image	Base Image	No	Yes	No	Store View	No	No	No
is_recuring	Enable Recuring Profile	No	Yes	No	Global	No	No	No
manufacturer	Manufacturer	No	No	No	Global	Yes	Filterable (with results)	Yes
media_gallery	Media Gallery	No	Yes	No	Global	No	No	No
meta_description	Meta Description	No	Yes	No	Store View	No	No	No
meta_keyword	Meta Keywords	No	Yes	No	Store View	No	No	No
meta_title	Meta Title	No	Yes	No	Store View	No	No	No
misp	Manufacturer's Suggested Retail Price	No	Yes	No	Website	No	No	No
misp_display_actual_price_type	Display Actual Price	No	Yes	No	Website	No	No	No





<https://www.youtube.com/watch?v=J4HnDg9c3-8>

- Muito fácil de instalar
 - Tão poderoso como o Magento
 - Um simples back office
 - Uma comunidade grande e activa
 - Uma variedade de módulos económicos
 - Referenciação altamente integrada
 - Pequenas e médias empresas
-
- Não tem apoio oficial
 - Requer numerosos módulos e modelos de pagame
 - Concepção complexa
 - Servidor partilhado
 - Integração com sistemas complexos



PayPal Europa GRATIS

  **Socio Oficial de PrestaShop**

Responde a las necesidades de tus clientes ofreciéndoles una de las mejores soluciones de pago con más de 140 millones de cuentas...

★★★★★ (445) Gratis

[Más información](#)

Google Analytics GRATIS

  **Medio by PrestaShop**

Integración gratuita de Google Analytics en tu tienda online.

★★★★★ (103) Gratis

[Más información](#)

1-Click Upgrade GRATIS

  **Medio by PrestaShop**

Provides an automated method to upgrade your shop to the latest prestashop version

★★★★★ (375) Gratis

Stripe oficial GRATIS

  **Socio Oficial de PrestaShop**

Optimiza tus ventas gracias al módulo stripe de prestashop. Tus clientes podrán pagar de forma segura y fácil con esta plataforma.

★★★★★ (3) Gratis

[Más información](#)

Oficial eBay Marketplace GRATIS

  **Socio Oficial de PrestaShop**

Apuesta por el crecimiento de tu tienda online al conectarla con la plataforma más grande del mundo.

★★★★★ (70) Gratis

[Más información](#)

Opciones Verificadas GRATIS

  **Socio Oficial de PrestaShop**

Las opciones de la web y perfil de cliente pueden ser verificadas por un agente verificado.

★★★★★ (35) Gratis

Google Shopping GRATIS

  **Socio Oficial de PrestaShop**

Google shopping optimiza tus ventas online al estar a la vanguardia de la tecnología con sus algoritmos de búsqueda de productos.

★★★★★ (47) Gratis

[Más información](#)

Import/Export a theme GRATIS







<https://www.youtube.com/watch?v=vaQYv4UOg3c>

O Woocommerce é um plugin de comércio electrónico gratuito que lhe permite vender qualquer coisa, elegantemente. Construído para se integrar perfeitamente com o WordPress, o WooCommerce é a solução de comércio electrónico preferida no mundo e oferece controlo total tanto aos proprietários de lojas como aos criadores.

Com a sua infinita flexibilidade e acesso a centenas de extensões WordPress gratuitas e de primeira qualidade, o WooCommerce detém actualmente 30% de todas as lojas online - mais do que qualquer outra plataforma.



Extremamente EUA
Sítios Web com muito conteúdo e poucos produtos
para vender
Modelos premium altamente flexíveis
Processo de compra simples
Uma boa opção para websites comerciais onde a venda
não é o foco principal.
30% de penetração global

Menos penetração e menos de 2.000 lojas em Espanha
Esta é uma extensão que lhe permite converter um
gestor de conteúdos numa loja
Não existe um módulo para facturas ou IDs, é
necessário instalar um plugin.
Não há opção multi-idioma
Deve instalar um módulo de pagamento





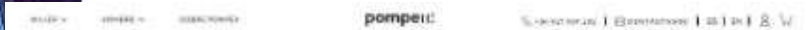


<https://www.youtube.com/watch?v=SuyV4Tevmm0>

- O mais simples
- Inclui alojamento e tráfego
- Gerir a loja física
- Aplicações e modelos
- Níveis de segurança
- Centro de Contacto (em inglês)
- Aplicação de gestão para iPhone e Android



- Não há ligação Redsys, o que aumenta as comissões. Por exemplo, utilizando dinheiro La Caixa (1,39% + 0,24c)
- Opções complexas e não-operacionais em várias línguas (auditoria inglesa)
- Pequena documentação em espanhol
- Pequena comunidade em espanhol
- Painel de controlo inglês
- Comité Permanente com eles



SHOIFY PLATAFORMA



AGROSMARTglobal
INTERREG SOUTHOE
SOE3/P2/E0897
MOOC Agrosmart Global



<https://www.youtube.com/watch?v=ucw3t4pFj6Y>

A página inicial de qualquer página web diz ao cliente tudo o que ele precisa de saber, e isto torna-se ainda mais importante se for comércio electrónico, porque é preciso vender-lhes algo.



Mesmo que tenhamos bons SEO e os nossos clientes aterrem directamente nas páginas de produtos, eles irão à página inicial para verificar que tipo de loja online é antes de comprarem. A página inicial, ou homepage, é o nosso cartão de visita e a nossa principal montra de loja, tudo em um.

ELEMENTOS BÁSICOS DA LOJA ONLINE: INFORMAÇÕES SOBRE A EMPRESA



Tem de descobrir toda a informação necessária que os seus potenciais clientes precisam de saber sobre si: quem é, onde está, o que vende e o que são as suas redes sociais.

Este é o espaço onde o utilizador descobrirá o que uma organização faz, onde está geograficamente localizada, quais são os seus valores, missão e visão, como é composta e quaisquer outras características ou informações importantes que necessitem de ser partilhadas.



ELEMENTOS BÁSICOS DA LOJA ONLINE: INFORMAÇÕES SOBRE A EMPRESA



Electronic Arts	Games ▾ More Experiences ▾ About ▾ Commitments ▾ Resources ▾
Founded	1982
Ownership	Public
Global Headquarters	Redwood City, California
Background	Electronic Arts Inc. is a global leader in digital interactive entertainment. EA develops and delivers games, content and online services for Internet-connected consoles, mobile devices and personal computers. EA has more than 450 million registered players around the world.
What We Do	In fiscal year 2021, EA posted GAAP net revenue of \$5.6 billion. Headquartered in Redwood City, California, EA is recognized for a portfolio of critically acclaimed, high-quality brands such as EA SPORTS™ FIFA, Battlefield™, Apex Legends™, The Sims™, Madden NFL, Need for Speed™, Titanfall™ and F1™.
Address	Electronic Arts Inc. 209 Redwood Shores Parkway Redwood City, CA 94065
Consumer Purchases	Residents in the United States, Canada or Japan contract with Electronic Arts Inc., 209 Redwood Shores Parkway, Redwood City, CA 94065, USA. Residents in any other country, then this Agreement is between you and EA Swiss Sàrl, Place du Molard 8, 1204, Geneva, Switzerland (CH-660-2328005-8).

Esta é a selecção de produtos oferecidos pela empresa no seu comércio electrónico.

Argumentos a favor de um amplo catálogo :

- A maior variedade de produtos aumenta as oportunidades de venda.
- Permite-nos segmentar muito melhor a nossa oferta para atingir diferentes perfis de clientes (alvos) a partir da mesma loja online.
- Ajuda-nos a referenciar (se o trabalharmos bem) uma vez que multiplica as palavras-chave sobre as quais nos podemos posicionar, numa estratégia do tipo "cauda longa".
- Permite a negociação de melhores preços de envio por unidade com operadores logísticos, uma vez que o volume de envios será maior.
- Diversificar os riscos. Quanto mais vasto for o catálogo de produtos de comércio electrónico, mais provável é que um ou mais deles seja um sucesso comercial.
- Permite uma maior rotação dos produtos e a apresentação contínua de novos produtos.

Argumentos contra um grande catálogo

- Aumenta significativamente os custos, uma vez que é necessário mais tempo para a manutenção e actualização.
- Isto complica consideravelmente a logística, tanto em termos de fornecedores (provavelmente teremos vários) como de preparação e expedição para os clientes.
- Aumenta significativamente as necessidades de espaço para o armazenamento e manuseamento de produtos.
- Requer mais esforço e investimento em marketing.
- Aumenta a complexidade da gestão financeira. Um catálogo muito grande de produtos de comércio electrónico implica mais tarefas administrativas, maiores custos de gestão bancária e mais requisitos de pessoal.
- Complica a página inicial. É muito fácil para o cliente desistir se não conseguir encontrar facilmente o que procura, o que requer ferramentas avançadas de pesquisa de produtos.

Argumentos a favor de um pequeno catálogo

- É mais fácil de gerir e os custos administrativos e logísticos são mais baixos.
- Requer menos espaço físico para armazenamento e manuseamento.
- Permite-lhe concentrar os seus esforços de marketing num pequeno número de produtos, maximizando os resultados do seu investimento em publicidade.
- Simplifica muito o design da página inicial do sítio web. O cliente pode aceder rapidamente ao que procura.
- Apresenta uma imagem mais especializada. Aumenta o nível de conhecimento de cada produto e simplifica o serviço ao cliente. Além disso, permite-nos focar melhor as necessidades de um grupo-alvo específico, que se sentirá mais identificado com a nossa loja online.
- Melhora os custos com os fornecedores, porque ao concentrar o volume de vendas em poucos produtos, permite a negociação de melhores preços.

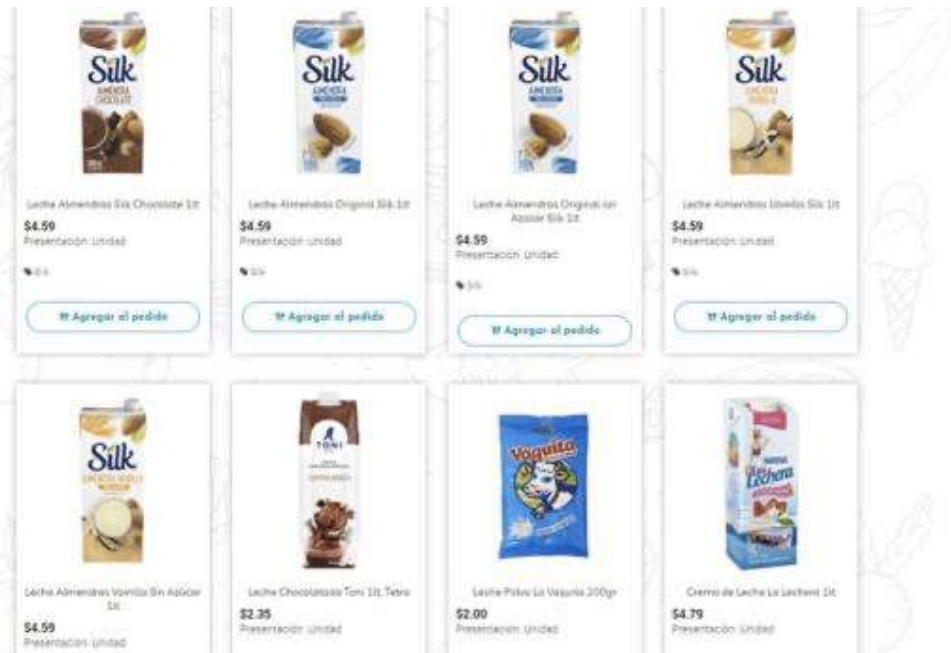
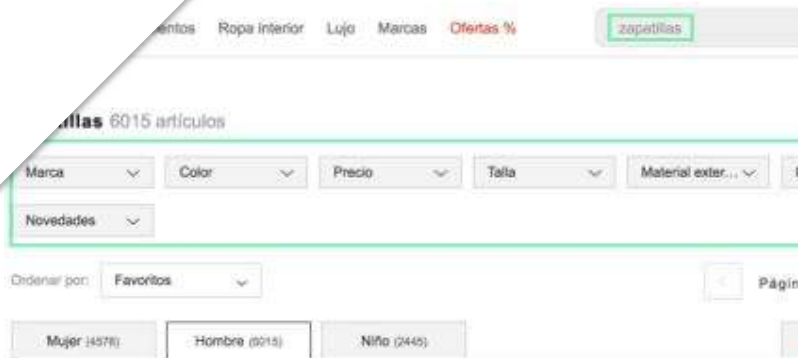
Argumentos contra um pequeno catálogo

- Isto aumenta os riscos, porque lidamos com um número menor de produtos. Obriga-nos a estar muito seguros do que estamos a vender e a fazer melhor pesquisa de mercado.
- Reduzir o número de potenciais clientes, concentrando-se em alvos mais pequenos. É portanto necessário aumentar o esforço de marketing para atingir estes objectivos.
- Isto torna-o muito mais dependente de alguns fornecedores, e eles, não se enganam, sabem-no.
- Complica a gestão das promoções e ofertas, ao ter menos diversidade nas margens.
- Torna-o mais vulnerável à concorrência, especialmente se não fabricar o produto ou não lhe acrescentar valor.

EM CONCLUSÃO...

A extensão do catálogo de produtos no comércio electrónico não é uma questão a ser decidida a priori. Primeiro define a sua estratégia com base em alguns produtos estrela em que confia, e depois aumenta (ou não) a sua gama de produtos de acordo com os seus objectivos estratégicos.





O formulário de registo é um elemento chave para a conversão do cliente num comércio electrónico. Durante o processo de compra, o cliente tem de se registar na loja online se quiser fazer a compra, este ponto pode ser decisivo para a conversão.

Se o formulário de registo não for optimizado e contiver demasiados dados, o cliente pode desistir e não se registar. Esta é uma razão muito comum para o abandono do carrinho.



The screenshot shows a web form titled "KonnektConference" with the subtitle "Online Event Registration". The form contains several input fields: "First Name" and "Last Name" (two separate boxes), "Email Address" (one box), "Address Line 1" and "Address Line 2" (two separate boxes), and "City", "State" (a dropdown menu), and "Zip Code" (one box). The form is presented in a clean, minimalist style with light purple accents.

O **carrinho de compras** é o nome dado à plataforma, módulo ou plugin que recolhe as encomendas colocadas pelos utilizadores numa página web com uma loja online.

Sabemos isto de sites como a Amazon ou Mercado Libre, entre outros. outros.



As razões mais comuns pelas quais os clientes abandonam os seus carrinhos de compras :

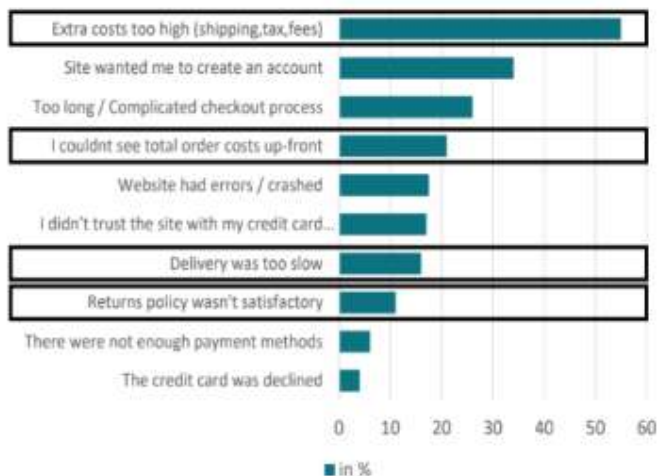
- Custos de envio muito elevados (55%)
- O site exigiu a criação de uma conta (34%)
- Processo de pagamento muito longo e complicado (26%)
- Não puderam dar as informações do seu cartão de crédito à página (17%).
- O site era buggy/não funcionava (17%)
- Não existiam opções de pagamento suficientes





<https://www.youtube.com/watch?v=y560BKJL8hE>

reasons why customers abandon their online purchases (2018*)



abandoned carts based on estimated delivery time (2012**)



*Source: baymard.com

** Source: [Online Shopping Customer Experience Study \(UPS\)](#)

AS PROMOÇÕES SÃO OS SEUS MELHORES ALIADOS PARA AUMENTAR AS VENDAS E ATRAIR MAIS CLIENTES.

Há muitas situações em que as promoções de vendas são úteis, por exemplo

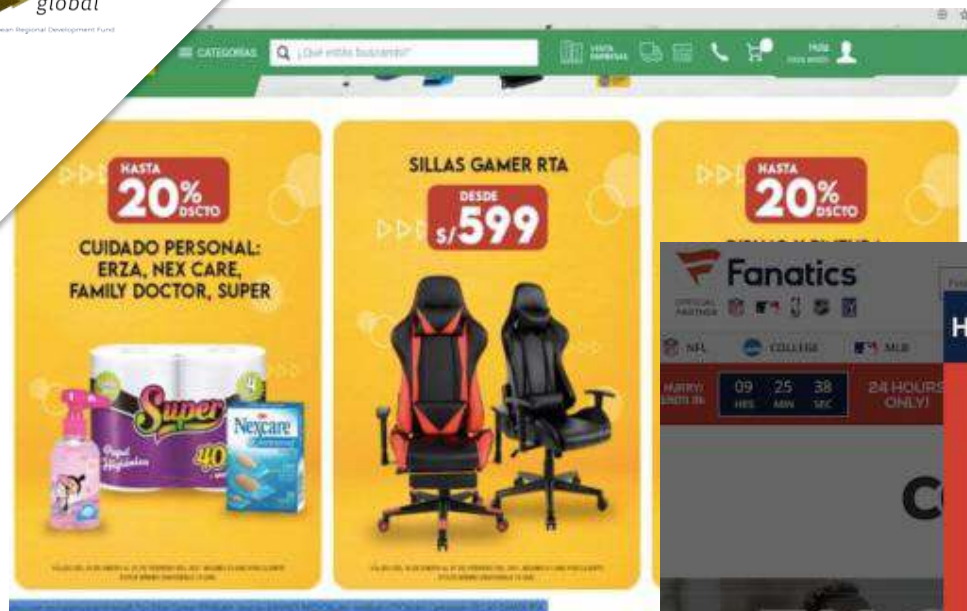
- Criar programas de fidelização de clientes
- Para estimular a venda de um novo produto
- Aquisição de clientes
- Aumentar a quota de mercado
- Promover um produto que vende pouco



AS TÉCNICAS MAIS POPULARES:

- Cupões
- Amostras grátis ou combinação de produtos
- Descontos
- Compras na hora
- Cartões de pontos
- Oferta de produtos para cada compra (2x1, 4x2, 3x2...)
- Sweepstakes ou concurso

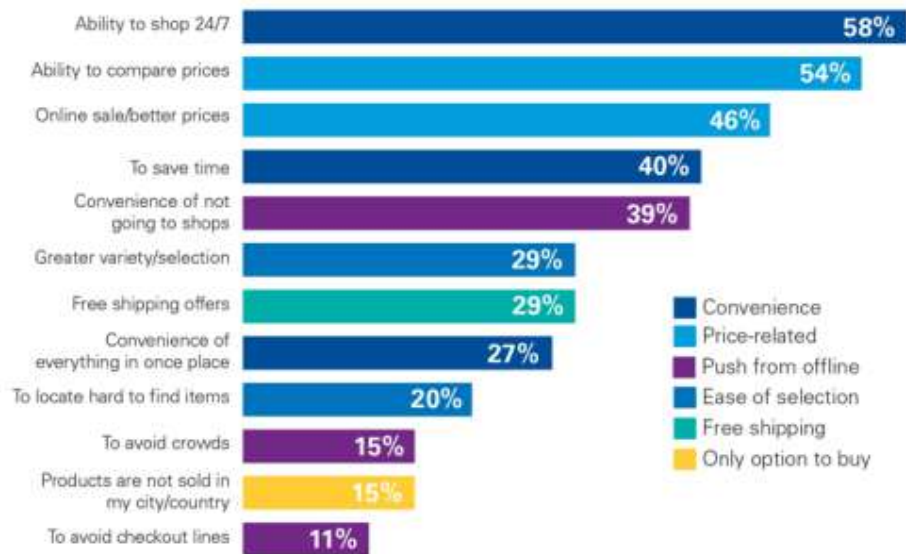




OS ELEMENTOS BÁSICOS DA LOJA ONLINE: O QUE OS CONSUMIDORES QUEREM



Reasons consumers shop online instead of in stores



Source: Global Online Consumer Report, KPMG International, 2017

O LOCAL DE CELEBRAÇÃO DO CONTRATO :

- Contrato do consumidor: residência habitual do consumidor.
- Contrato entre empresários: Presume-se que tem lugar no local de estabelecimento do prestador de serviços, mas as partes podem acordar em qualquer outro local.

TEMPO DE ENTREGA

- Salvo acordo em contrário entre as partes, o vendedor deve executar a encomenda num prazo máximo de trinta dias a partir do dia seguinte ao dia em que recebeu a notificação do comprador.

PERÍODOS DE DEVOLUÇÃO :

- A partir do dia em que o comprador recebe o produto, tem 14 dias úteis para o devolver.

NOVAS FORMAS DE ENTREGA:



Roam delivery by Volvo

Depois de aceitar a entrega, o proprietário do veículo entrega uma chave digital e pode ver quando o carro é destrancado e trancado de novo. Uma vez concluída a recolha ou entrega, a chave digital é destruída.

Muitas empresas em linha tiram partido das facilidades oferecidas por certos países (como a Irlanda, Malta, Gibraltar, etc.) para o estabelecimento de empresas:

- Taxas reduzidas: e.g. 12,5% na Irlanda.
- Incentivos fiscais para investimentos em I&D, formação e tecnologia.
- Aplicável principalmente às grandes empresas, não tanto às PME's, mas sim a certos requisitos de infra-estruturas, são necessários trabalhadores específicos para beneficiar do sistema fiscal favorável.
- Regime Económico e Fiscal das Ilhas Canárias (REF): medidas para promover o desenvolvimento económico e social das ilhas. Inclui instrumentos tais como :
 - A Reserva de Investimento das Ilhas Canárias (CIR)
 - Zona Especial das Ilhas Canárias (CSZ)

APLICAÇÃO DE CUBA A PRODUTOS FÍSICOS :

Se o destinatário da entrega de bens estiver **estabelecido em Espanha**, é aplicado o IVA espanhol, tanto em B2B como B2C Se o destinatário estiver estabelecido **fora da UE**, a entrega de bens não está sujeita ao IVA espanhol.

Se o destinatário estiver **estabelecido num Estado Membro da UE**, existem duas situações:

B2B: o destinatário dos bens fornece um número de IVA válido, a entrega dos bens não será sujeita ao IVA espanhol.

B2C: O IVA espanhol é aplicado, a menos que exceda o volume de vendas estabelecido em

ORIGEM	DESTINO	AMOUNT	IVA
Vendas de empresas de outros países	para Espanha	até 35 000 euros de volume de negócios	Condado de origem
		Mais de 35.000 euros em vendas	Espanha
Vendas de empresas espanholas	ligados a outros Estados-Membros	até ao limite estabelecido em cada país	Espanha
		para além do limite	País alvo

LIMIARES DE IVA PARA PAÍSES DA UE

País membro	Moneda nacional	Equivalente en euros*
Austria	35.000 EUR	
Bélgica	35.000 EUR	
Bulgaria	70.000 BGN	35.791 EUR
Chipre	35.000 EUR	
Chequia	1.140.000 CZK	44.873 EUR
Alemania	100.000 EUR	
Dinamarca	280.000 DKK	37.595 EUR
Estonia	35.000 EUR	
Grecia	35.000 EUR	
España	35.000 EUR	
Finlandia	35.000 EUR	
Francia	35.000 EUR	
Croacia	270.000 HRK	36.291 EUR
Hungria		35.000 EUR
Irlanda	35.000 EUR	
Italia	35.000 EUR	
Lituania	35.000 EUR	
Luxemburgo	100.000 EUR	
Letonia	35.000 EUR	
Malta	35.000 EUR	
Países Bajos	100.000 EUR	
Polonia	160.000 PLN	37.859 EUR
Portugal	35.000 EUR	
Rumania	118.000 RON	25.305 EUR
Suecia	320.000 SEK	31.390 EUR
Eslovaquia	35.000 EUR	
Eslovenia	35.000 EUR	
Reino Unido	70.000 GBP	80.197 EUR

IVA transfronteiriço

Regime especial para a venda à distância

É favor notar que existem várias excepções importantes a estas regras gerais.

Além disso, há uma série de regras específicas aplicáveis à venda de produtos sujeitos a impostos especiais de consumo ou veículos novos (automóveis, barcos ou aviões).

*Referência das taxas de câmbio publicadas pelo Banco Central Europeu em 23 de Março de 2018 (excepto para a Roménia, onde os limiares expressos em RON se baseiam nos valores em euros dos regimes especiais à taxa de câmbio da data de adesão, ou seja, 1.1.2007).

CUBA SOBRE SERVIÇOS DIGITAIS

MUSGO: MINI LOJA DE UMA PARAGEM

O Mini One Stop Shop (MOSS) é um sistema opcional que permite que o IVA, um imposto normalmente devido em vários países da UE, seja pago num único país da UE.

Os prestadores de serviços transfronteiriços de telecomunicações, televisão e radiodifusão ou serviços digitais transfronteiriços a pessoas que não são sujeitos passivos podem beneficiar deste regime. Os serviços previstos no âmbito do sistema de mini balcão único são, entre outros, os seguintes:

- alojamento web
- fornecimento de software informático
- acesso a bases de dados
- descarregar aplicações ou música
- jogos em linha
- aprendizagem à distância.

OS ELEMENTOS BÁSICOS DA LOJA ONLINE: MÉTODOS DE PAGAMENTO



OS ELEMENTOS BÁSICOS DA LOJA ONLINE: MÉTODOS DE PAGAMENTO



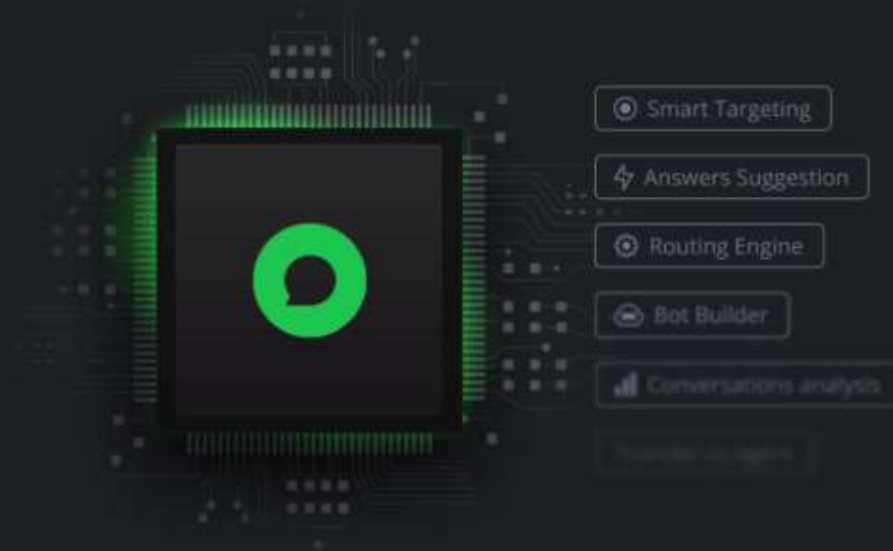
OS CONSUMIDORES QUEREM

- Pagamentos simples, fáceis de utilizar e com um clique.
- Confiança nos métodos de pagamento
- Comprar agora, pagar mais tarde
- Pagamentos divididos
- Pagamento na sua própria moeda
- Bom apoio em caso de incidentes



Artificial Intelligence for optimised productivity

Support your visitors 24/7 by creating a chatbot using the iAdvize Bot Builder or integrating a third-party chatbot. Use the best of AI to respond to a larger volume of queries, qualify your visitors' needs and escalate queries to human agents or experts when necessary.



serviceform.com

Five premium marketing tools

Our tools are built for increasing conversion and helping you understand your website visitors. You can use one, or a suite of all our tools combined.



Chatbot and Livechat

Create chatbots that feel human and fill your business requirements.

We work with brands to create lead generation, customer support and multichannel chatbots.

Connect with Livechat, and host up to thousands of agents. Encrypt all conversations and host on your own servers. Combine all channels to one platform.



Serviceform Insights

Our analytics tool focuses on every user, their path and is focused on conversion, not traffic.

Track the paths your customers took to form submissions or button clicks you consider important.

Create A/B tests and split tests, without any code. Easily follow which variation is performing better.



Dynamic Forms & Popups

Create conversion optimised multi-step forms for buying services, products or gathering leads.

Create non-interruptive exit popups, individual user contact forms and a lot more.

Process single payments or recurring subscriptions through Stripe.



Interactive Buying Experiences

Create Interactive User Experiences for your products and services.

Explain your products and services with changing visuals.

Generate highly qualified and interested leads through conversations.



InlineBots and ContentBots

Create conversations that engage your users inside your content. Place in blogs, articles or inside your website. Another layer of lead generation.

ELEMENTOS BÁSICOS DA LOJA ONLINE: SERVIÇO AO CLIENTE E GESTÃO DE INCIDENTES



<https://assistant.google.com>

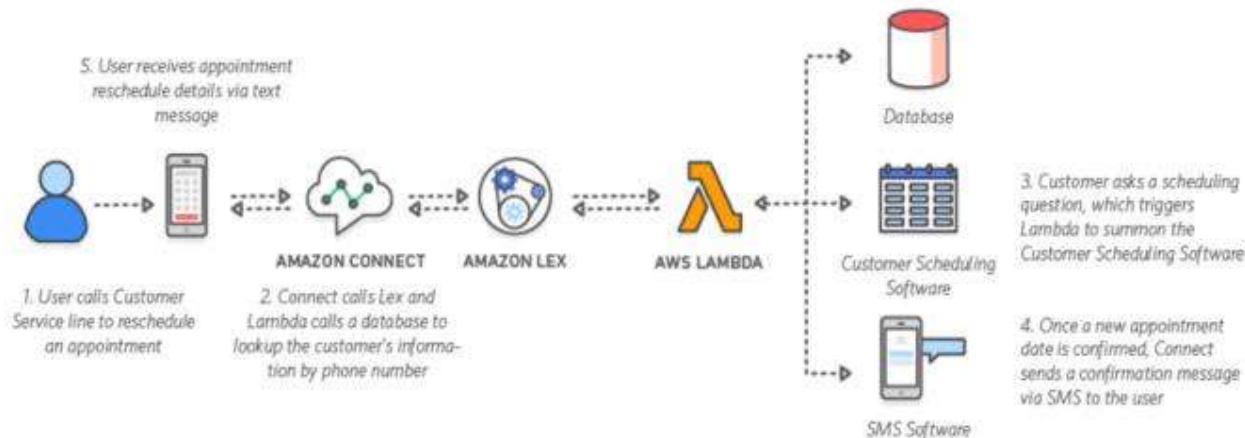


AMAZON LEX CHATBOTS

<https://youtu.be/d3LYINqfuz>

Amazon Lex é um serviço para a criação de interfaces de conversação em qualquer aplicação utilizando voz e texto.

Example: Amazon Connect contact center uses Amazon Lex for natural conversations.



Os utilizadores podem realizar tarefas tais como alterar uma palavra-passe, solicitar um saldo de conta ou marcar uma consulta, sem terem de falar com um agente.

AMAZON LEX CHATBOTS

PRICING EXAMPLE 1

A bot that processes 4,000 speech requests and 1,000 text requests

Input requests to process	Cost per request	Number of requests	Total
4,000 speech requests	\$0.004	4,000 requests	\$16.00
1,000 text requests	\$0.00075	1,000 requests	\$0.75
Total Amazon Lex charges for 4,000 speech and 1,000 text requests			\$16.75

PRICING EXAMPLE 2

A bot that sends 500 speech requests and 500 text requests in December. Monthly charges for December:

Input requests to process	Cost per request	Number of requests	Total
500 speech requests	\$0.004	500 requests	\$2.00
500 text requests	\$0.00075	500 requests	\$0.38
Total Amazon Lex charges for 500 speech and 500 text requests			\$2.38

ELEMENTOS BÁSICOS DA LOJA ONLINE: SERVIÇO AO CLIENTE E GESTÃO DE INCIDENTES

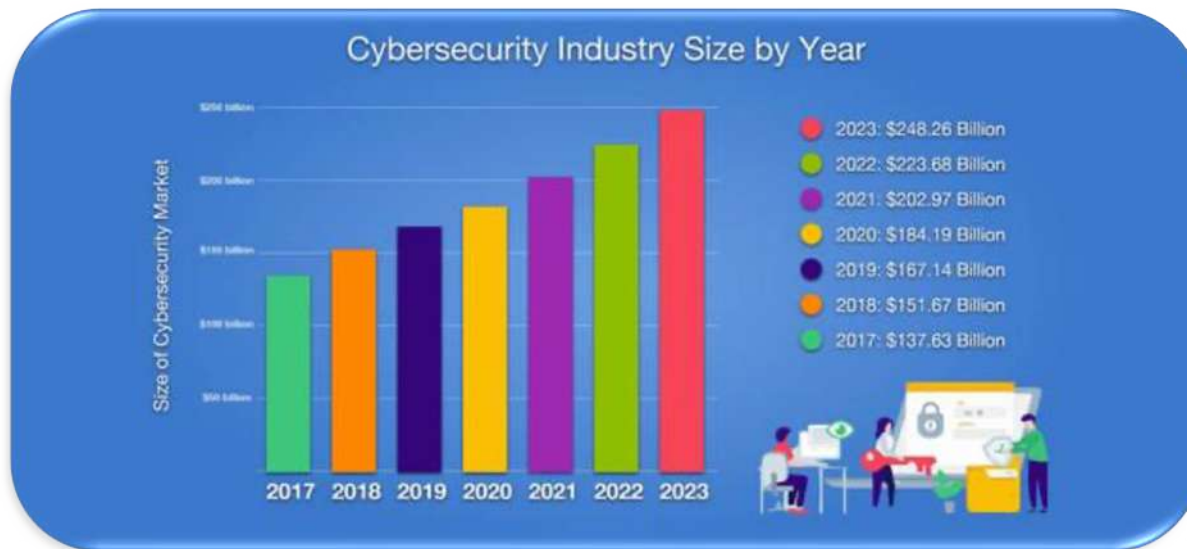


AMAZON LEX CHATBOTS

<https://www.youtube.com/watch?v=d3LYINqfuzI>

OS HABITANTES DO CIBERESPAÇO :

- Hackers
- Crackers
- Phreakers



HACKERS :

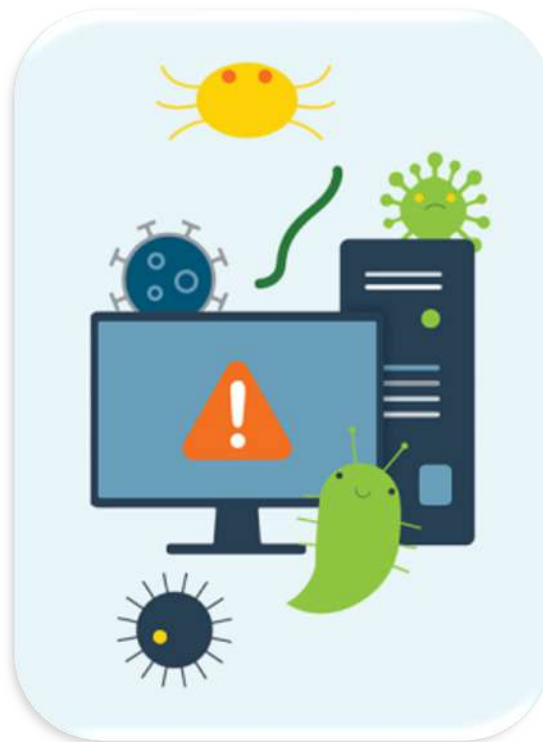
- Chapéu branco
- Chapéu cinze
- Chapéu preto
- Chapéu azul
- Chapéu verde
- Chapéu vermelho

The Six Types of Hackers



MAUS PROGRAMAS :

- Vírus
- Trojans
- Spyware



METODOLOGIAS DE ANÁLISE DE RISCO :



PLANEAMENTO DA CONTINUIDADE DAS ACTIVIDADES :

Um conjunto de planos de acção para mitigar o impacto das ameaças que causam perturbações nos processos de negócio de uma empresa.

- Reduzir a vulnerabilidade às ameaças
- Facilita uma resposta planeada e ordeira aos incidentes.
- Assegurar a disponibilidade de actividades comerciais essenciais em condições razoáveis.
- Identificar os pontos fracos
- Estabelecer prioridades nas áreas de actividade
- Melhora a qualidade dos processos empresariais
- Melhorar a imagem junto dos accionistas e clientes

Para ela...

1. Análise do impacto nos negócios
2. Avaliação de risco
3. Estratégia de continuidade



O QUE É A COMPUTAÇÃO EM NUVEM?

"Um modelo de acesso conveniente, a pedido, a um conjunto de recursos informáticos configuráveis (tais como redes, servidores, armazenamento, aplicações e serviços) que podem ser muito rapidamente provisionados e lançados com um esforço mínimo de gestão ou interacção com o fornecedor de serviços.



TIPOS DE CLOUDES :

- Nuvem pública: aberta a todos os potenciais consumidores
- Nuvem privada: limitada a várias organizações
- Nuvem interna: para uma única organização

BENEFÍCIOS	DISADVANTAGENS
Pay-per-use	Segurança
Foco na unidade de negócios	Disponibilidade e desempenho
Fácil de usar	Falta de transparência
Redução de custos	Dificuldade de serviços feitos à medida
Escalabilidade	Barreira de saída para mudar de prestador de serviços
Elasticidade	Custos ocultos
Flexibilidade	Falta de normas de interoperabilidade

INTEGRAÇÃO COM SISTEMAS DE INFORMAÇÃO: PRIMEIRO MÓVEL OU APENAS MÓVEL?



PRIMEIRO MOBILE



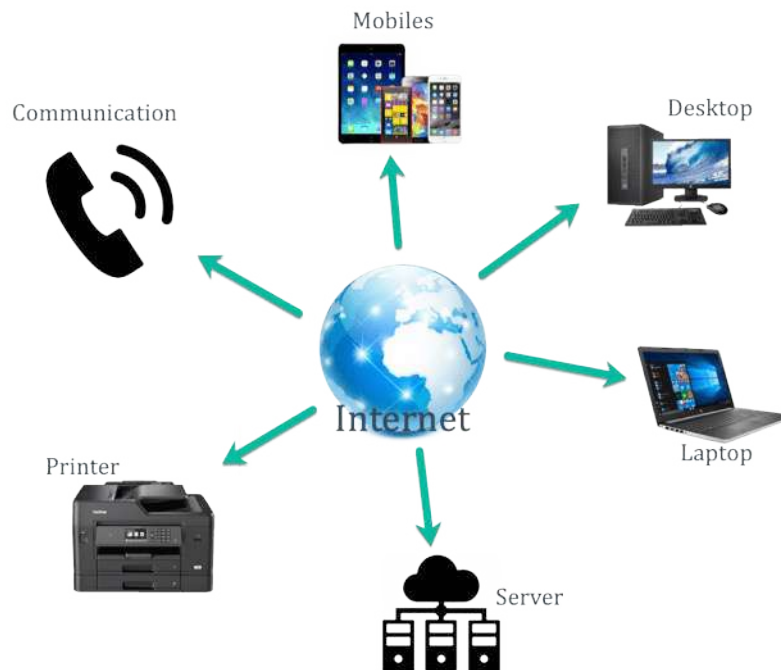
INTEGRAÇÃO COM SISTEMAS DE INFORMAÇÃO: PRIMEIRO MÓVEL OU APENAS MÓVEL?



SOMENTE MOBILE



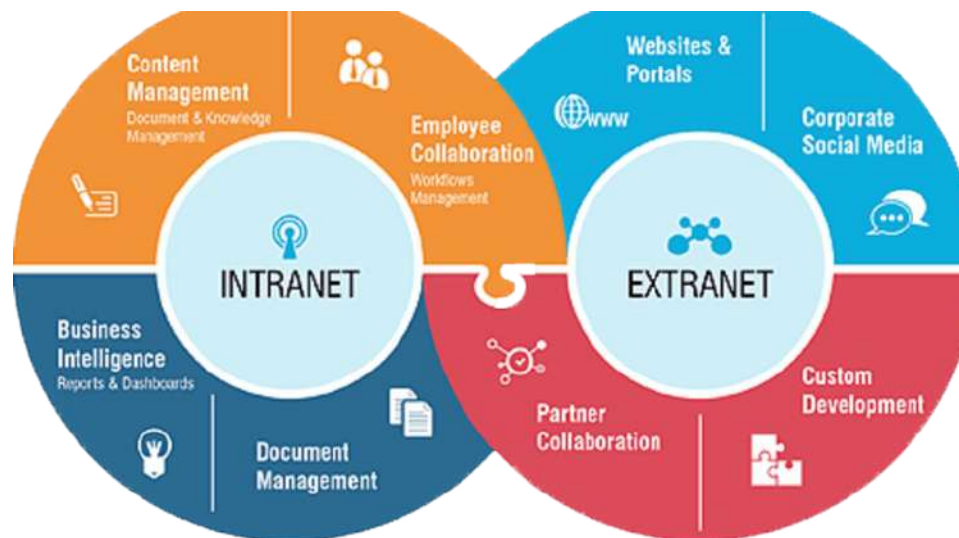
INTERNET E INTRANET



INTEGRAÇÃO COM SISTEMAS DE INFORMAÇÃO: INTERNET VS. EXTRANET



EXTRANET





Como parte do projecto Madrid Food and Drink Suppliers, apresentamos aos utilizadores do Alibaba.com uma selecção de 20 empresas espanholas, com uma grande variedade de produtos alimentares e bebidas da indústria madrilenha. Estamos a trabalhar num desenho de Minisite para transmitir uma imagem sofisticada e produtos de qualidade.

<https://madridfoodsellers.trustpass.alibaba.com/>





Madrid Food and Drink Suppliers

Experience the best Food & Drink from Spain





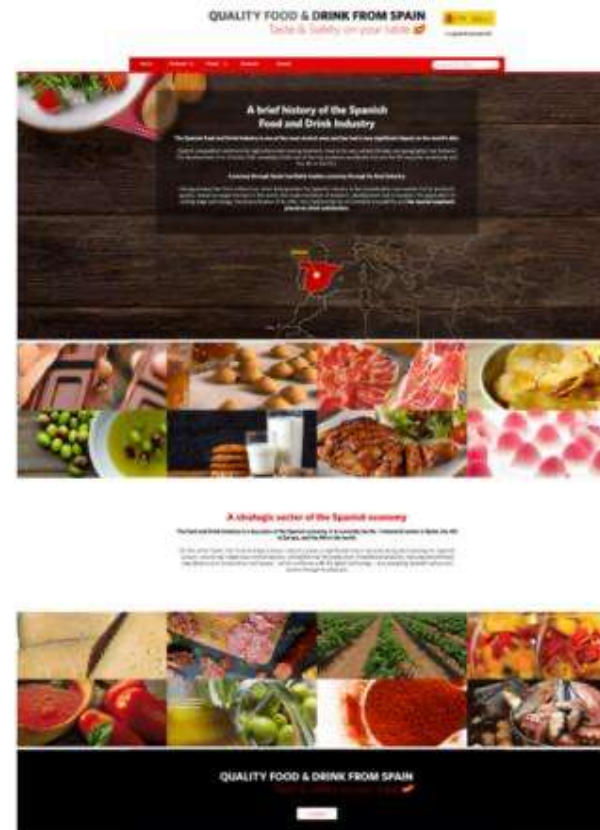
Sob a marca da Federação Espanhola das Indústrias Agro-alimentares (FIAB), apresentamos aos utilizadores do Alibaba.com uma selecção de 34 empresas espanholas, fabricantes do sector agro-alimentar, que oferecem produtos de qualidade a nível mundial.

https://fooddrinkfromspain.trustpass.alibaba.com/index.html?spm=a2700.shop_cp.88.5.d4012284JN2005





QUALITY FOOD & DRINK FROM SPAIN
Taste & Safety on your table





No projecto AGROSMARTglobal, estamos a apresentar aos utilizadores do Alibaba.com uma selecção de 80 empresas espanholas, francesas e portuguesas que fabricam produtos alimentares e oferecem produtos de qualidade à escala global.

<https://es1339603793qnmv.trustpass.alibaba.com/?spm=a2700.details.cordpanyb.2.3d2c3142M3LdXZ>







Sob a marca Madrid Industrial Solutions, apresentamos aos utilizadores do Alibaba.com uma selecção de 20 empresas sediadas em Madrid, fabricantes do sector industrial, oferecendo produtos e serviços com um quadro legal estável e moderno, harmonizado com os regulamentos da UE, que garante a segurança jurídica dos produtos e facilita o desenvolvimento empresarial.

<https://madridindustrial.trustpass.alibaba.com/>



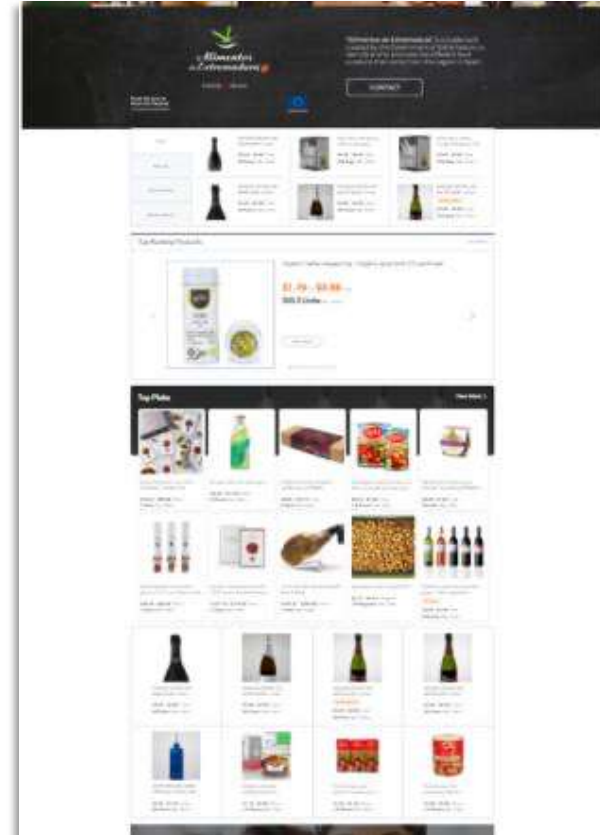


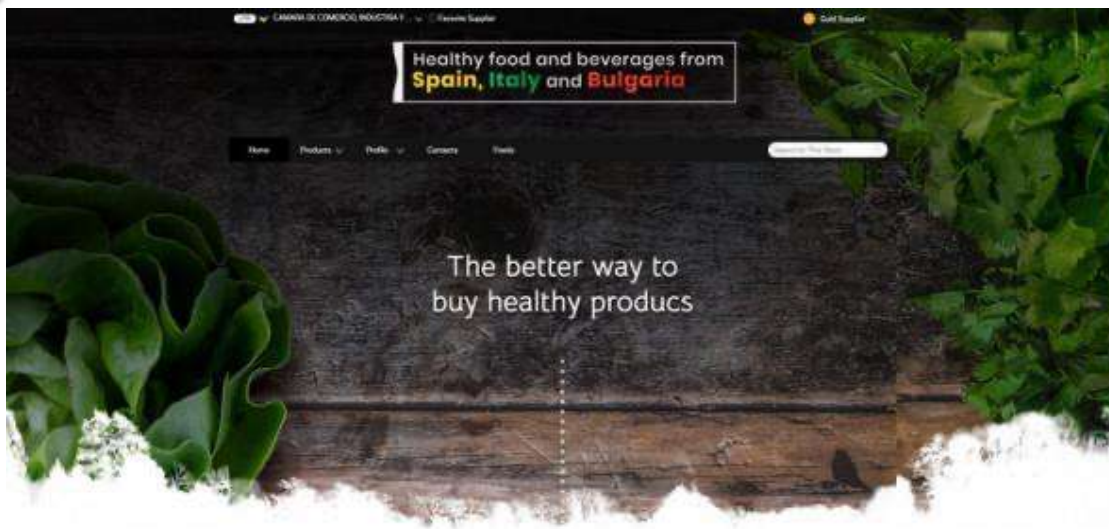


Sob a marca Food of Extremadura, apresentamos aos utilizadores do Alibaba.com uma selecção dos melhores produtos alimentares da região da Extremadura em Espanha.

https://alimentosextremadura.trustpass.alibaba.com/es_ES/index.html?spm=a2700.shop_cp.8.5.6473352cSyPSih







Sob a marca LOOK EU NET, apresentamos aos utilizadores do Alibaba.com uma selecção dos melhores produtos alimentares saudáveis de Espanha, Itália e Bulgária.







纯粹生活(北京)国际贸易有限公司
JUSTLIFE (Beijing) International Trading Co., Ltd

诚信商家 买家保障 进口货源



李经理: 13501139990 (南方区域)
田经理: 13522605590 (北方区域)
白经理: 18513796885 (华中, 西南) 加官方微信号为好友
杨经理: 13801392685 (西南) 定期推送品牌相关内容

首页 全部产品 公司档案 进口啤酒 进口果汁 进口起泡 公司相册 在线询价 联系方式



SK 进口果汁
塞浦路斯原装进口