



Mais  
**ABRAÇOS**<sup>®</sup>  
Academy

# E-commerce

@tatipezoa

Powered by



# Quero abrir um E-commerce #COMOFAZ

# Quem eu sou? ;)

Fundadora da Trustvox, startup adquirida pelo Reclame AQUI que coleta e publica os reviews em mais de 1.500 e-commerces.

Foi CEO de 2014 a 2018

Vencedora dos prêmios de Inovação 2015 e 2016 pelo Fórum E-commerce Brasil e de Melhor Ferramenta de Marketing 2016 pela ABComm.

Vencedora do Prêmio Grandes Mulheres de 2016, da Revista Pequenas Empresas Grandes Negócios & Facebook, na categoria Startups.



# Realidade...

De março a maio/20:

- 1 loja por minuto! :))
- 107 mil novos negócios online
- 40% de aumento nas vendas online
- 2 milhões de novos consumidores (realizaram a 1º compra online)

Porém **60%** das lojas fecham as portas depois de 1 ano... :((

<https://epocanegocios.globo.com/Economia/noticia/2020/06/epoca-negocios-com-pandemia-brasil-registra-abertura-de-mais-de-uma-loja-virtual-por-minuto.html>



# Aí vem a pergunta...

"Quero ter uma marca própria minha. Já sei o produto que vou vender, já pensei em como vou divulgar, as redes sociais e tudo.

Mas mesmo parecendo tão clara essa minha idéia, vem sempre dúvida: por onde eu começo? :p

Como fazer a loja tecnicamente falando?

Como comprar os produtos, receber as vendas, resolver as entregas nessa época de Pandemia...

Não entendo de tecnologia e mesmo estando tão confiante, tenho muito medo de quebrar a cara..."



# O que é um E-commerce?

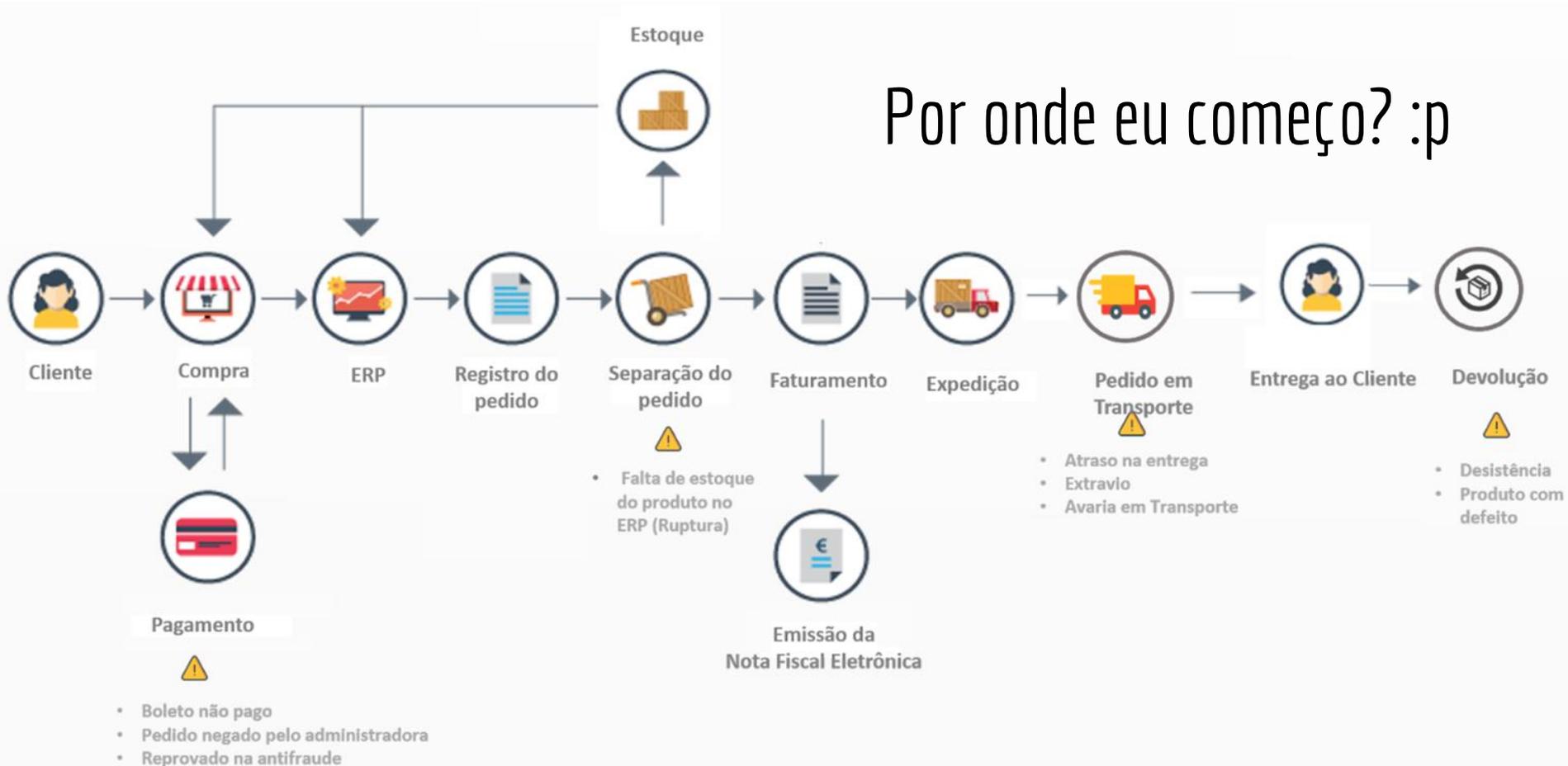
Um e-commerce - ou comércio eletrônico - é um negócio que realiza seu processo de compra e venda utilizando a Internet.

Ou seja, um e-commerce digitaliza integralmente dois processos básicos: o de vendas e o de atendimento ao cliente.

Juntando vendas e atendimento ao cliente, um e-commerce também é formado por outras automações: marketing, finanças, estoque e estratégia logística.



# Por onde eu começo? :p



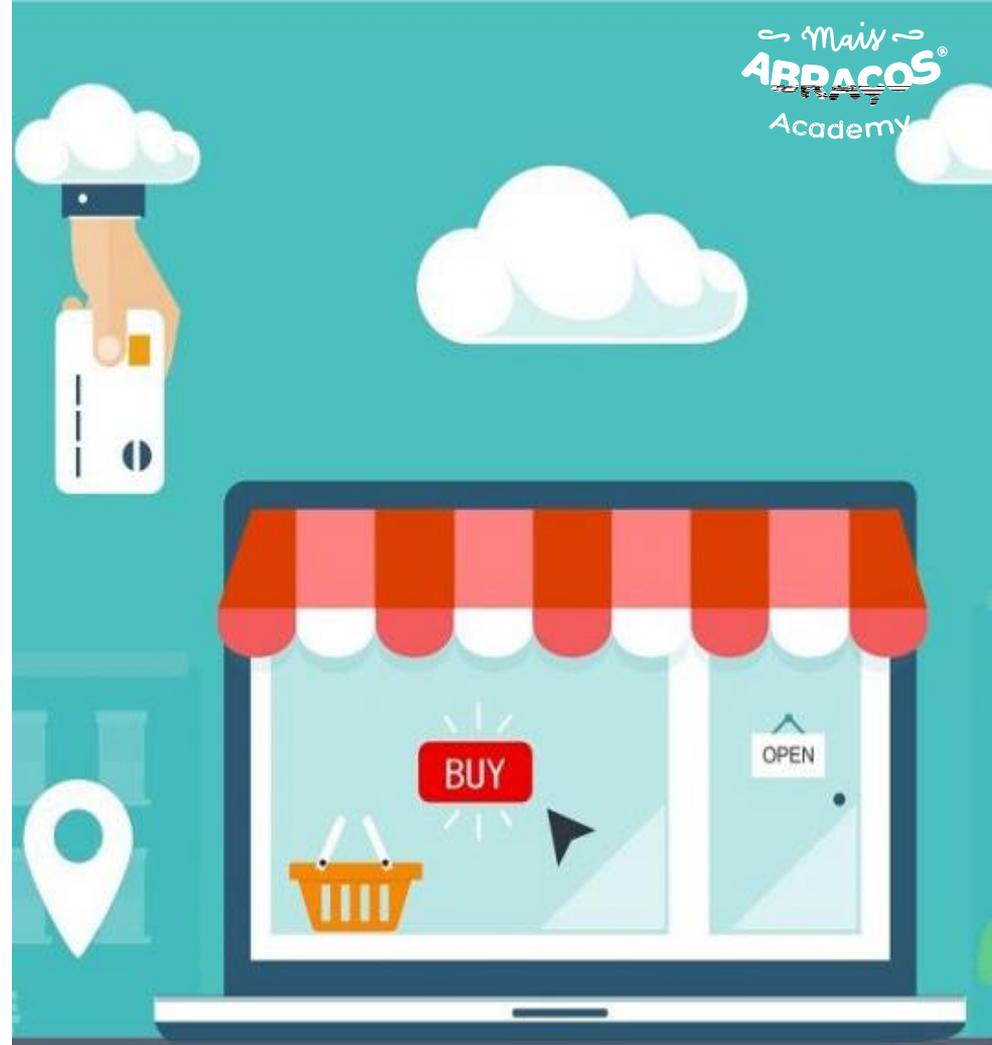
# 1-Planejamento

Funciona assim: não adianta ter uma boa idéia se você não validá-la! :)

Você precisa resolver um problema:

- seja ter uma grande variedade de itens
- ter a melhor condição comercial
- ter a entrega mais rápida
- uma proposta de valor que realmente vai diferenciá-lo de um outro concorrente

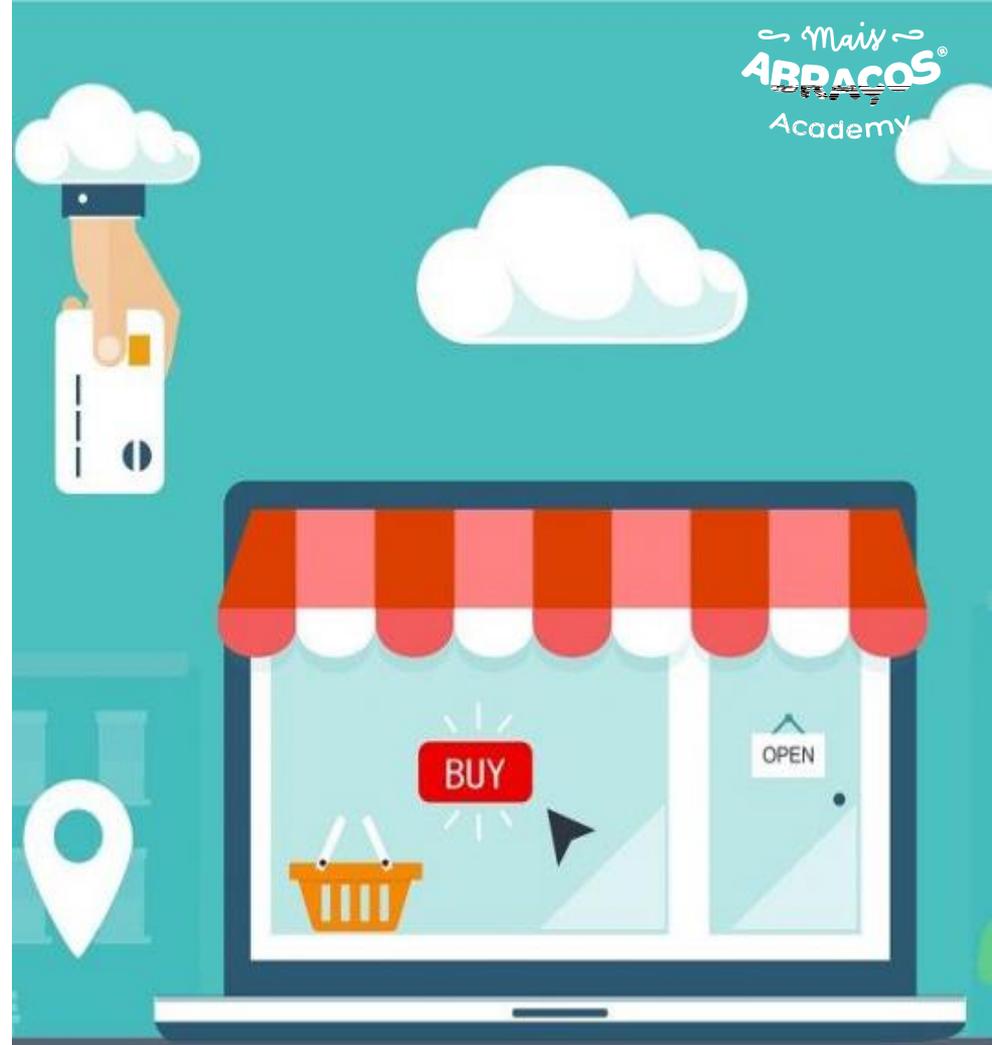
Feita a validação, o próximo passo é escolher portfólio dos itens que você vai vender e fazer a **precificação** (soma dos custos e das despesas de produção e operação + tributação + margem de lucro que você quer ganhar)



Dica: SimilarWeb (<http://www.similarweb.com.br/>)

- Pesquise uma loja concorrente e verifique o nº de visitas mensais
- Faça um cálculo: nº de visitas X taxa de conversão padrão do e-commerce (1,5%)
- Você vai descobrir o nº de pedidos da loja
- Ter uma idéia do valor médio dos itens vendidos do seu setor

Feito a precificação, fica mais fácil montar uma projeção acertada de investimento.



# Sistemas & Integração

E vem a parte de maior discussão: a escolha da plataforma!

Importante: plataforma **NÃO EXECUTA A VENDA**, apenas **VIABILIZA** a venda!

Muita gente bate boca que plataforma é fundamental para o negócio. Mas acredite: ela é parte do seu negócio!

Ela não é o fim, ela é o meio.

Junto com a plataforma vamos escolher um **RP** (sistema de gestão, estoque, contábil e fiscal).



Um e-commerce chega a usar perto de 7 fornecedores diferentes!

De todas as ferramentas, as mais importantes são as Google!

- Webmaster Tools (ou Search Console)
- Google Analytics
- Google Ads
- Google Shopping

Por que você precisa delas?

Audiência, visitas, páginas mais acessadas, produtos mais vendidos, índice de conversão, etc.

Se você não olhar esses nº não terá visibilidade para tomar decisões importantes



# Equipe

Não adianta ter um sistema, não adianta ter planejamento, se você não tiver conhecimento e pessoas capacitadas para executar tudo com você.

Tenha em mente que você deverá estudar sempre e se preparar para conhecer todas as áreas:

- Compras
- Cadastro e ofertas
- Campanhas de marketing
- Atendimento pré-pós venda
- Logística (entregas, trocas, devoluções, etc.)



A capacitação é fundamental no e-commerce porque TODOS OS DIAS surgem novidades e ferramentas novas.

E para tomar a decisão certa do que é melhor para sua loja só tem um jeito: pelo estudo!

É através da capacitação, da troca de experiência, de testar e ter opinião que você vai aprender cada dia mais.

Capacitação sempre será o segredo para escolher as melhores pessoas e de fazer dar certo seu e-commerce!



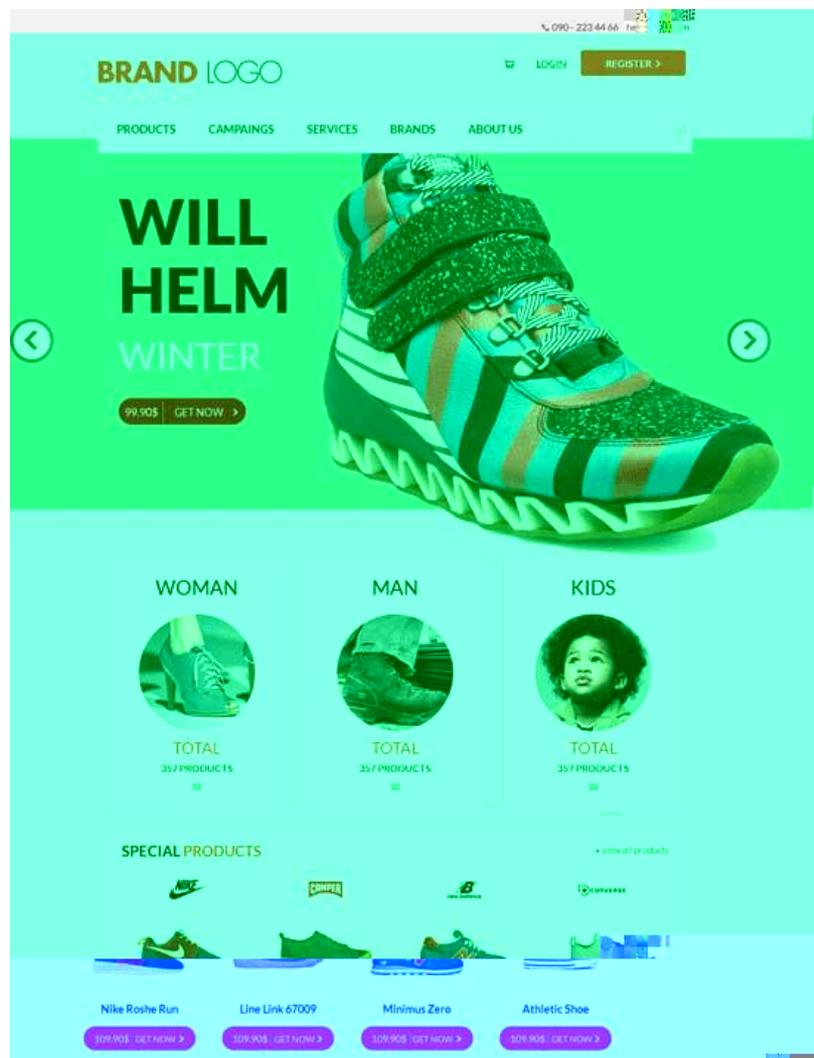
# Design

Você já pensou por que uma loja virtual atrai mais pessoas, independente dos produtos e preços?

Simple: design! A experiência visual e de usabilidade atrai e pode sim aumentar as conversões.

Pense em contratar um ÓTIMO parceiro para criar essa experiência: busque utilizar a sua persona para criar uma identidade própria sua, mesmo quando você estiver usando um template.

Importantíssimo pensar como uma pessoa busca algo na sua loja, como ela vai ser atraída pelas imagens, pelas descrições. GRANDE parte das reclamações dos consumidores vem da falta de informações claras!



Pense comigo: qual o objetivo principal da sua loja?

**Simples: fechar a compra! :)**

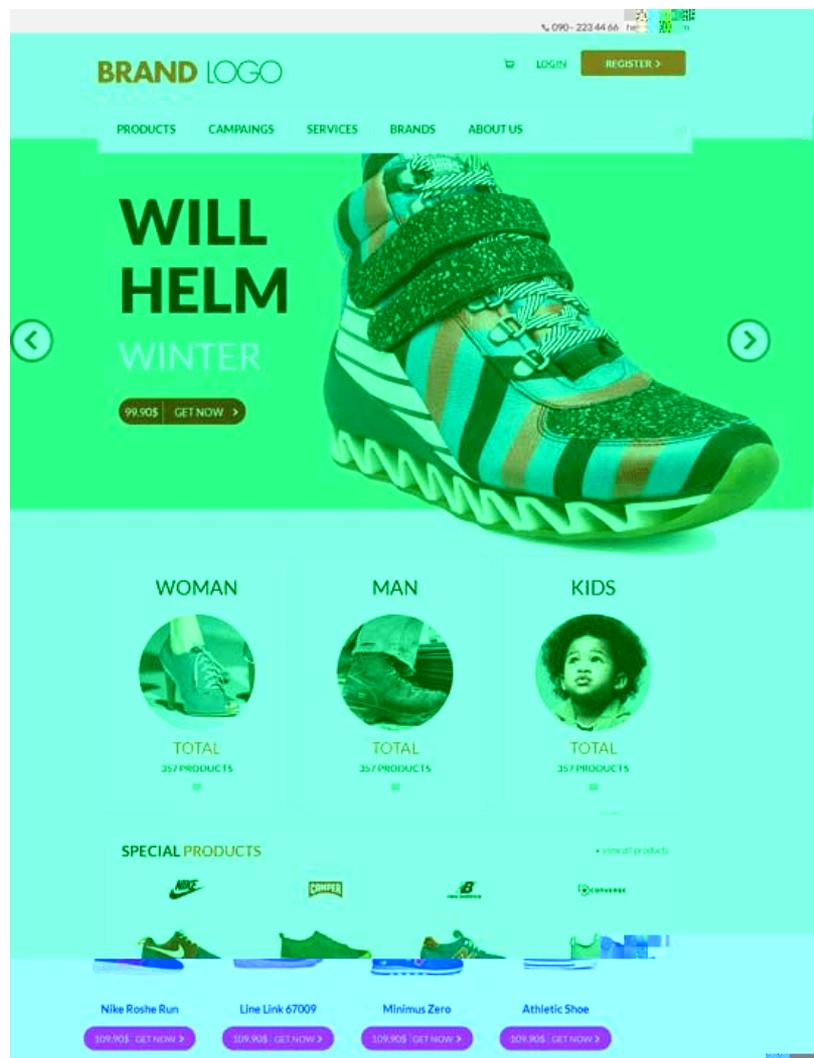
Então não deixe o consumidor perdido: deixe o carrinho de compra e todo o processo de pagamento muito claro, com um checkout rápido e que transmita segurança.

Não podemos esquecer que cada vez as vendas têm acontecido no celulares e não apenas por desktop.

Crie já sua loja mobile first, pensando na experiência do consumidor usando o celular.

Para ter certeza que o layout é mobile first use o Google para verificar:

<https://search.google.com/test/mobile-friendly>



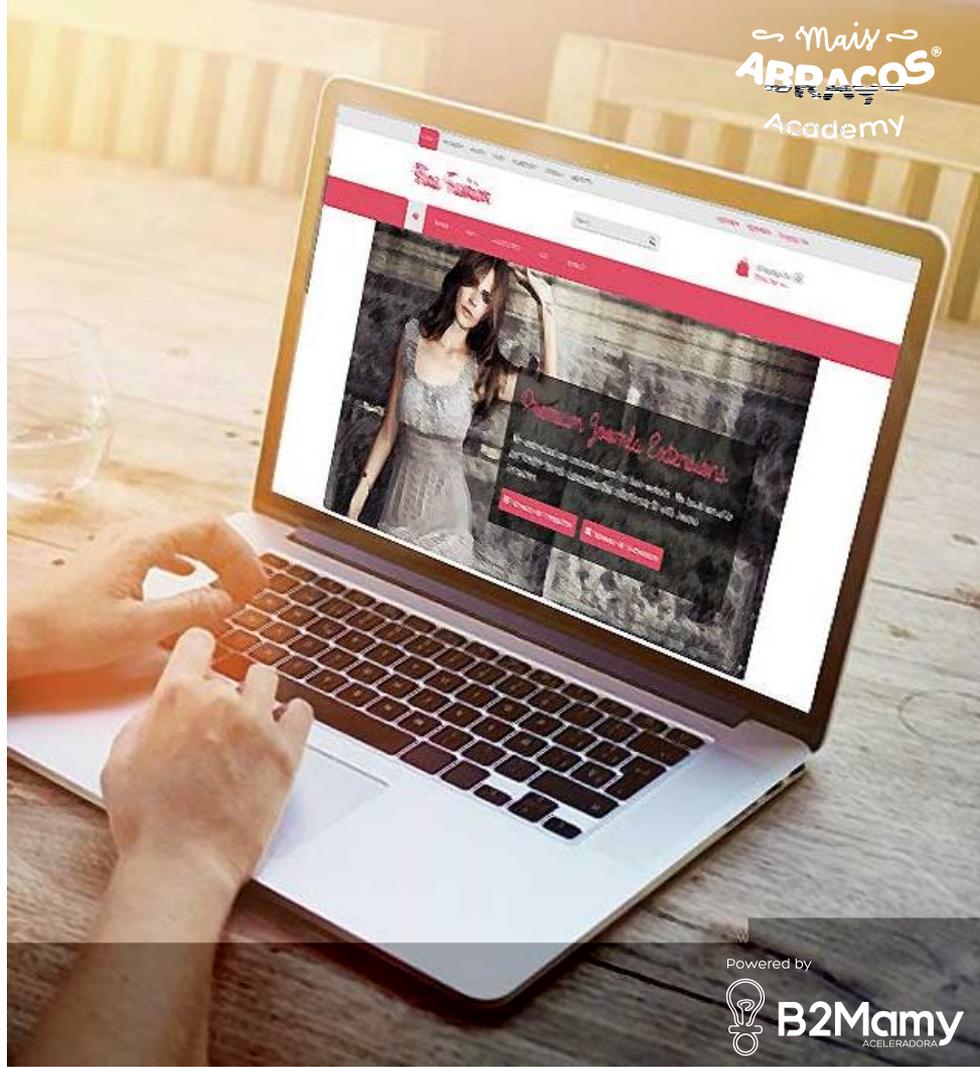
# Conteúdo

No e-commerce não temos um vendedor real.

E esse papel do vendedor, que vai tirar dúvidas e convencer são os conteúdos!

A forma de cadastrar os produtos, a qualidade e quantidade de fotos, as descrições completas, informações comerciais claras, informações de pagamento e entrega, reviews de clientes, etc. Todo o conteúdo deve ser publicado com intenção de facilitar a venda.

Importante que o conteúdo publicado na loja seja coerente também com o que está nas suas campanhas de MKT e Redes Sociais. Não adianta ter um discurso lindo no Instagram e não ser dúvida loja! :)



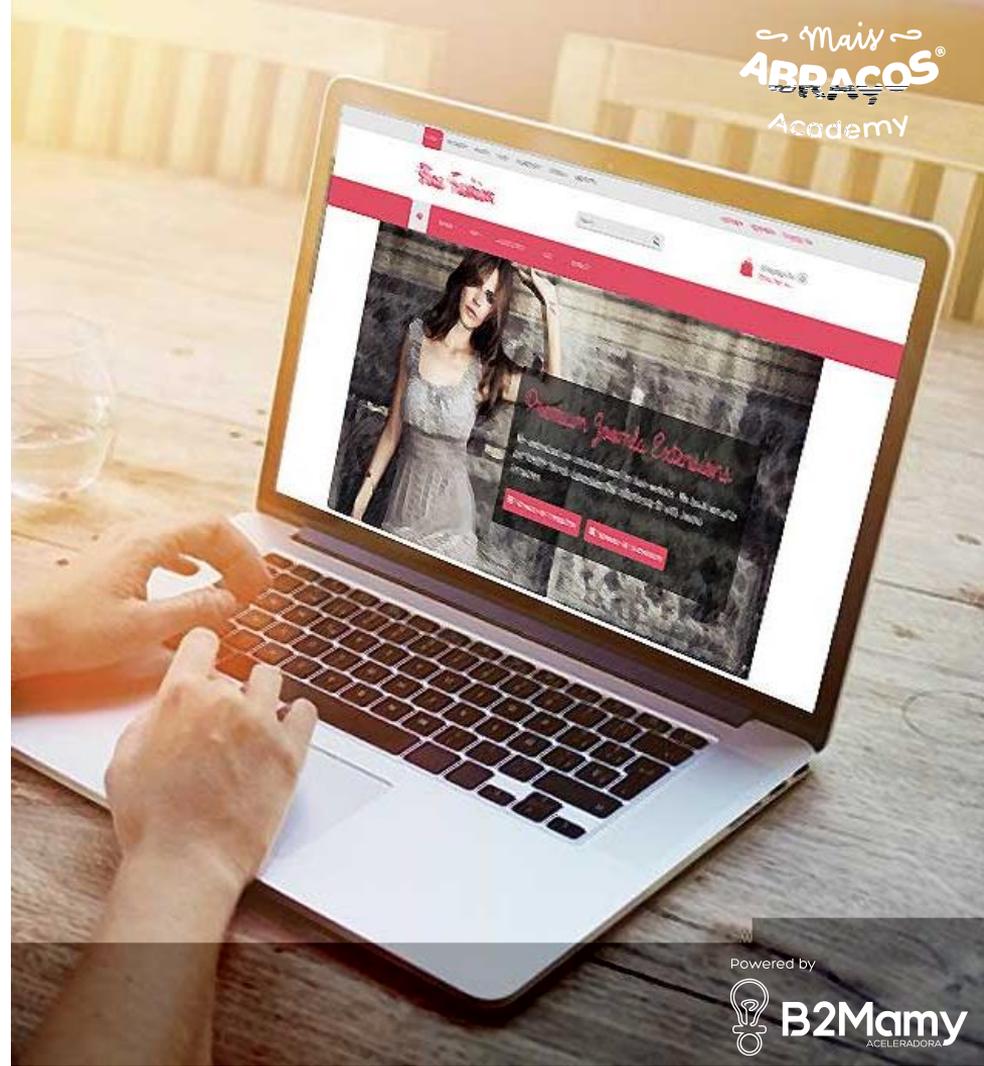
Outro ponto importante: **CONFIANÇA!**

Vender a qualquer custo pode trazer muito mais dor de cabeça que sucesso.

Publicar as opiniões e reviews de pessoas reais que compraram seus produtos e tiveram a experiência na sua loja SÃO FUNDAMENTAIS!

A transparência na publicação dessas avaliações também ajuda na conversão: se um consumidor pode tomar sua decisão lendo opiniões positivas e negativas, sem moderação, ele sente que na loja existe uma preocupação real com a satisfação dele.

Nenhum conteúdo será melhor e mais atrativo que o de pessoas reais. E o Google AMA! :)



# Logística

É a parte física do negócio: logística não é só a entrega e, sim, **a organização de tudo**.

Estoque, gestão, inventário, embalagem, meio de envio, postagem, entrega...

**Fluxo do pedido:** você vai receber, vai separar, vai verificar se esse item está correto, vai faturar, vai expedir, vai chamar a transportadora para coletar a mercadoria, vai receber o código de rastreio, vai avisar o cliente, o cliente vai verificar o rastreio, o cliente vai receber a mercadoria e você vai pedir um feedback se deu tudo certo!

Essa é a única parte que o seu cliente vai ter uma experiência física com sua loja e é nela que moram as GRANDES frustrações...



Sabe aquela experiência de receber um produto que você queria muito embalado de um jeito TÃO ruim que dá raiva?

A experiência é TÃO decepcionante que o produto - que era bacana! - perdeu todo o encanto por causa da aparência da caixa...

Saiba que não é frescura ter cuidado com a apresentação: embalagem também é marketing!

Quem não gosta de sentir recebendo um presente? ;)

Escolher muito bem as transportadoras como parceiras: todas tem seus poréns, o importante é pesquisar a opinião de outros lojistas e estar de olho nos preços cobrados.



# Pagamento

Como você quer receber o dinheiro das suas vendas?

Sabia que para receber seu dinheiro você paga por isso? E, muitas vezes, paga caro!

As soluções de pagamento cobram algo em torno de 10%, 12%, até 14% dependendo do parceiro.

Exemplo: se seu produto custa 100 reais, você vai pagar 14 reais vai para o meio de pagamento...

Você precisa levar na ponta do lápis como vai receber o dinheiro e como vai trabalhar: a fraude, o parcelamento, o fluxo de caixa, o custo de recebimento...



Powered by



### **3 Dicas:**

- olhe as taxas de implantação e de operação e faça um comparativo. Cruze com seu caixa e com a previsão de conversão de vendas para saber se vale a pena
- quais serviços a mais a solução oferece? Como é o suporte pós-venda
- preste atenção nos formatos que já são oferecidos e os prazos de recebimento e NUNCA esqueça de ver as taxas

**<https://www.estadao.com.br/infograficos/economia,solucoes-de-pagamento-digital-disputam-negocios-com-e-commerce,1105934>**



# Selos e Segurança

Selos, segurança e **REPUTAÇÃO!**

Mas porque reputação?

Porque reputação é o que as outras pessoas falam sobre você, sobre sua loja. Não adianta ter os melhores processos de segurança e uma coleção de selos se o que falam da sua loja é que ela não atende bem, não respeita seu cliente, não cumpre com seus combinados...

A reputação é quando sua loja é cumpre com os acordos feitos com o seu cliente e tem todos os protocolos de segurança da transação.



Sabe aquele cadeadinho? Só de mostrar o cadeado diminui preocupação dos consumidores, mas não garante que ele está seguro. Outros certificados também são importantes para garantir segurança ao seu cliente:

**Certificado de segurança SSL:** garante que você está comprando em um site que não vai armazenar os seus dados de forma ilícita

**Certificado de PSAI:** certificado de autenticidade do pagamento, que ele está criptografado, que ele não vai armazenar os dados do seu cartão, somente a operadora pode usá-los



# Marketing

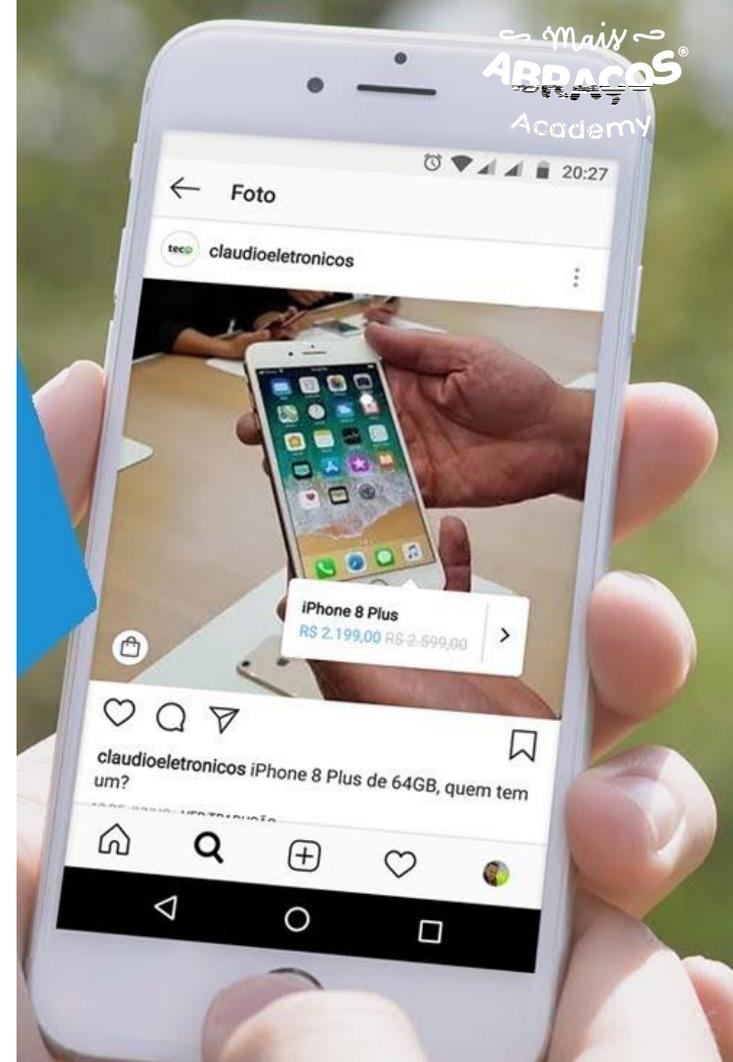
Nem Big Mac vende sem Marketing! :p

Trazer seu público alvo para sua loja é fundamental, mas todo investimento em marketing DEVE ser baseado em uma sigla: **ROI**

**ROI = retorno de investimento.** Precificação X Percentual de verba de marketing que você vai alocar.

Dependendo da verba de marketing (e você tem que fazer porque sem marketing não existe venda!) chegamos a um cálculo de ROI ideal.

Funciona assim: se você investe 10% do valor, vai ter em torno de ROI 10. Se investir 10 reais, retorna 100.

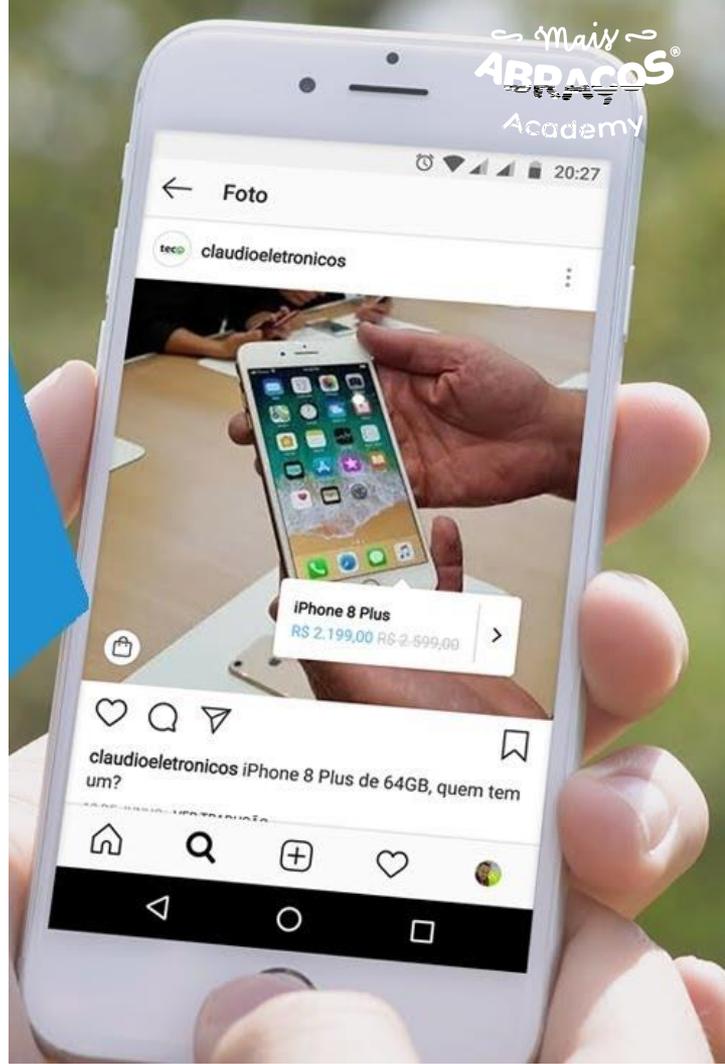


Ex: se você investe 1.000,00 reais, terá 10.000,00 reais de retorno. Foram 10% de investimento dentro da composição de preço e a conta fecha.

Mas de nada adianta investir 1.000,00 se não tiver uma estratégia.

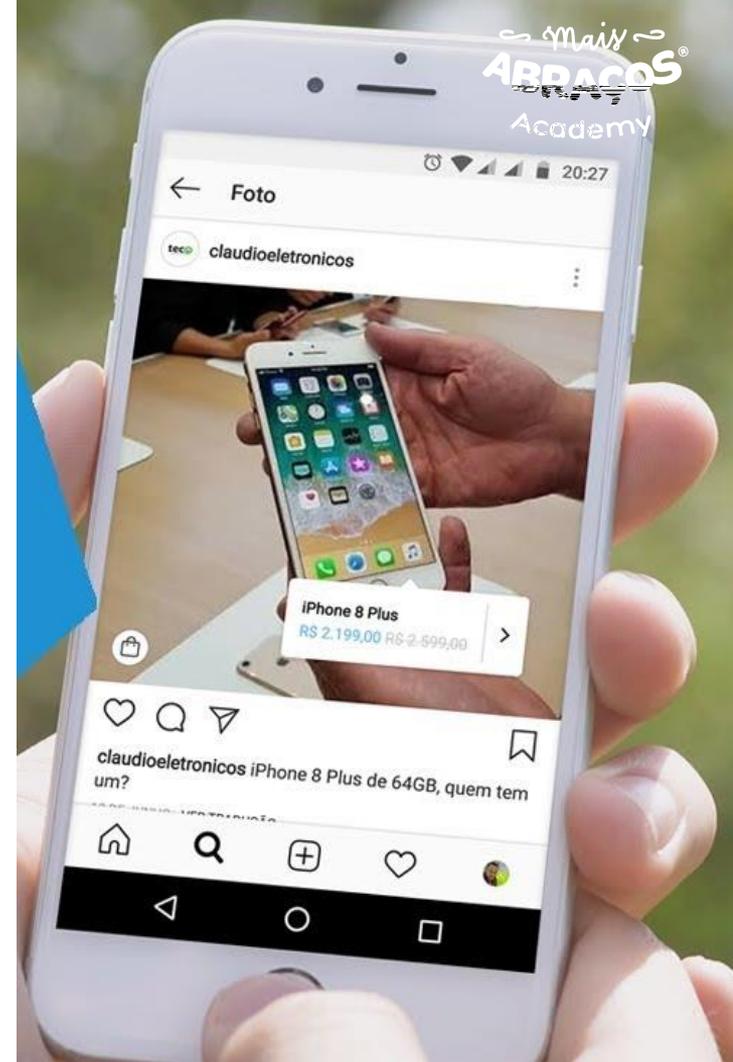
Passos para começar:

- Defina no máximo 2 objetivos (ex: aumentar as vendas em 20% até o final do ano / dobrar a taxa de conversão de leads em 12 meses)
- 4Ps Philip Kotler: Produto, Preço, Praça e Promoção
- Escolha bem os canais: analise a relação entre campanhas pagas (Facebook ads, Instagram for business, Google Adwords etc.) ou atração orgânica de clientes (marketing de conteúdo e SEO)



- Quais as táticas que podem impactar melhor (Redes sociais X Marketing de conteúdo)
- Otimização de SEO: dê atenção especial e qualidade no seu conteúdo (descrição dos produtos, categorias, páginas, reviews, etc) para que sua loja fique bem posicionada nas buscas do Google
- Acompanhe os resultados e tome ações corretivas (indispensável usar o Google Analytics)

<https://mindminers.com/blog/plano-de-marketing-e-commerce/>



ad newblue

Allin

ame

ANYMARKET

apiki

AppsFlyer

AWIN

B2LOG

B2WADS

BARCELLOS TUCUNDUVA ADVOGADOS

Bis2Bis

BLACK FRIDAY

bling

boxit

ciclo

clearsale

corebiz

CyberSource

DIGITALHUB

m3 Performance Digital

driven

eive

emailage

fi commerce

f.up

freterápido

GhFly

HÍBRIDO

HUAWEI

ideris

iGoal

infra.commerce

intelipost

Iti 360

itelios

jadlog

JBQ Global

jet

KONCILI

konduto

lexos

linx DIGITAL

live

loja integrada

lomadee

magalu marketplace

Magento An Adobe Company

melhor envio

mercado pago

mercado shops

mundipagg

NAÇÃO DIGITAL

neoassist

NÉRUS

nuvemshop

Octagencia

olist

ONCLICK

ORACLE

OSF DIGITAL

PagBrasil

PagSeguro

PayPal

Ecosystema

# Referências

<https://mulheresnoecommerce.com.br>

<https://www.ecommercebrasil.com.br/>

<https://blog.reclameaqui.com.br/>



~ Mais ~  
**ABRACOS**<sup>®</sup>  
Academy

Tati Pezoa  
@tatipezoa  
@startuproots

tatiana.pezoa@reclameaqui.com.br



Powered by

