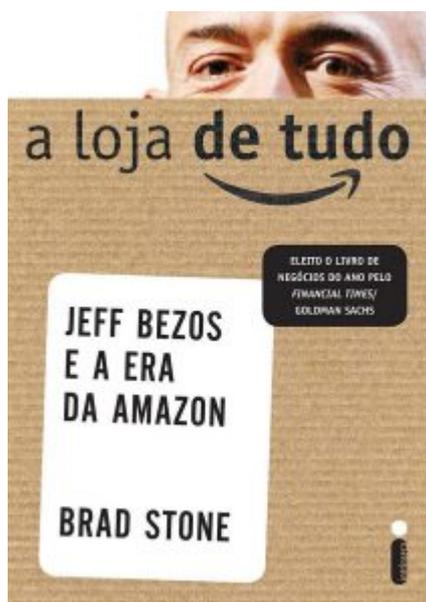


Resumo do Livro A Loja de Tudo, de Brad Stone,

De uma [startup](#) que vendia livros, na garagem, à mais poderosa empresa online de todos os tempos. O livro [A Loja de Tudo](#) conta a trajetória de Jeff Bezos na criação e crescimento da Amazon, transformando-a na marca mais valiosa do mundo, deixando para trás gigantes como a Apple e o Google.



A Amazon tem hoje mais de 600 mil funcionários e a marca vale US\$ 315,5 bilhões. Os números da empresa são geralmente impressionantes. Por exemplo, em 2018, o site registrou 199 milhões de [visitantes únicos](#) e a empresa vendeu US\$ 524 bilhões, ou seja, 45% do e-commerce americano.

Para ajudar os funcionários no armazenamento, coleta e transporte de caixas e mais caixas de mercadorias, a Amazon conta com um exército de cerca de 45 mil robôs autônomos.

Ou seja, em pouco mais de duas décadas, a Amazon mudou o cenário global do varejo online e hoje é o empreendimento dos sonhos de Bezos – uma loja que vende de A a Z. Mas nem por isso ele se dá por satisfeito e as inovações e o crescimento da Amazon andam em ritmo acelerado.

A Loja de Tudo

Rapidamente, a Amazon superou todas as expectativas do mercado, enfrentou o estouro da bolha da internet e alcançou níveis antes inimagináveis de crescimento.

Focado na qualidade e baixos preços para o consumidor, Bezos construiu a maior empresa de e-commerce do mundo.

Se você quer conhecer um pouco mais dessa fantástica história e aprender os segredos do visionário Jeff Bezos, fique com a gente! Se preferir, você pode também baixar o resumo do Livro A Loja de Tudo, pdf, ao lado. Vamos lá!

A venda online de livros



Bezos decidiu iniciar seu projeto de criar a loja de tudo com a venda virtual de livros. Ele amava livros, mas a sua decisão se baseou em outros fatos também. Um dos mais importantes era que existiam milhões de livros impressos pelo mundo, ou seja, uma quantidade que lojas como a Barnes & Nobel e a Borders jamais poderiam manter em seus estoques.

O conceito da Amazon era muito simples e direto ao ponto. Ou

seja, vender livros pela internet e receber dos clientes via cartões de créditos. As compras eram entregues em poucos dias, no endereço definido pelo comprador.

O site da Amazon também deu ao cliente a oportunidade de avaliar os livros por meio de nota que variava de 1 a 5 e que era visível para os demais clientes.

No entanto, no início, eram os próprios funcionários da Amazon que escreviam a maioria das avaliações de livros. Segundo o livro A Loja de Tudo, Bezos fazia questão que eles fossem honestos sobre suas opiniões. Isso resultava, às vezes, em avaliações negativas também, é claro.

Um negócio promissor

A Amazon experimentava um crescimento impressionante e Bezos começou a jogar toda a sua energia para transformar o seu negócio em uma grande empresa, rapidamente. Para muitos, esse era um projeto impossível,

Mas, em pouco tempo, a Amazon deixou a garagem e instalou-se em um espaço muito maior, em Seattle. A venda de livros passou as fronteiras americanas e Bezos se viu atendendo pedidos internacionais.

Com o surgimento de ideias inovadoras, o livro A Loja de Tudo lembra que a Amazon cresceu como uma forte competidora para muitos negócios. Especialmente, para as grandes livrarias.

O crescimento acelerado da Amazon



O sucesso das vendas online da Amazon não foram suficientes para o seu criador. Bezos continuou a procurar por diferentes áreas para competir. E logo ele percebeu que tinha espaço para fornecer outros produtos e começou a expandir o empreendimento.

Depois de um período de crescimento planejado, a Amazon dos livros se tornou “a loja de tudo”. E o site lançou uma nova aplicação que analisava os hábitos de compras dos clientes e fazia recomendações de produtos.

Os clientes aprovaram as inovações introduzidas com esse software e isso ajudou a acelerar ainda mais o crescimento da Amazon. No entanto, apesar do sucesso, a empresa ainda não era lucrativa. Mas nada disso impediu que Bezos levantasse um investimento de \$1.25 bilhões.

Bezos correu atrás de aprender com os empreendedores de sucesso, entre eles, o fundador do Walmart, Sam Walton, e o seu livro [“Made in America”](#).

Em seguida, a Amazon registrou uma patente para o processo chamado “compra por 1 clique”. Ou seja, os clientes agora tinham mais facilidade e agilidade para comprar online. E eles adoraram isso.

Em 1999, “a loja de tudo” de Bezos já começava a se destacar, dobrando suas vendas e atingindo 3 milhões de clientes.

Menos custos e preços baixos

No início dos anos 2000, a internet vivenciou uma crise sem precedentes, que destruiu milhares de empresas pelo mundo afora. Foi a chamada “[bolha.com](#)”. Mas a Amazon fez a travessia, sobreviveu e ainda captou recursos junto a investidores no valor de \$ 672 milhões.

Na época, segundo o livro A Loja de Tudo, Bezos se comprometeu a frear a expansão e o crescimento a qualquer custo e se concentrar em aumentar a eficiência financeira da empresa.

Assim, a Amazon superou problemas turbulentos nesse período, mas Bezos sempre foi um estrategista de primeiro e ele focou em estudar os modelos de negócios de empresas bem-sucedidas, entre elas o Walmart e Cosco.

Economia: o lema da Amazon

A ordem era cortar custos de todas as maneiras possíveis. Assim como o Walmart, a Amazon parou com as campanhas de marketing e direcionou todas as suas ações em fornecer produtos mais baratos.

A estratégia de preços atraiu mais e mais clientes, afirma o autor de A Loja de Tudo. Mas, obcecado em fornecer os melhores serviços para os clientes, Bezos também decidiu vender os livros do Harry Potter com descontos, mesmo quando isso significava prejuízo para a empresa.

Nesse caso, a estratégia de Bezos era atrair novos clientes

rapidamente, oferecendo os livros populares a um baixo custo. Para ele, era mais barato perder alguns centavos em cada livro vendido do que investir alguns dólares em marketing para atrair novos clientes.

Intolerância com a incompetência



Além da tolerância zero com a incompetência, Jeff Bezos é considerado um [workaholic](#) e um chefe que pressiona exageradamente as suas equipes, ressalta o livro A Loja de Tudo.

Enquanto a Amazon lutava para gerenciar suas finanças, Bezos continuava a contratar funcionários para seu novo negócio, porque sabia que a persistência e a paciência podiam mudar o jogo. Para isso, ele usava suas duas armas-chave: muito trabalho e [feedback](#) implacável.

E Bezos não tinha medo de assumir riscos e partir para ações ousadas e nada convencionais. Portanto, estava sempre pronto

para ir mais longe.

Algumas vezes, Bezos podia parecer indiferente com as pessoas, mas isso não é verdade. Afinal, ele aprendeu cedo que a bondade era uma qualidade importante. Seu avô costumava dizer que era mais difícil ser bondoso do que ser esperto.

Assim, vencido o estouro da bolha da internet, a Amazon iniciou a sua expansão para outras categorias. Bezos insistia no seu projeto inicial de criar a loja de tudo, que vendia produtos nas categorias de A a Z.

É claro que Bezos é mais conhecido pela sua performance frente à Amazon. No entanto, sua outra paixão – a exploração espacial – o levou também para outro empreendimento. Ou seja, ele criou a [empresa Blue Origin](#).

Cultura da Amazon

Problemas internos entre as equipes começavam a preocupar Bezos e, então, ele decidiu colocar energia na cultura organizacional da Amazon e criar algo novo. Aliás, as práticas da Amazon são diferentes das demais startups. Veja alguns exemplos:

“Encostando” o PowerPoint

Na Amazon, o PowerPoint para “vender” uma nova ideia é carta fora do baralho. Em vez disso, os funcionários escrevem artigos de seis páginas, explicando suas ideias, que devem ser lidas por todos os participantes das reuniões, incluindo Bezos.

O funcionário tem até meia hora para apresentar seu documento. Segundo o autor de A Loja de Tudo, Bezos acredita que, dessa maneira, as pessoas pensam melhor em suas ideias e conseguem apresentá-las de maneira mais eficaz e refinada.

A regra das 2 pizzas



Outro fato interessante na cultura da Amazon é que time algum da empresa deve ter muitos membros, a ponto de precisarem pedir mais que duas pizzas para alimentá-los. Ou seja, Bezos acredita que equipes muito grandes não são produtivas. Por isso, toda a empresa é organizada em unidades autônomas de no máximo 10 funcionários cada.

Comunicação simples

Para Bezos, em vez de gastar tempo em sessões de [brainstorming](#) com muitos participantes, são usados pequenos grupos, para buscarem soluções sozinhos, sem envolver recursos externos e com agilidade, afirma o livro A Loja de Tudo.

A Loja de Tudo e o seu próprio software

A Amazon desenvolveu seu próprio software, focando em aumentar a eficiência e a velocidade da empresa. A ideia era não

desistir da distribuição, mas reinventá-la.

Assim, os centros de distribuição e armazéns passaram a usar tecnologias próprias, explica o livro *A Loja de Tudo*. Isso de fato aumentou a competitividade em relação aos demais grandes varejistas.

Atendimento impecável ao cliente

“...não se preocupe com nossos concorrentes, porque eles nunca vão nos enviar dinheiro de qualquer maneira. Vamos nos preocupar com nossos clientes e manter o foco no heads-down.”

Bezos queria dar aos seus clientes os preços de Walmart, com o atendimento da Nordstrom. Isso fazia a empresa ser amada. Assim, quando percebeu que os clientes valorizavam cada vez mais a velocidade, a Amazon criou o ‘Prime’. Trata-se de uma opção de entrega que permitia ao consumidor receber os produtos mais rapidamente por um valor adicional.

Segundo o autor de *A Loja de Tudo*, o Prime não era lucrativo. Mas o seu propósito era garantir que a Amazon fosse um local de compras online exclusivo para os seus clientes.

Um ano depois, nasceu a rede de logística da Amazon. Com isso, os lojistas podem agora guardar seus produtos nos depósitos da Amazon, deixando que ela cuide do armazenamento e entrega. Para o lojista, o principal ganho é a redução de custos e agilidade na entrega ao cliente.

Nasce o Kindle



Bezos vislumbrou um projeto interessante: criar um dispositivo que permitisse aos clientes lerem e-books em qualquer lugar. Para viabilizar isso e ter um catálogo vasto de títulos, a Amazon negociou contratos com diversas editoras de livros. Sem os custos de impressão e logística, o preços dos livros iria cair drasticamente.

Num primeiro momento, [o Kindle](#) não impressionou as editoras. Afinal, explica o livro *A Loja de Tudo*, o design era simples, não havia cores e sobrava problemas técnicos na primeira geração do equipamento. Mas Bezos insistiu, porque ele via os e-books como uma ameaça ao futuro da Amazon.

Ao ver o que Steve Jobs e a Apple estavam fazendo com o negócio de música no iTunes, Bezos acelerou o seu projeto, antes que outro competidor entrasse no mercado. Assim, depois de várias melhorias, a Amazon finalmente lançou o Kindle como a ferramenta perfeita para seus clientes apaixonados por livros.

De olho nos seus competidores

A política de Bezos era vender sempre pelo preço mais baixo. Para isso, ele montou uma equipe que acompanhava de perto a concorrência. Se aparecesse alguém vendendo mais barato, a Amazon reduzia os seus próprios preços, para vencer.

Foi o que aconteceu, por exemplo, com a Zappos. Essa empresa começou a fazer sucesso, vendendo roupas e sapatos. Bezos então lançou o site 'Endless', que vendia apenas sapatos, bolsas e roupas, com preços mais baixos, devoluções e trocas gratuitas e entregas de um dia.

Ficou difícil para a Zappos concorrer, explica o livro A Loja de Tudo. Assim, a Amazon acabou comprando o negócio por \$900 milhões.

Deixando sua marca no mundo



A Amazon é famosa por sua natureza agressiva, já que Bezos acredita que as melhores ideias aparecem quando são colocadas umas contra as outras, mesmo de maneira violenta.

Mas não são todos os funcionários que conseguem se dar bem em um ambiente assim, com extrema pressão. Para alguns, a atmosfera da Amazon é muito volátil, enquanto outros amam as oportunidades de aprendizado.

Apesar de algumas reclamações sobre as condições de trabalho, a Amazon tem hoje um batalhão de funcionários no mundo – mais de 600 mil – incluindo o Brasil. Além disso, lembra o autor de A Loja de Tudo, a sua marca está em quase todas as categorias, como bebidas, roupas e sapatos, livros e muito mais.

Frases de Jeff Bezos para você refletir

Você curtiu o resumo do livro A Loja de Tudo? Gostou de conhecer um pouco mais sobre o perfil empreendedor de Jeff Bezos e sobre a trajetória da Amazon? Aqui, no blog 12min, nós temos outro artigo que você certamente vai gostar muito. Trata-se dos [12 livros que moldaram o estilo de liderança do Jeff Bezos](#). Vale a pena conhecê-los.

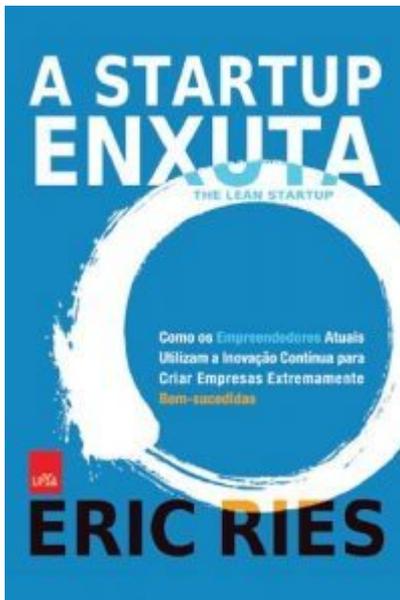
Temos ainda um outro post sobre [10 Empreendedores de sucesso para você se inspirar](#). E é claro que Jeff Bezos encabeça a nossa lista.

Continue aprendendo

Os livros são sempre fortes aliados das pessoas que chegam ao topo do sucesso, como é o caso de Jeff Bezos. E a plataforma [12min](#) pode ajudar você a acompanhar as obras mais espetaculares.

São várias categorias e uma vasta biblioteca. Mas se você gosta de ler, porém, não sabe por onde começar, vão aqui duas dicas de leitura imperdíveis! Anote!

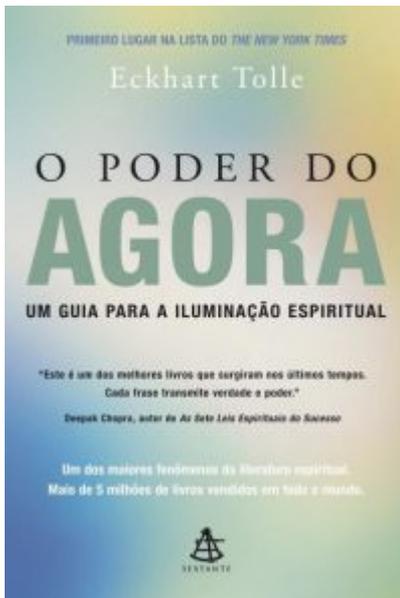
[A Startup Enxuta](#) – Eric Ries



Você é um empreendedor, administrador ou líder empresarial? Então, você tem muito a aprender com esse best-seller. Nele, o autor ensina como usar a inovação contínua para criar negócios bem-sucedidos. Tudo isso sem desperdiçar o seu precioso tempo e os recursos financeiros, aproveitando ao máximo o seu maior ativo: as pessoas.

Eric Ries lançou a sua metodologia batizada de Startup Enxuta, ou Lean Startup, no Vale do Silício. No final de 2011, colocou tudo num livro e viu a sua obra conquistar, imediatamente, lugar de destaque nas listas dos mais vendidos, na categoria negócios.

[0 Poder do Agora](#) – Eckhart Tolle



Ficar lamentando o passado e questionando o que virá pela frente não é a melhor fórmula de se buscar a felicidade. O segredo está em viver o presente e comemorar as conquistas de hoje. Esse é o principal ensinamento desse best-seller.

Escrito por [Eckhart Tolle](#), um dos autores espirituais mais popular no mundo, o livro *O Poder do Agora* foi traduzido em 33 idiomas. Ele combina os [conceitos do budismo](#), cristianismo e outras religiões para conduzir o leitor a viver plenamente o presente, com felicidade e harmonia.

Você vai aprender a manter sua saúde mental, independente da situação; manter relacionamentos saudáveis; ter atitude e não ficar preso apenas em pensamentos positivos; aceitar as consequências e não deixar que o medo o impeça de viver o momento.

Todas as obras do 12min estão disponíveis no formato microbook para ajudar você a absorver toneladas de conhecimento sobre carreira, negócios e desenvolvimento pessoal, na velocidade que o mundo exige. E você pode optar, ainda, pela versão audiobook.

Boa leitura e ótimos aprendizados!

Se você achou interessantes as informações do livro *A Loja de Tudo* e se gostou das nossas dicas de leitura, deixe aqui os

seus comentários. E lembre-se de compartilhar esse post em sua rede social!