

DJONATAN, GABRIEL, LUIZA, NICOLE E ROGÉRIO

CASE AMAZON

DISCIPLINA DE TEORIA EM MARKETING

O CRIADOR

Ele é a personalização da empresa no que diz respeito a inovação e visão de mercado e empreendedorismo. Hoje, Jeff Bezos é a pessoa mais rica do mundo.

Por ser um visionário, expandiu seus negócios em segmentos diferenciados, chegando até a projetos de exploração espacial com a Blue Origin e o Jornal Washington Post.

"Se você é focado na competição, você terá que esperar até que um competidor faça algo, se e você é focado nos clientes, poderá ser pioneiro."

A CRIATURA

A Amazon é uma empresa transnacional de tecnologia, fundada por Jeff Bezos em julho de 1994. A empresa foi uma das primeiras a obter relevância no mercado do comércio eletrônico e atualmente a companhia possui uma gama enorme de produtos e serviços, desde sua plataforma de e-commerce a cloud computing, serviço de entregas por drones, streaming de vídeos, livros eletrônicos, produtos para pets, moeda digital própria e até mesmo uma rede de supermercados.

A empresa iniciou seus trabalhos no Brasil em 2012

TRAGETÓRIA

RESUMIDA (PARTE 1)

1990 - 1994

- A World Wide Web (WWW) tem crescimento de 2300% ao ano.
- Jeff Bezos percebe a oportunidade e decide vender livros pelo sistema. A escolha foi feita pela variedade de categorias do produto e pela impossibilidade de se criar algo físico que compreendesse todas essas categorias.

1995

- Já com o nome Amazon, a gigantesca livraria inaugura seu website (www.amazon.com)
- Na época o catalogo da Amazon tinha o tamanho equivalente a 7 listas telefônicas da cidade de Nova Iorque.

1999

- A Amazon patenteia a tecnologia de "comprar com 1 clique", isso permite que a empresa colete dados dos consumidores o que serve como excelente ferramenta de análise de comportamento.
- Em setembro desse ano, a Amazon autoriza consumidores terceiros a venderem itens usados, na chamada ZShop.

TRAGETÓRIA

RESUMIDA (PARTE 2)

2002

- A empresa começa a vender roupas com mais de 400 parceiros comerciais. Nessa época a Amazon já vendia brinquedos, eletrônicos e outros.

2004

- A empresa começa a operar também na China.

2005

- Lançamento da Amazon Prime, clube de assinaturas onde os clientes recebiam produtos da Amazon em sua casa com entrega grátis e em até 2 dias. Custava US\$79 anuais,
- Começam a ser construídos pontos de distribuição (os Fulfillment) nos EUA.

2007

O Kindle é lançado, tornando praticamente impossível para editoras pequenas competirem com a gigante.

TRAGETÓRIA

RESUMIDA (PARTE 3)

2012

- Após diversas reclamações sobre as qualidades de trabalho nos centros de distribuição, a Amazon robotiza uma parte do seu estoque. A mecanização prometia além da melhora no dia a dia dos seus funcionários, a maior rapidez com as entregas.

2013

- Amazon cria seu próprio sistema de delivery, em um sistema onde ao invés de contratar seus motoristas, eles tinham um “network” de motoristas independentes para entregar as mercadorias.
- Isso permitiu que entregas fossem feitas aos domingos, mas também causou 60 acidentes e 13 mortes nos primeiros 2 anos que não foram consideradas responsabilidade da empresa.

2014

A empresa lança seu primeiro (e último) smartphone.



2015

Nesse ano a Amazon completou os 20 anos de "pouco lucro" e começou seu crescimento exponencial.

A previsão era que a Amazon tivesse um crescimento de 90% nas vendas feitas pelo marketplace em 5 anos.

2020

No final de 2019 o valor das ações da Amazon tinha crescido **173%** em relação ao início de 2015.

A receita teve um crescimento de **162%** se comparado ao ano de 2015. Já a porcentagem de aumento nos lucros foi de **224%**.

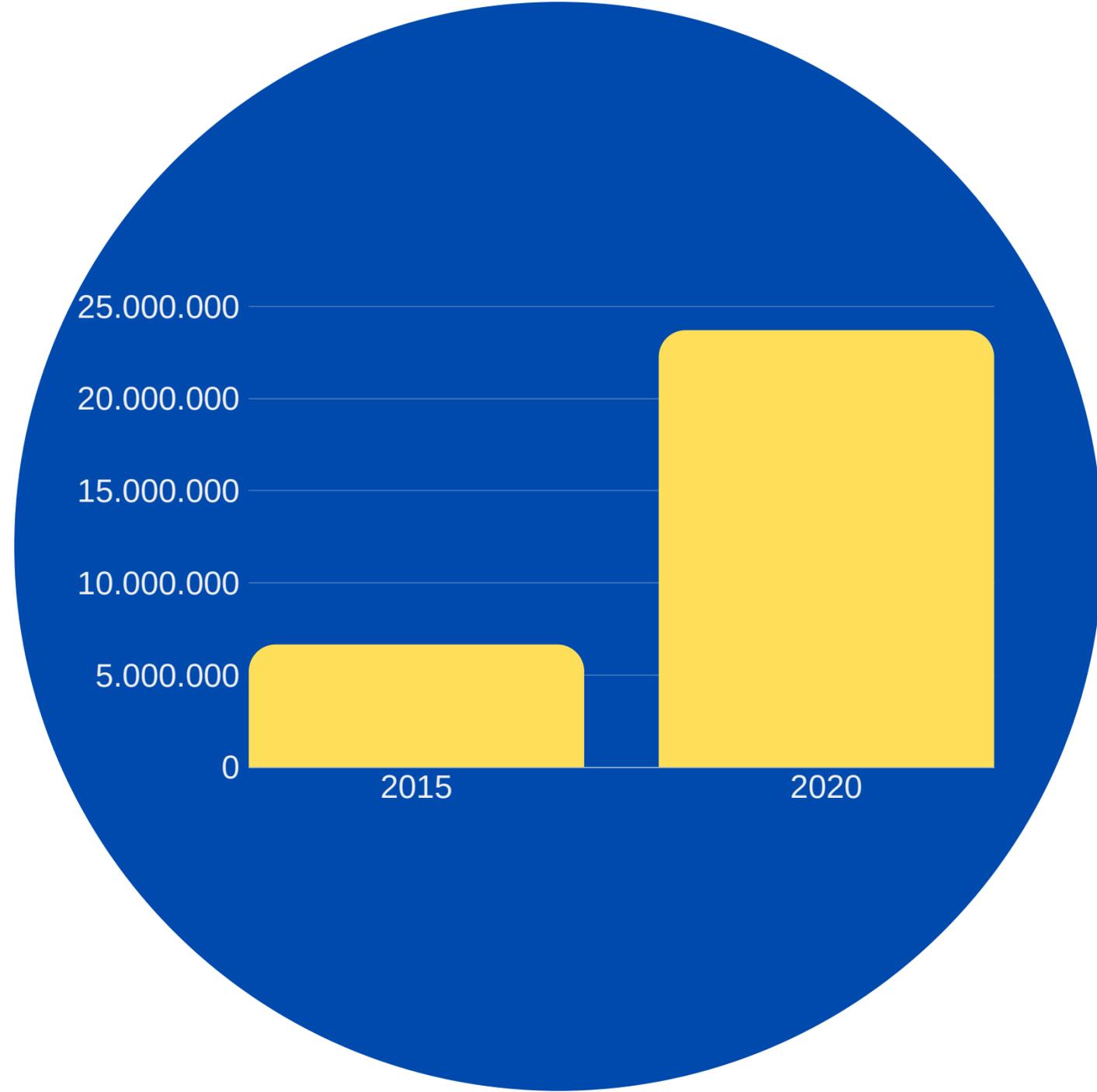


GRAFICO DE COMPARAÇÃO

PREÇO DAS AÇÕES

24/12/2015 - 07/05/2020

Amazon e Covid-19

OPORTUNIDADE

Já consolidada no ramo de compras pela internet, o isolamento facilitou a empresa a crescer ainda mais.

Investimentos

A empresa deve gastar US\$4 bilhões devido ao Covid-19, esse dinheiro será usado em luvas, mascaras, horas extras...

Resultados do isolamento

As vendas por assinatura subiram para US\$ 5.6 bilhões, o valor das ações na empresa bateram record e diversos trabalhadores são infectados.

Super demanda

A Amazon teve de cancelar promoções programadas para desencorajar vendas, alguns varejistas suspenderam suas vendas para proteger funcionários.

A Amazon começou como um e-commerce especializado em livros mas devido às mudanças no mercado, foi avançando sua abrangência.

Hoje ela se caracteriza por fazer operações globais de comércio digital, computação na nuvem, inteligência artificial, streaming e, até mesmo, supermercados.

Análise dos produtos

Kindle, FirePhone, Echo (Alexia), Blue Origin, Vine, AmazonFresh, Woot, Zappos, Handmade By Amazon, Prime Music, Prime Photos, Amazon Prime, Amazon Fire TV, Amazon Music, Amazon Studios, Reflexive Entertainment...

Consumidor de varejo online, offline, de serviços de assinatura; empresas de que necessitam de solução de sistemas e banco de dados, de Cloud Computing, de aplicativos, de em IA para internet das coisas, de pagamento online, entre outros.

Sulamérica, Avianca, RedHat Digital Solitions, TrendMicro, Bauduco, Pfizer, UOL e Pepsi no Brasil.

Devido a diversidade de produtos e serviços que a Amazon oferece ao mercado, são diversos os perfis de clientes da empresa.

Das lojas de varejo online, mercados em formato de lojas físicas a serviços de Cloud Computing; a empresa tem como premissa oferecer uma ótima experiência de negócio aos seus cliente.

Análise de clientes

Análise dos concorrentes

Streaming de filmes e séries

Netflix

- Serviço de transmissão online de locação de filmes, seriados e documentários,

HBO GO

- É um serviço de TV em todo o mundo oferecido pela rede de cabo premium americana HBO,

Globo Play

- É uma plataforma digital com streaming de vídeos sob demanda criada e desenvolvida pelo Grupo Globo,

E-commerce/vendas online

Alibaba Group

- Esse gigante do comércio eletrônico é priginário da China,

eBay

- É uma das principais empresas de e-commerce do mundo,.

Walmart

- É a maior rede de lojas dos Estados Unidos e a maior varejista do mundo,

Análise dos concorrentes

Streaming de música

- Spotify Music
- Apple Music
- Deezer
- Google Music

Principais concorrentes e-commerce/vendas online (Brasil)

- B2w Digital (americanas.com e submarino.com)
- Via varejo (casas Bahia, extra.com ponto frio)
- Magazine Luiza

Grandes varejistas

- Target
- Costco
- Tesco
- Carrefour

AÇÕES DE MARKETING

● MACROMARKETING

Desde o início soube visualizar as "dores" da sociedade no geral e encontrar soluções que beneficiam a empresa.

● MICROMARKETING

É pioneira em micromarketing. Pode ser considerada a "inventora" do uso da data para prever o comportamento de cada consumidor.

● MARKETING 3.0

Toda a filosofia da empresa sempre foi obsessivamente focada no consumidor. A descrição dos produtos, as classificações e opiniões daqueles que consomem, etc.

POR QUE É UMA REFERÊNCIA

EM MARKETING?

Visão ampla

Sabe analisar o mercado e encontrar oportunidades para crescer.

Confiabilidade

A empresa sempre cumpre o que promete ao seu cliente.

A ambição com estratégia

A empresa possui grandes metas, mas sempre com muito planejamento.

SERIA ESSE O FIM DO VAREJO TRADICIONAL OU
DEVERIAM ELES ENCONTRAR UMA NOVA
ESTRATÉGICA PARA SOBREVIVER?

Não acreditamos no fim do varejo tradicional de forma total, mas entendemos que para continuar existindo ele deve se renovar. A implementação de integração omnichannel de toda empresa vai se tornar cada vez mais fundamental e nesse momento onde o isolamento social é necessário vai acelerar esse processo.

AMAZON ESTAVA SE DIVERSIFICANDO
DEMAIS OU SEUS INVESTIMENTOS ESTAVAM
POSICIONANDO A EMPRESA PARA O FUTURO?

Com certeza estavam sendo posicionados para o futuro. É fato que é preciso se adequar de acordo com a evolução social/tecnológica e foi no planejamento e na visão ampla sobre o mercado e sobre o que o consumidor quer que a Amazon se solidificou.

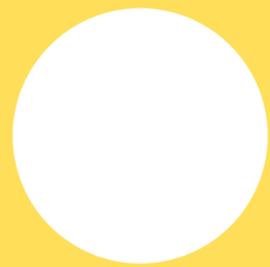
PRÓXIMOS PASSOS

● DELIVERY PRÓPRIO NO BRASIL

A compra dos correios ou a criação de um segmento dentro da empresa que cubra essa área.

● INTERNET DAS COISAS

A empresa já vem realizando algumas ações relacionadas a internet das coisas, acreditamos que irá aumentar seus investimentos da área nos próximos anos.



REFERÊNCIAS

AMAZON Empire: The Rise and Reign of Jeff Bezos. Direção: James Jacoby. [S.l.]: Frontline. 2020.

BAIN, M. Covid-19 may finally be what lures high-end fashion designers to Amazon. Quartz, 2020. Disponível em: <<https://qz.com/1857851/covid-19-may-be-what-lures-high-end-fashion-to-amazon/>>. Acesso em: 20 de maio de 2020.

BBC NEWS. Coronavírus: os negócios globais que conseguiram crescer durante a pandemia. Globo, 2020. Disponível em: <<https://epocanegocios.globo.com/Empresa/noticia/2020/05/coronavirus-os-negocios-globais-que-conseguiram-crescer-durante-pandemia.html>>.

BBC NEWS BRASIL. Como Jeff Bezos largou emprego e usou dinheiro dos pais para apostar na Amazon, criada há 25 anos. Globo, 2019. Disponível em: <<https://epocanegocios.globo.com/Empresa/noticia/2019/07/como-jeff-bezos-largou-emprego-e-usou-dinheiro-dos-pais-para-apostar-na-amazon-criada-ha-25-anos.html>>. Acesso em: 14 de maio de 2020.

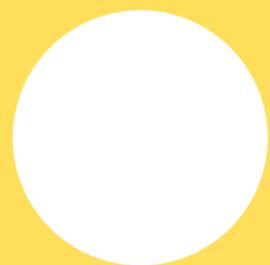
DEPILLIS, L.; SHERMAN, I. Amazon's Extraordinary 25-years Evolution. CNN, 2019. Disponível em: <<https://edition.cnn.com/interactive/2018/10/business/amazon-history-timeline/index.html>>. Acesso em: 15 de maio de 2020.

D'ONFRO, J. Amazon rules ecommerce and everybody else is fighting for its scraps. Business Insider, 2015. Disponível em: <<https://www.businessinsider.com/amazon-growth-in-2015-2015-12>>. Acesso em: 16 de maio de 2020.

HO, K. Propelled by Covid-19, Amazon's Prime subscriptions grow to \$5.6 billion. Quartz, 2020. Disponível em: <<https://qz.com/1849803/amazons-quarterly-subscription-sales-top-5-6-billion/>>. Acesso em: 20 de maio de 2020.

INFO MONEY. Jeff Bezos: o CEO da Amazon que redefiniu o varejo agora quer te levar para o espaço. Info Money, 2020? Disponível em: <<https://www.infomoney.com.br/perfil/jeff-bezos/>>. Acesso em: 18 de maio de 2020.

KANTOR, J.; STREITFELD, D. Inside Amazon: Wrestling Big Ideas in a Bruising Workplace. The New York Times, 2015. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2015/08/16/technology/inside-amazon-wrestling-big-ideas-in-a-bruising-workplace.html>>. Acesso em: 16 de maio de 2020.



REFERÊNCIAS

KLEINA, N. A história da Amazon, a pioneira do eCommerce e dos eBooks [vídeo]. Tec Mundo, 2017. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/ciencia/120161-historia-amazon-pioneira-ecommerce-ebooks-video.htm>>. Acesso em: 18 de maio de 2020.

LIST. List of Amazon products and services. Wikipédia, 2020. Disponível em: <https://en.m.wikipedia.org/wiki/List_of_Amazon_products_and_services>. Acesso em: 18 de maio de 2020.

REDAÇÃO ECOMMERCE DE SUCESSO. História da Amazon: como virou a maior empresa do mundo. Ecommerce de Sucesso, 2019. Disponível em: <<https://ecommercedesucesso.com.br/historia-da-amazon/>>. Acesso em: 18 de maio de 2020.

ROSA, N. Amazon | Breve resumo da trajetória da empresa agora avaliada em US\$ 1 trilhão. Canal Tech, 2018. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/negocios/amazon-um-breve-resumo-da-trajetoria-da-empresa-agora-avaliada-em-um-trilhao-121882/>>. Acesso em: 18 de maio de 2020.

SILVA, C. C. D. Amazon Prime Video supera marca de 150 milhões de assinantes. Tec Mundo, 2020. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/internet/149871-amazon-prime-video-supera-marca-150-milhoes-assinantes.htm>>. Acesso em: 18 de maio de 2020.

WAHBA, P. Amazon Dominated Cyber Monday With 36% of All Online Sales. Fortune, 2015. Disponível em: <<https://fortune.com/2015/12/02/amazon-cyber-monday-with-36-of-all-online-sales/>>. Acesso em: 14 de maio de 2020.