



12 PASSOS PARA COMEÇAR A **VENDER ONLINE**

RACIOCÍNIO:

PRODUTO

O que você vende

PÚBLICO

Para quem você vende

OFERTA

Como você resolve
problemas

MENSAGEM

Como você se
comunica

DISTRIBUIÇÃO

Como você distribui



1. DECIDA O QUE VOCÊ VAI VENDER

Para criar uma loja virtual é necessário, em primeiro lugar, saber o que ela vai oferecer. Não adianta ingressar nesse ramo como se tudo fosse uma aventura, apenas com base nas positivas estatísticas econômicas de crescimento do e-commerce nos últimos anos. É preciso muito planejamento para definir como o negócio vai funcionar. As escolhas certas serão decisivas para o sucesso da sua loja virtual. Então, primeiro, defina se vai vender serviços, produtos ou as duas coisas. Atente-se para todas as implicações que cada uma dessas áreas possui e certifique-se de que terá estrutura adequada para atender seus clientes com qualidade e fazer as entregas dentro do prazo. Afinal, não atender as expectativas dos clientes e gerar uma experiência ruim com seu consumidor acaba com a marca. Na sequência, é importante garantir a segmentação do negócio. Comercializar itens de petshop junto com material de acabamento para construção civil não é uma boa ideia. Basicamente, para iniciar suas vendas online, você precisa construir o conceito da sua empresa. Defina exatamente o que ela vai vender e qual público pretende atingir. Dessa forma, você começa com o pé direito e assegura boas possibilidades de vendas.





2. ESCOLHA SEUS FORNECEDORES

Qualidade de produtos é essencial para o sucesso de um e-commerce. Portanto, a escolha dos fornecedores deve ser feita com muito critério. O ideal é que você levante referências sobre todas as empresas com as quais pretende fechar negócios. Garanta que vai trabalhar com empresas de histórico confiável, que possuam boas indicações sobre entrega correta de mercadorias e cumprimento de prazos. Lembre-se ainda de que quanto mais ampla for sua pesquisa de fornecedores, melhores são as chances de conseguir bons preços. Com levantamento constante de orçamentos, será possível realizar compras de itens com qualidade semelhante por valores mais acessíveis. Isso vai baratear o preço dos seus produtos, deixar o seu negócio mais competitivo e elevar sua margem de lucro. Apenas tome o cuidado de manter uma boa relação com vários fornecedores do mesmo produto, ainda que haja grandes diferenças de valores. Assim você não fica dependente de uma única firma e terá opções caso precise de remessas adicionais. Com essa medida, seu e-commerce nunca ficará sem itens de reposição. Organize um cadastro completo dos seus fornecedores, com a relação de produtos que eles comercializam, informações sobre formas de pagamento que aceitam e telefones para contato. Esse material será bastante útil para seu negócio.





3. REGISTRE UM **DOMÍNIO**

O registro do domínio também é algo muito importante. É nesse momento que você vai criar o endereço do seu site na Internet (caso você ainda não tenha). Se precisar registrar um domínio (www.xxxxxxxxxxx.com.br), realizar esse processo é relativamente fácil. Basta acessar www.registro.br (órgão responsável pelo registro de domínios para Internet no Brasil) e escolher um nome que ainda não esteja registrado ou, caso prefira, você pode registrar o domínio na página de contratação do iShopping (<http://contrate.iset.com.br/ishopping>). Mas atenção! Se registrar o domínio é simples e barato, escolher o nome ideal já é algo bem mais complicado. Crie uma marca totalmente nova e autêntica. Ao contrário do que muitos pensam, termos semelhantes aos de grandes redes afastam os consumidores. Escolha palavras simples, de boa memorização, e fixe uma grafia fácil (nada de letras dobradas ou estrangeirismos) para que o internauta tenha facilidade em digitar. Também é importante que o nome da sua loja virtual tenha relação direta com o produto que ela vai vender. Entenda: se você estiver montando um negócio online para venda de produtos de jardinagem, o ideal é que a palavra “jardim” (ou termos derivados dela) apareça na marca e no domínio. Essa medida ajuda o consumidor a identificar rapidamente que tipo de serviço seu negócio oferece.





4. ESCOLHA UM SERVIÇO **CONFIÁVEL** DE HOSPEDAGEM E SUA PLATAFORMA

Uma vez criado o domínio, você terá de contratar um serviço confiável de hospedagem do site e uma plataforma segura para a criação e gerenciamento da sua loja virtual. Em ambos os casos, fuja da tentação dos serviços grátis. Prime pelo profissionalismo. No caso do domínio, o cliente saberá identificar que é gratuito e terá a sensação de que seu negócio é pouco confiável. Faça uma pesquisa no mercado e perceberá que há vários serviços de hospedagem com custos bastante acessíveis. Atente-se para o fato de que, contratando uma empresa confiável, você terá mais segurança para trabalhar, sem correr riscos de que o negócio saia do ar da noite para o dia. Já para a plataforma, a atenção precisa ser redobrada. Tenha o cuidado de escolher um parceiro que conseguirá acompanhar seu crescimento. Essa medida ajudará a prevenir muitas dores de cabeça no futuro. Esteja certo de que a empresa oferece serviços como, por exemplo, cadastros ilimitados de produtos e clientes, venda direta ao consumidor (B2C), negócios entre empresas (B2B), cálculo de frete automático e integrado aos Correios e suporte avançado. E não se esqueça de que a plataforma deve ser de fácil operação, tanto para que você e sua equipe possam gerenciar os negócios de forma rápida e prática, quanto para que seus consumidores façam suas compras, aumentando sua conversão de vendas.





5. CRIE A **IDENTIDADE VISUAL** DO SEU SITE E DA SUA MARCA

Ninguém quer montar uma livraria online com a mesma cara do e-commerce de veterinária que o vizinho acabou de abrir, não é mesmo? Então, ao contratar uma plataforma para criação e gerenciamento da sua loja virtual, você também deve se assegurar de que o sistema permita a total personalização do site, desde o painel de controle até o visual das páginas às quais o consumidor terá acesso. Para garantir que o seu e-commerce terá uma identidade visual autêntica e que todo o trabalho terá boa qualidade, pode ser uma boa ideia contratar um designer. Ele começará criando sua logomarca e, a partir dela, desenvolverá todo o restante do projeto gráfico do negócio. O designer terá a missão de construir a loja virtual dentro do padrão da proposta visual da empresa. E lembre-se: para alcançar melhores resultados de vendas, um site precisa ser um ambiente atraente e confortável para o consumidor. Não se trata meramente de estética. Há muitas questões técnicas a serem observadas na montagem visual de um e-commerce.





6. DEFINA SUAS FORMAS DE FRETE E ENVIO DE MERCADORIAS

Uma das questões mais delicadas dentro do e-commerce é a logística. O empresário precisa definir bem quais formas de frete e de envio de mercadorias utilizará. Entenda que uma taxa de frete muito alta pode facilmente levar o consumidor a desistir de uma compra. Além disso, o serviço precisa funcionar bem, já que atrasos de entrega vão gerar reclamações e depoimentos negativos para a empresa. O importante nesse caso é sempre avaliar com cuidado todas as opções para conseguir reduzir ao máximo os custos, sem abrir mão de um serviço de qualidade. Dependendo do seu ramo, é possível verificar o preço cobrado pelos Correios e utilizar o serviço para envio de mercadorias. Entretanto, a partir do crescimento da empresa, o ideal é firmar uma parceria com uma transportadora que garanta entregas sem atrasos e também descontos pelo volume de pacotes. Outra questão importante é saber definir os preços. A primeira opção é simplesmente cobrar do consumidor o valor real do frete, a fim de baratear custos de produtos e aumentar o número de compras. Mas você também pode embutir uma pequena taxa extra para a formação de um fundo que lhe permitirá a realização de ações promocionais de frete grátis para determinados itens ou regiões. Outra boa sacada é nivelar o preço pela concorrência. O segredo é pesquisar todas as possibilidades e verificar o impacto delas nos negócios.





7. ESCOLHA UM MECANISMO DE PAGAMENTO

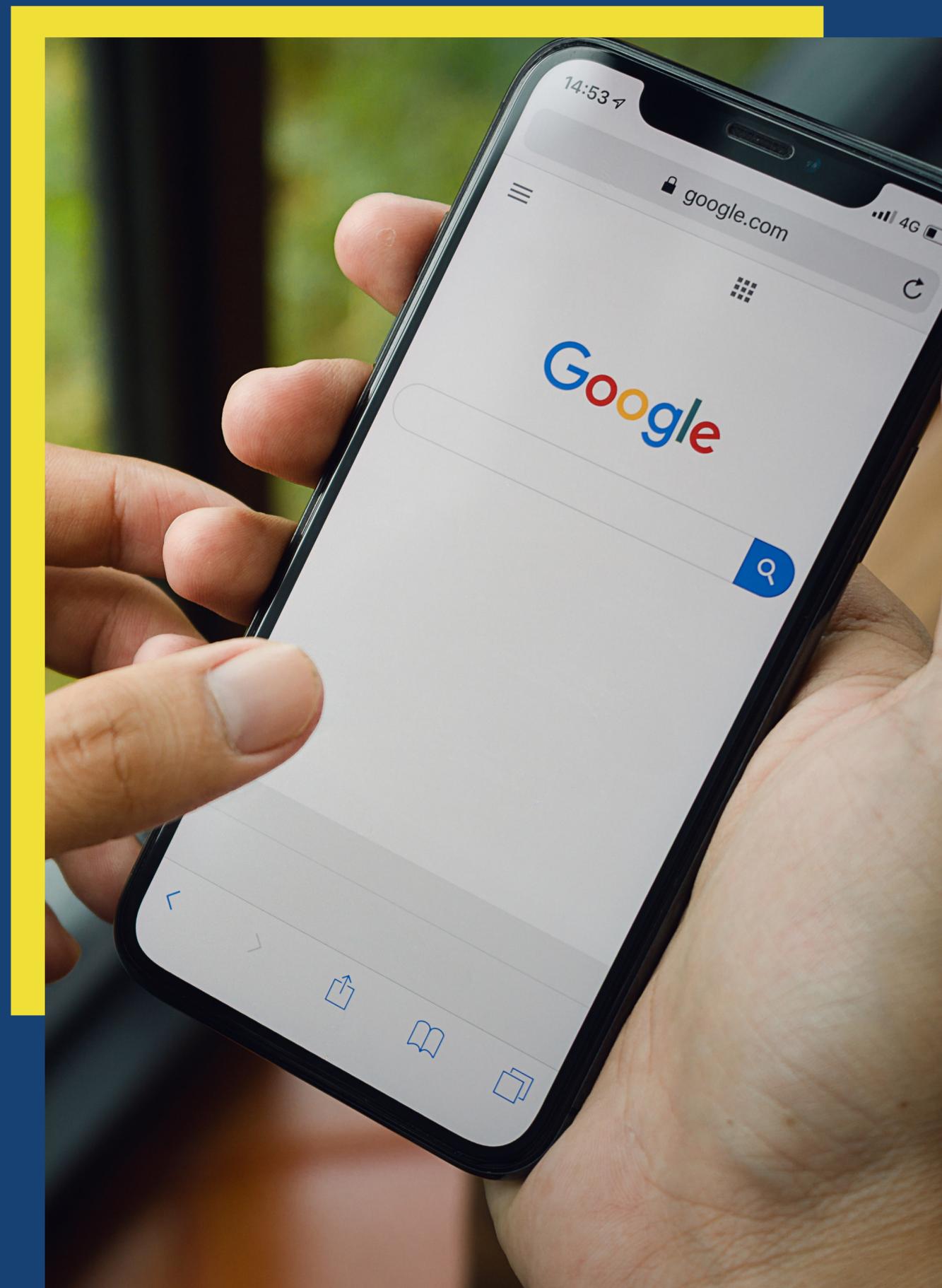
Também é muito importante dar especial atenção à escolha do mecanismo de pagamento a ser utilizado no seu e-commerce. Você pode trabalhar com empresas de intermediação de pagamento via Internet ou diretamente com as administradoras dos cartões de crédito. Apenas lembre-se de que devem ser escolhidas marcas e bandeiras conhecidas no mercado, que garantam a segurança dos dados fornecidos pelos clientes. Dessa forma, o consumidor se sentirá confiante em realizar a transação. Ainda é desejável que sua loja trabalhe com várias formas diferentes de pagamento, incluindo o boleto bancário. Quanto mais facilidades o cliente tiver, maiores serão as chances das compras serem efetuadas. Também vale a pena trabalhar com preços diferenciados para os pagamentos à vista, como uma forma a mais de incentivar o consumidor a concluir a transação. Dentro desse quesito, também é aconselhável que você verifique se a plataforma oferece o serviço de checkout transparente. Ele permite ao consumidor realizar o pagamento de forma rápida e prática, sem a necessidade de abertura de pop-ups ou de migração para outras páginas na hora de concluir a compra. Essa é uma enorme vantagem para o seu negócio, que garantirá baixos índices de abandono de carrinhos.





8. OTIMIZE SUA LOJA PARA MECANISMOS DE BUSCA (SEO)

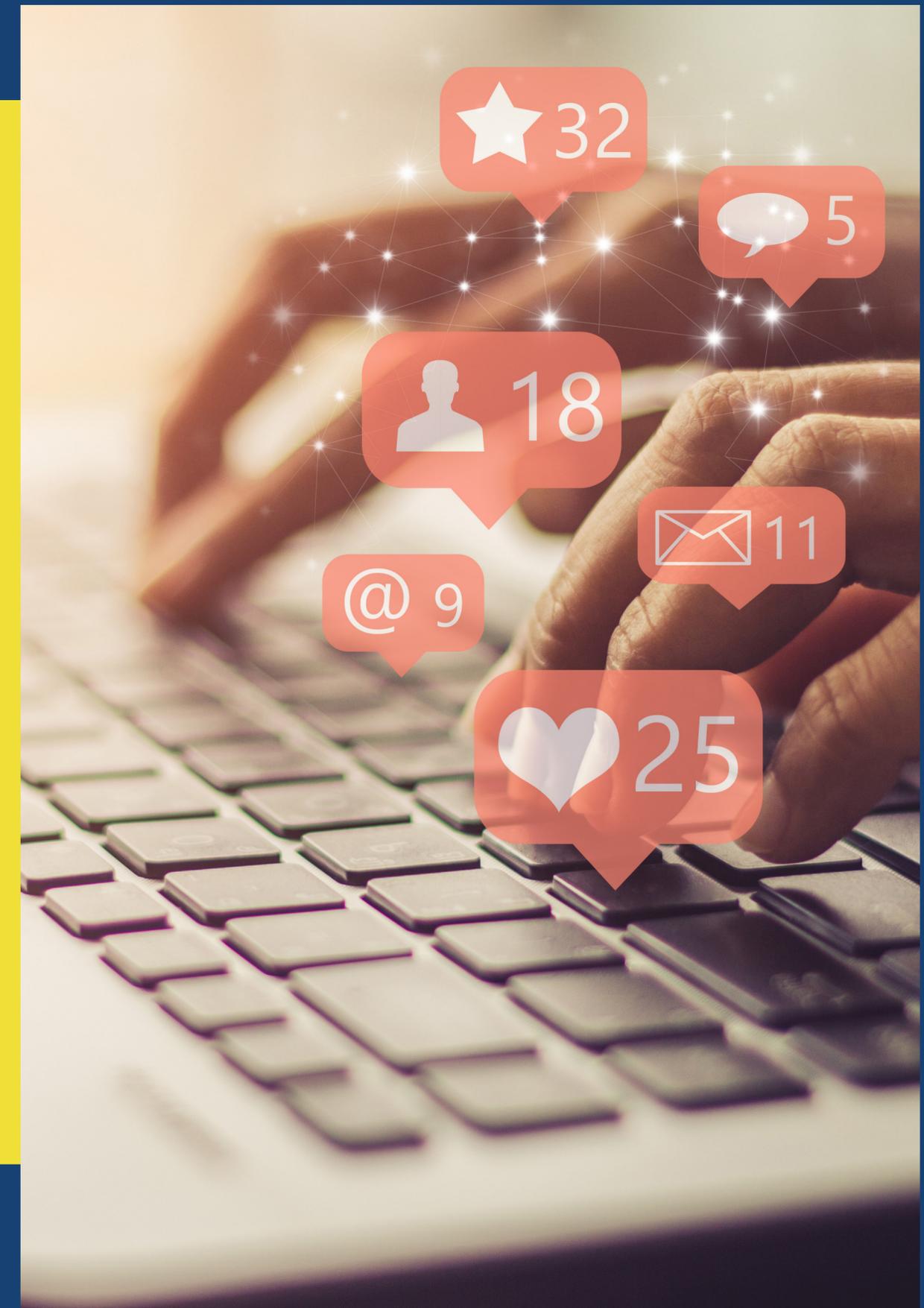
Se você se atentou ao item número 3 desta lista e escolheu um domínio com palavras diretamente relacionadas aos produtos que comercializa e ao segmento em que atua, então saiba que já deu o passo mais importante no quesito que será analisado aqui. Pense bem: se, nas pesquisas orgânicas, o consumidor digita a expressão “vasos para jardim”, então terá maior facilidade de encontrar seu site nas buscas se uma dessas palavras fizer parte do nome da sua loja virtual. Mas não é só isso. Todo esse processo pode ser potencializado ainda mais. Utilize o mesmo raciocínio na hora de cadastrar os produtos. Quanto maior o número de itens registrados na sua loja com a descrição “vaso para jardim”, mais direcionamentos você receberá do Google e de outras ferramentas semelhantes na Internet. Também vale criar subtítulos diferentes para cada página, a fim de aumentar o número de vezes em que as palavras-chaves aparecem dentro do site. E, para melhorar ainda mais o potencial das páginas indexadas, você pode utilizar o Sitemap, cuja utilização é estimulada pelo Google e pelo Yahoo!. Caso precise de ajuda, existem no mercado empresas que se propõem justamente a melhorar a otimização [SEO - Search Engine Optimization] de sua loja virtual na internet. Para terminar, considere investir nos anúncios patrocinados. Eles vão melhorar sensivelmente o posicionamento do seu link e, conseqüentemente, os acessos também irão aumentar.





9. FAÇA SEUS **PERFIS NAS REDES SOCIAIS** E MONTE UM BLOG

Você está na Internet, certo? Então explore todo o potencial que ela pode lhe oferecer para divulgação da sua loja. Crie perfis nas mais variadas redes sociais, como o Facebook, o Twitter, o LinkedIn, o Flickr e o YouTube. Todas elas podem ser utilizadas como instrumentos de marketing para promoção da marca, fidelização de clientes, aumento de tráfego e conversão de vendas. No entanto, vale lembrar que, a partir do momento em que os perfis forem criados, deverão ser atualizados com frequência. O ideal é que você desenvolva um plano de divulgação para nortear a campanha e que tenha uma equipe responsável para isso. E, para finalizar, estude a possibilidade de criação de um blog. Por meio dele será possível fornecer informações úteis aos seus consumidores, com publicação de artigos sobre temas relacionados ao seu ramo de atuação. Além disso, a página se tornará uma excelente fonte para as postagens das redes sociais. Todas essas estratégias juntas aumentarão o engajamento da sua loja com o consumidor e o resultado se converterá em vendas.





10. MONTE UMA **ESTRATÉGIA DE MARKETING**

De acordo com as recomendações anteriores, imagino que você já tenha executado algumas tarefas que são relativas ao marketing, como identidade visual, perfis nas redes sociais e SEO. Agora é hora de reunir tudo isso em uma estratégia ampla e integrada. A primeira etapa na criação de uma estratégia de marketing é o estabelecimento de objetivos. Estes são inteiramente dependentes do seu tipo de negócio e forma de atuação. Pode ser, por exemplo, elevar as taxas de conversão em x%, gerar determinada quantidade de leads ou estar presente em tantos mercados. O importante é que o objetivo seja realista, atingível a médio prazo pelo menos, e converse com o resultado financeiro que você deseja. Defina uma estratégia para atingir esse objetivo, com cada passo e processo necessários para isso, e coloque-a em prática. Estabeleça pontos de checagem periódicos. Verifique a situação das suas métricas mais importantes e onde elas deveriam estar para que a meta seja cumprida. À medida que surgirem problemas no percurso, faça as correções necessárias.





11. SEJA RELEVANTE

Para colocar em prática seu negócio online, pense na seguinte pergunta: **“Se o meu cliente não puder comprar de mim, ele pode comprar do meu concorrente?”**. Se você responder “sim” para essa pergunta, muito provavelmente a sua alternativa mais relevante será vender a um preço mais baixo. O que a médio prazo destruirá valor para o seu negócio. Portanto, tenha algo que realmente seja relevante para o nicho no qual você for atuar e trabalhe para responder “não” à pergunta que foi feita no início do item 11.





12. TENHA UMA ESTRATÉGIA DE **MARKETING DIRETO** ASSOCIADA AO SEU NEGÓCIO

Divulgar seus produtos e serviços através de ferramentas de Marketing Direto (e-mail marketing, SMS, etc.) é de suma importância, mas fazer o acompanhamento do funil de vendas para ações de Marketing Direto também é fundamental para o resultado do seu negócio. Use, por exemplo, sites como este abaixo para fazer o acompanhamento das suas ações de Marketing Direto: <https://ferramentas.resultadosdigitais.com.br/funil-de-vendas/>





Powered by Innovation Center - Direção Técnica: Prof. Juan Pablo D. Boeira.
Fonte: Adaptação e atualização de iSet.