

COMO
AUMENTAR AS
VENDAS EM SUA
LOJA VIRTUAL

e-book

e-commerce

tratativa

SU- MÁ- RIO

E-commerce: Como aumentar as vendas em sua loja virtual

e-BOOK



1

Introdução ao E-commerce



2

Coloque a experiência do cliente em primeiro lugar



3

Tenha um layout campeão!



4

Melhore as ofertas de seus produtos



5

Busque alternativas para divulgar sua loja virtual



Não subestime a importância das métricas



6

Tenha a segurança como prioridade



7

E para finalizar a nossa conversa



8

tratativa

INTRO- DUÇÃO AO *e-commerce*

A quantidade de compras realizadas no universo online tem crescido e, por esse motivo, o e-commerce tem se consolidado como um forte mercado para os empresários. Exatamente por isso, a concorrência também tem sido forte e, para se diferenciar nesse segmento, é preciso investir corretamente.



1 INTRO- DUÇÃO AO E-COMMERCE

É necessário estar por dentro das novas tecnologias, conhecer ações de marketing inovadoras e, principalmente, ficar de olho no **comportamento do consumidor.**

falar a língua
do cliente

tratativa

Afinal, é fundamental estar onde o seu público está e, mais que isso, falar a língua dele.

Vale dizer que o grande desafio é se manter atualizado constantemente, acompanhando os resultados da loja virtual para identificar os gargalos e os pontos fortes do negócio.

Com o intuito de ajudar você, separamos algumas dicas práticas para aumentar as vendas na sua loja virtual.

**ficar de
olho no
comporta-
mento do
consumidor.**

!



COLOQUE A *experiência do cliente* EM PRIMEIRO LUGAR

Quando falamos de compras online, é importante destacar o poder da experiência. Vale ressaltar que, aqui, não estamos falando apenas de conseguir comprar o produto e de pagar da forma que preferir, **mas de agregar um valor mais amplo, considerando o momento de busca, de compra e de pós-venda.**

Para isso, existem algumas maneiras de otimizar essa experiência, garantindo mais conversões e fidelizando o cliente.



a. DEIXE AS INFORMAÇÕES CLARAS

Um aspecto muito importante para garantir a experiência positiva do usuário é deixar as informações claras, transparentes e confiáveis, **desde os produtos e categorias até as formas e condições de pagamento.**

Você deve ter boas descrições de produtos, com fotos em alta qualidade que não pesem demais as páginas, para não gerar dúvidas

no consumidor na hora de comprar. Você pode usar também o recursos em vídeo quando o produto vendido precisar de uma demonstração de uso, por exemplo.

Na hora de descrever os seus produtos, não vá pelo caminho mais fácil de copiar a descrição do fabricante, por exemplo. Invista em descrições autorais, 100% novas,

apostando nas palavras-chave relevantes para que o seu e-commerce apareça nas primeiras posições dos buscadores.



b. Ofereça várias opções de pagamento

Você não deve perder vendas por não oferecer a forma de pagamento que o seu potencial consumidor costuma usar. Por isso, oferecer várias formas de pagamento é a maneira mais prática de garantir mais conversões em vendas.

Claro que isso deve ser decidido a partir da análise das ferramentas, como as **taxas e as condições oferecidas pelos players de pagamento.**



CAPRICHE NO ATENDIMENTO

Por fim, o atendimento é **a cereja do bolo** para oferecer uma experiência incrível aos consumidores ou potenciais consumidores na sua loja virtual. Vale dizer que **não deve ser pensado** apenas para resolver problemas, mas para contemplar todas as etapas da compra, antes e depois dela.



ANTES DA VENDA

O seu atendimento deve estar **disponível** para tirar dúvidas, direcionando o consumidor de forma clara para a compra. O uso do chat online, por exemplo, é uma excelente forma de garantir que o potencial consumidor não saia de mãos vazias da sua loja virtual por falta de informações ou de segurança.

DURANTE A VENDA

Em meio ao processo de concretização da venda online, o atendimento deve garantir que o consumidor tenha **as informações atualizadas, transparentes e claras sobre o status da sua compra**. Para isso, os e-mails transacionais, informando quando o pedido está sendo analisado, pagamento aprovado ou reprovado, status de entrega, entre outras informações, são imprescindíveis.

PÓS-VENDA

O pós-venda também é muito importante e você deve aproveitar essa oportunidade para avaliar a sua loja virtual, os seus serviços e o seu atendimento. Para isso, uma boa prática é enviar pesquisas de satisfação e interagir com os consumidores. **Aproveite também para enviar novas ofertas, segmentadas de acordo com a compra realizada, oferecendo algum desconto, um programa de fidelidade ou outro benefício para o comprador para que ele volte ao seu e-commerce.**

TENHA UM LAYOUT *campeão*

O layout da sua loja virtual é muito importante. Mas, quando falamos de layout, não estamos nos referindo apenas a um visual bonito. **Estamos falando de usabilidade, da facilidade de encontrar as informações e de executar todo o processo de compra.**

Aqui vão algumas dicas para ter um layout campeão no seu e-commerce.



Aposte em UX para seu e-commerce

E-commerce: Como aumentar as vendas em sua loja virtual



UX, a sigla para User Experience, considera aspectos de design e de usabilidade da loja virtual, passando pelas funcionalidades e como o consumidor se comporta dentro do site.

Os profissionais de UX atuam tanto na fase de desenvolvimento, com testes de usabilidade e navegabilidade, quanto no momento em que a loja já está no ar, realizando manutenções e mudanças, caso seja necessário.

Em uma loja virtual, é essencial garantir uma boa navegação em diferentes dispositivos —

desktops ou mobile — para que as vendas aconteçam. Para isso, os profissionais de UX focam em aspectos de design, arquitetura da informação, mobile-commerce, entre outros.

Em resumo, UX é mais do que um bom layout; é uma loja desenvolvida para garantir conversões em vendas, com um visual claro e boa usabilidade. Tudo isso para garantir uma excelente experiência ao consumidor.

Seu e-commerce precisa ser responsivo.

O comércio eletrônico tem ganhado espaço por meio de dispositivos móveis, por isso, você não pode perder essa oportunidade. Sua loja virtual precisa ser responsiva, abrindo e funcionando bem nos dispositivos mobile.

Além de oferecer uma boa navegação para o seu potencial consumidor, ao ser responsivo, seu e-commerce garante pontos com o Google, que rankeia melhor sites responsivos.

Assim, fique de olho na performance da sua loja em dispositivos móveis para não perder oportunidades de vendas!



Você pode investir em templates prontos

Sua loja virtual pode ser totalmente customizada, mas é preciso ter em mente como o consumidor está habituado a comprar online. Por esse motivo, você não deve mudar de lugar as categorias, a barra de busca e o botão de comprar, por exemplo. Claro que você pode — e deve! — investir em testes A/B de cores, por exemplo, mensurando a diferença de conversão a partir de botões com cores diferentes.

Você pode contar com templates prontos, já que, geralmente, são pensados considerando aspectos de usabilidade e responsividade, por exemplo. Ele pode ficar com a cara da sua loja virtual por meio de banners personalizados, produtos 100% seus e outros aspectos visuais exclusivos da sua loja.

Nesse momento, contar com um profissional de design para customizar as suas peças de marketing faz muita diferença.



MELHORE AS OFERTAS DE *seus produtos*

Na hora de ofertar os seus produtos, você precisa estar atento também não apenas à descrição dos produtos, mas à estrutura das páginas da loja virtual e dos produtos.



1. INVISTA EM MIX DE PRODUTOS

E-commerce: Como aumentar as vendas em sua loja virtual

e-BOOK



Antes de qualquer coisa, você precisa investir no seu mix de produtos, apostando em itens que gerem conversão em vendas e movimentem o seu negócio. Para isso, você pode pensar em produtos de nicho, garantindo um público mais fiel e mais específico.

Fazer benchmark também é essencial.

Conferir o que os seus concorrentes estão oferecendo para entrar com a oferta que faltava na vida do consumidor é fundamental.

2. ESTRUTURE A SUA HOMEPAGE

A homepage é a porta de entrada da sua loja virtual. Por isso, capriche! Lembre-se de ter banners atualizados no topo da página, sempre destacando ofertas e produtos que você quer deixar em foco no seu e-commerce.

Deixe evidente as categorias e as demais formas de navegação dentro da sua loja. Além disso, destaque a barra de pesquisa, geralmente utilizada por quem chega ao seu e-commerce por busca e cai na home em vez de em um produto específico.



3. PÁGINA DE PRODUTO

A página do produto também precisa ser pensada e muito bem elaborada. Ela deve contar com uma foto de destaque e outras fotos de detalhes do produto. Algumas plataformas oferecem zoom inteligente, permitindo ao usuário visualizar detalhes do produto de forma dinâmica e interativa.

Você pode contar com recursos de vídeo também, mas precisa investir em descrições caprichadas para que o consumidor sinta confiança no que está comprando.

Informações como formas de pagamento e custos adicionais com frete, por exemplo, também precisam ficar na página do produto. Acrescentar informações desse tipo depois que seu cliente está no check-out pode te fazer perder a confiança e, como consequência, a venda.



4. CHECK-OUT

A página de check-out é um ponto crítico de diversos e-commerces. Nela, estão os maiores pontos de saída e de abandono de carrinho também. Por isso, seja cuidadoso! A página de check-out é onde você pede dados de cadastro ou, se preferir, apenas os dados de compra do produto. O importante

é não distraí-lo com novas ofertas, redes sociais ou outros CTAs (calls to action) que não sejam o “finalizar compra”. Assim, fale tudo o que tem que ser dito ao seu consumidor antes do check-out, afinal, nesse momento, ele só deve ser atraído para comprar.

É importante também transmitir segurança e confiabilidade, deixando claro para o consumidor que ele está em um ambiente

seguro, criptografado e sem chance de ter suas informações vazadas.

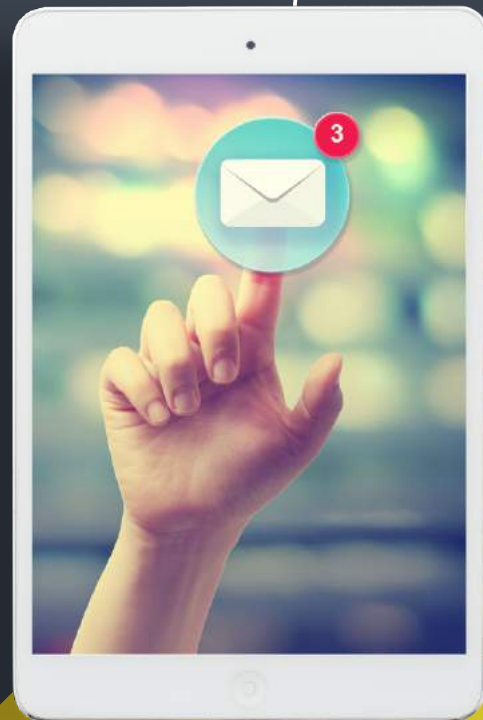
Deixe claro também em que status ele está, se o seu pagamento foi aprovado, se está em análise e quais são os próximos passos.

Não deixe de enviar aquele primeiro e-mail transacional agradecendo a compra e informando o que ele deve esperar nos próximos dias.

Busque alternativas *para divulgar* sua loja virtual

De nada adianta ter uma loja virtual impecável, com produtos excelentes se ninguém souber que ela existe, certo?

Por isso, você precisa investir em marketing digital para divulgar o seu e-commerce tanto para atrair, quanto para fidelizar os seus clientes.



INVISTA NO BOM E VELHO E-MAIL MARKETING

E-mail marketing e newsletters são, como sempre foram, excelentes formas de divulgar lojas virtuais.

investimento +
CAMPANHAS

tratativa

Para serem efetivos, contudo, é preciso segmentar as campanhas, seja pelo público (gênero, idade, cidade), pelo estágio em que se encontram no ciclo de vendas (novos compradores, carrinhos abandonados, compradores recorrentes), entre outros aspectos que sejam relevantes para o seu e-commerce.

É preciso investir em um layout limpo e responsivo, equilibrando texto e imagem; usar ferramentas de envio em massa; e tomar muito cuidado para não cair nas caixas de spam dos seus destinatários.

**segmentar
por público:
gênero, idade
e cidade**



Além disso, você deve oferecer a possibilidade de se descadastrar, pois isso é uma boa prática e demonstra respeito ao consumidor. O importante é não deixar de usar a ferramenta de e-mail para divulgar a sua loja virtual, novos produtos, promoções etc.



APOSTE NAS REDES SOCIAIS

E-commerce: Como aumentar as vendas em sua loja virtual

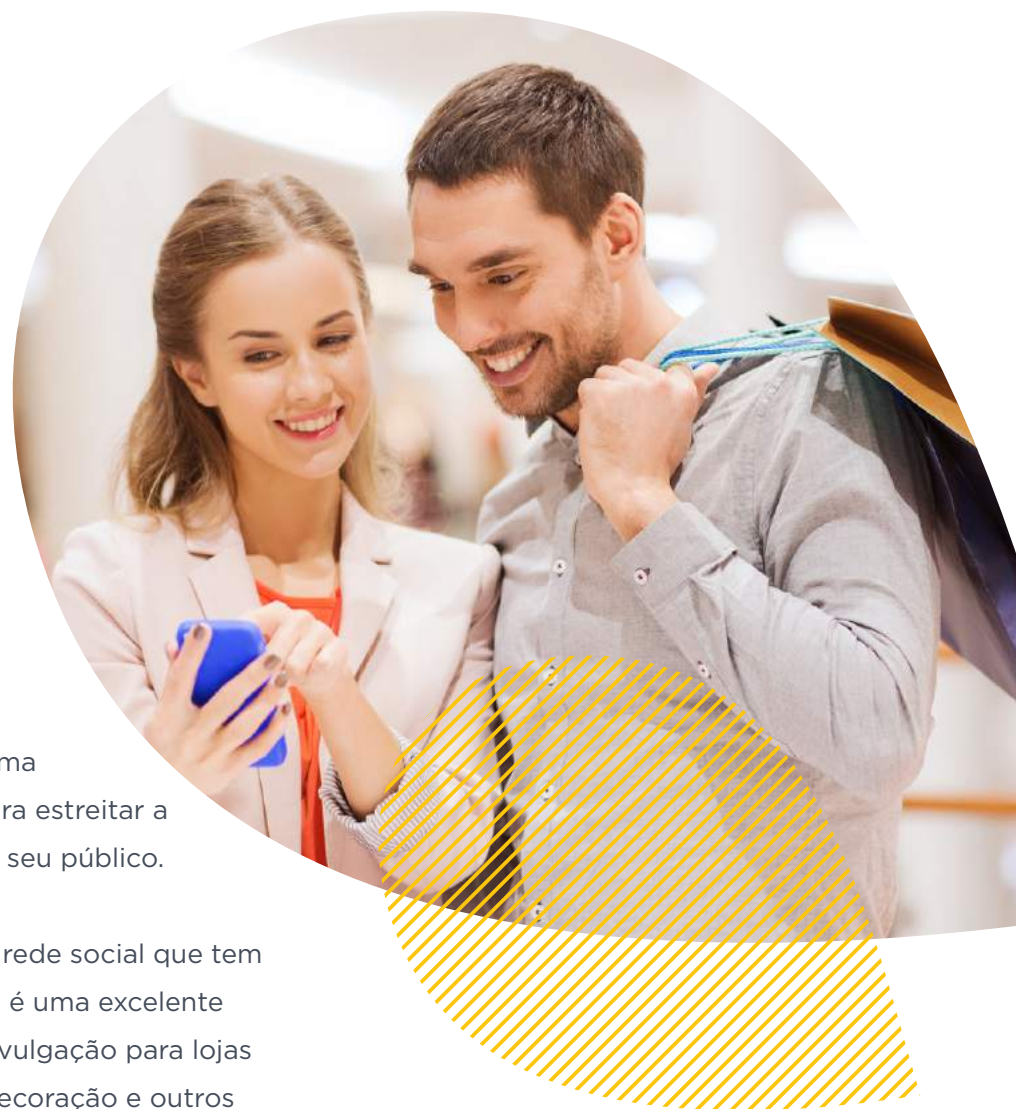
e-BOOK

O consumidor vive conectado às redes sociais, por isso, para ter sucesso na divulgação da sua loja virtual, você deve apostar nelas. Vale lembrar que você não deve tratar a página da sua loja como um perfil pessoal, mas como a voz do seu e-commerce, gerando engajamento e estabelecendo relacionamentos saudáveis com os seus consumidores e potenciais consumidores.

Você também pode usar as redes sociais para fazer promoções, incentivando o compartilhamento e, dessa forma, ampliando o alcance das suas ações de marketing. O Facebook é uma rede social bem democrática, permitindo a atuação de

diversos nichos de e-commerce de forma criativa e efetiva para estreitar a proximidade com o seu público.

O Instagram é uma rede social que tem crescido bastante e é uma excelente oportunidade de divulgação para lojas virtuais de moda, decoração e outros segmentos que trabalhem com produtos visuais.



VOCÊ PODE TER UM BLOG

O perfil do consumidor mudou e prova disso é o crescimento dos mecanismos de busca, como o Google. Antes de comprar qualquer coisa, ou mesmo para tirar qualquer dúvida, o consumidor dá aquela buscada no Google para saber o que pode ser encontrado em termos de conteúdo relevante sobre o tema.

Para aproveitar essa oportunidade, você pode investir em um blog e **alimentar o seu público com conteúdo interessante que tenha a ver não apenas com os seus produtos, mas com o que o seu público quer ler. Assim, você se torna autoridade no assunto..**

tratativa

pense no funil de vendas

Na hora de produzir conteúdo para o seu blog, você deve pensar no seu funil de vendas. Para atrair mais gente, você deve focar em conteúdos que falem de problemas, dúvidas e questionamentos do seu público.

Ao descer pelo funil, você passa a lidar com um consumidor que já está em busca de soluções. Por esse motivo, foque em conteúdo relevante que esclareça o que você tem a oferecer. Sem dúvida, é a resposta que ele procura.

Por fim, quando o leitor do seu blog estiver pronto para comprar, ofereça conteúdo promocional, destacando seus diferenciais e deixando claro porque comprar na sua loja virtual é a melhor opção para ele.



O mais importante é não falar apenas da sua marca e dos seus produtos, mas ter equilíbrio e proporção. Invista em 80% de conteúdo de interesse do público e apenas 20% de conteúdo sobre você para gerar engajamento e interesse. Essa estratégia também se aplica às redes sociais.

e-book

E-commerce: Como aumentar as vendas em sua loja virtual

C ONTE COM PROFISSIONAIS ESPECIALIZADOS

Você pode contratar um profissional para compor a sua equipe de marketing. Contudo, contratar uma agência especializada **pode ser a melhor alternativa para manter as estratégias da sua loja virtual sempre em dia.**

Mas, é preciso considerar as especificidades do comércio eletrônico e contar com profissionais que não apenas conheçam as características, mas atuem nesse segmento, com conhecimento de mercado.



Tenha a segurança como *prioridade*

Garantir a segurança na sua loja virtual é imprescindível para que o seu negócio decole. Além de pensar no consumidor, você precisa pensar também nos impactos negativos que seu negócio pode ter caso seu e-commerce não for seguro. Por isso, você deve investir em ferramentas e ações específicas para que isso não se torne uma dor de cabeça.

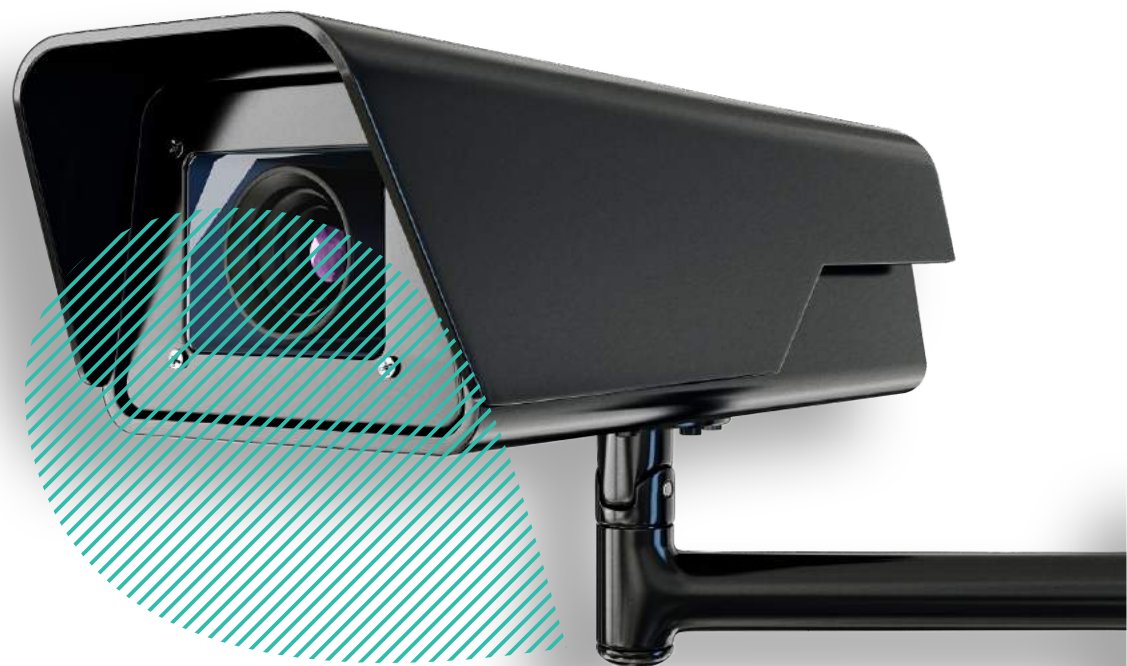


CERTIFICADO DIGITAL SSL

Para garantir a segurança nas transações do seu e-commerce, seja no preenchimento de dados cadastrais ou na compra, efetivamente, você deve apostar em um certificado digital SSL. Esse certificado criptografa as informações, evitando que elas sejam expostas ou roubadas por hackers.

*Conte isso
para o seu
consumidor!*

Além de contar com esse certificado, você pode — e deve — deixar isso claro para os seus consumidores inserindo um “selo de segurança” no rodapé das páginas e na barra de endereço. Isso garante confiabilidade e aumenta a taxa de conversão do seu e-commerce.



PREVINA-SE DE FRAUDES

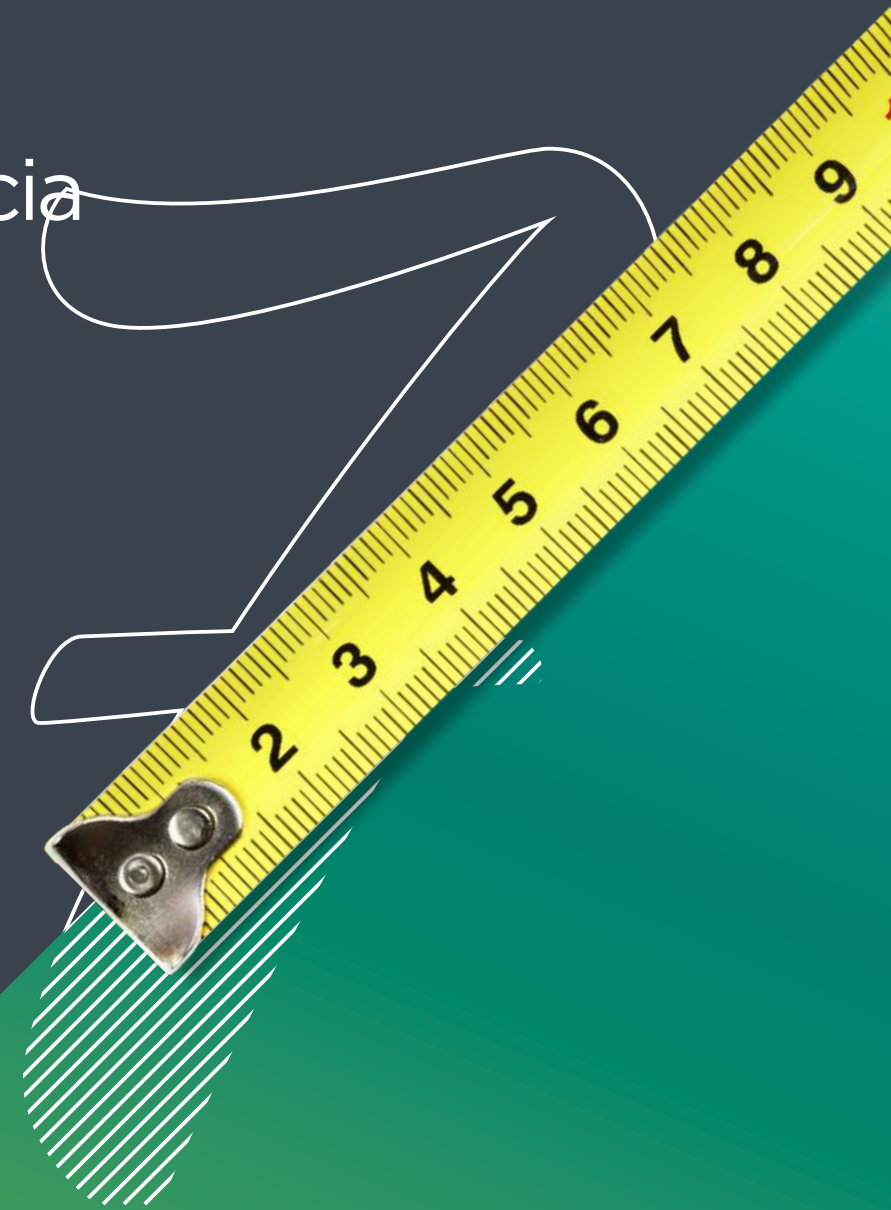
Infelizmente, vários sites de e-commerce são vítimas de fraudes todos os dias. No entanto, você pode investir em um bom sistema antifraude para não ser mais um nas estatísticas. Os sistemas antifraude trabalham na análise de risco das transações, aprovando-as ou não para a sua loja virtual.

Existem alguns players no mercado como o Clear Sale ou o FControl que fazem isso de forma autônoma, sem depender dos meios de pagamento. Mas, se você contar com intermediadores como o Pag Seguro ou o BCash, você tem um antifraude “embutido”. Você deve considerar as taxas, as vantagens e as desvantagens de contar com as ferramentas, mas não deve deixar de contar com essa análise nas transações da sua loja virtual.



Não subestime a importância *das métricas*

De nada adianta ter uma loja virtual impecável, com produtos excelentes se ninguém souber que ela existe, certo? Por isso, você precisa investir em marketing digital para divulgar o seu e-commerce tanto para atrair, quanto para fidelizar os seus clientes.



Os KPIs mais importantes para lojas virtuais

Você sabe quais são os indicadores de performance mais importantes para acompanhar em sua loja virtual? Bem, separamos os principais para lhe ajudar:

- **Pageviews;**
- **Taxa de cliques em peças publicitárias;**
- **Tempo de permanência no site;**
- **Taxa de conversão em vendas;**
- **Ticket médio;**
- **Fontes de tráfego;**
- **Taxa de abandono de carrinho.**

como mensurar?

As plataformas de e-commerce oferecem suas próprias ferramentas de mensuração de resultados, através de relatórios e informações relevantes ao negócio virtual. Para uma análise mais aprofundada, você pode contar com o Google Analytics, a ferramenta de acompanhamento e mensuração de resultados do Google, que pode ser configurada especificamente para a sua loja virtual. A ferramenta é gratuita e é de grande ajuda para ficar por dentro dos indicadores do seu e-commerce.



E para finalizar a *noossa conversa*

Ficou claro que investir em um layout campeão, prezando sempre pela experiência do consumidor na sua loja virtual, garantindo segurança e transparência são essenciais para o sucesso do seu e-commerce, não é mesmo?



Lembre-se

Também de acompanhar os resultados de perto, mensurando os principais indicadores de performance, investindo no que precisa ser melhorado e mantendo o que tem gerado bons frutos.

Aproveite nossas dicas, mantenha-se sempre por dentro das novidades do mercado, acompanhando de perto o que o seu consumidor tem pedido

na internet. Assim, você passa a entregar uma experiência de compra cada dia melhor, com produtos excelentes e um site fácil de navegar.

Não se esqueça também de investir em marketing, para atrair novos consumidores, fidelizar os seus clientes e manter a saúde dos seus negócios online em alta!

e-book

E-commerce:
Como aumentar suas
vendas em sua loja virtual.

esperamos que
você tenha gostado
desse conteúdo.



tratativa

não pare de evoluir

tratativa.com.br



projeto gráfico
+ conteúdo

Henrique Baptista

Diretor de Criação



diagramação

Amanda Cordeiro

Designer Gráfico