



eCommerce: 20 dicas para iniciar suas vendas online



eCommerce: 20 dicas para iniciar suas vendas online

O que é um eCommerce?	4
Por que investir em vendas online?	5
20 dicas para começar o seu eCommerce	11
Está preparado para começar suas vendas online?	21
Sobre o Sebrae ES	22

Na última década, os consumidores mudaram e muito a maneira como desejam comprar, e as empresas precisam acompanhar e investir nesses novos comportamentos e tendências. Os compradores pesquisam, comparam e compram com fluidez em sites, aplicativos para dispositivos móveis, lojas físicas e mídias sociais. Como a tecnologia auxilia sua jornada, os consumidores procuram experiências

notáveis nesses pontos de contato físicos e digitais com as marcas.

Se você deseja expandir sua empresa iniciar um novo negócio, a venda pela internet tem muitas vantagens - principalmente pensando em sucesso a longo prazo. O mundo está cada vez mais conectado. E os seus clientes, naturalmente, também.

Ao considerar a venda online, muitos empresários se deparam com diversas dúvidas e incertezas. Afinal, como começar

a vender seus produtos pela internet? Qual é a melhor forma de colocar isso em prática?

Neste e-book abordaremos as principais informações que você precisa saber para começar o seu eCommerce. Mas, antes...



O que é um eCommerce?

Vamos iniciar explicando o que é um eCommerce e as inúmeras vantagens de vender pela internet. Afinal, antes de mergulhar de cabeça em um negócio de comércio eletrônico, você deve saber o que ele inclui. De forma bem simples, o eCommerce abrange qualquer transação comercial que envolva a transferência de informações pela internet.

Essa é uma descrição ampla por um motivo: o comércio eletrônico pode ter muitos formatos diferentes. Pode incluir um site da marca, aplicativo móvel, marketplaces (como Amazon ou Submarino), [plataformas de mídia social \(como Facebook e Instagram\)](#), entre outras possibilidades que surgem a todo instante.

Embora existam muitas maneiras de vender aos



consumidores pela internet, a principal vantagem da venda online é que você pode vender em qualquer lugar, a qualquer momento. Você pode encontrar o cliente onde e quando ele está comprando. Não importa se eles estão sentados em casa no sofá, na hora do almoço no trabalho ou mesmo usando o aplicativo em uma loja física – todos eles podem concluir uma compra online.

Por que investir em vendas online?

As vendas feitas pela internet crescem ano após ano. Apenas esse já seria um motivo bom o suficiente para considerar migrar as suas vendas para a internet, não é? Porém, uma loja virtual ainda apresenta diversos outros benefícios atrativos para o empreendedor. Veja quais são os principais deles:

Agilidade para iniciar a operação

Iniciar as vendas em uma loja física requer um longo período de preparação. É preciso encontrar um ponto comercial, fazer reformas, contratar funcionários, compor o estoque inicial, entre outras necessidades. Já um eCommerce pode estar em funcionamento rapidamente



com o auxílio de plataformas digitais para criação de lojas virtuais.

Nos últimos anos, as plataformas de comércio eletrônico tornaram muito simples a criação de sites atraentes e confiáveis com o mínimo esforço. Você não precisa de profundo conhecimento técnico para ter um site profissional em funcionamento. Além disso, sempre é possível fazer melhorias pontuais no seu site em funcionamento.



Baixo custo

Em muitos casos, custa menos iniciar um negócio de comércio eletrônico do que uma loja física. Como acabamos de ressaltar, um ponto comercial requer o investimento com a preparação da loja para receber o público e com funcionários. Ou seja, quando você começa, o eCommerce permite evitar muitos dos grandes investimentos iniciais em que o varejo tradicional pode incorrer – como uma loja física, estoque ou folha de pagamento.

Com uma loja online, você pode construir seus negócios sequencialmente à medida que suas vendas aumentam.

Atração de consumidores

É cada vez maior o número de consumidores que iniciam pesquisas de produtos em canais digitais. Mesmo que acabem comprando em uma loja física, ele iniciam sua pesquisa online – geralmente com uma rápida busca no Google.

Os compradores pesquisam online por vários motivos: para comparar preços, comparar marcas, pesquisar comentários de clientes, verificar níveis de estoque e muito mais. A única maneira de garantir que compradores em potencial encontrem seus produtos é ter uma presença online. Se você facilitar a compra dos seus produtos com poucos cliques, certamente pode elevar seus resultados.

Informações sobre os clientes

Uma grande vantagem das vendas online é a facilidade com que é possível coletar e gerenciar os dados do cliente. Ao concentrar suas ações na internet, você pode coletar dados em primeira mão, rastreando as interações com os clientes. Com base nesses dados, é possível fornecer uma experiência cada vez mais personalizada e satisfatória.





Novos clientes

Como mencionado acima, a venda online pode assumir diversos formatos. Canais diferentes possuem públicos diferentes. E a melhor parte é que você pode usar um mix de pontos de contato online para envolver diversos públicos ao mesmo tempo.

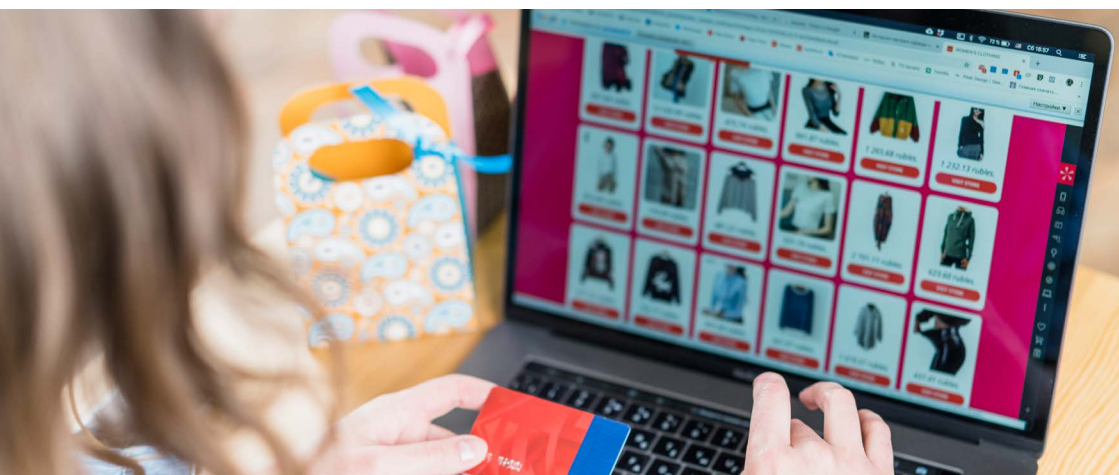
Esses canais digitais podem incluir mídias sociais, um site próprio, marketplaces, aplicativos, entre outras opções. Conforme os hábitos de consumo do seu público-alvo, é possível construir estratégias específicas para maximizar os resultados.

Ao contrário de um ponto físico, os canais online não se limitam a quem pode visitar fisicamente sua loja. É possível ser encontrado por pessoas de qualquer lugar do mundo e conquistar novos clientes espalhados

por todo o Brasil – ou, pelo menos, das regiões que você deseja atender.

Mais informações compartilhadas

Uma loja virtual pode fornecer uma experiência mais leve e prática para o público. Em poucos cliques é possível navegar por dezenas de produtos, conferir seus preços e aplicar filtros para encontrar a opção ideal.



No seu eCommerce você pode fornecer mais informações sobre seus produtos e serviços a seus clientes – sem depender de um atendente para tirar as dúvidas do público. E todas essas informações ajudam o cliente a tomar sua decisão de compra na loja ou online.

Além disso, seu site de comércio eletrônico também pode fornecer mais informações sobre sua empresa ou sobre como usar seus produtos. É possível explorar páginas,



postagens no blog e vídeos para falar mais sobre os benefícios dos seus produtos ou dar dicas para estimular novas compras.

Um exemplo disso é uma loja de roupas que faz publicações com dicas de moda para o seu público. Esse tipo de conteúdo cria uma identidade para a marca e possibilita uma experiência mais satisfatória. Em um mercado competitivo, esse tipo de informação pode ser um [grande diferencial competitivo](#).

Nichos de mercado

O comércio eletrônico torna o atendimento a nichos de mercado ainda mais fácil. Para um consumidor que deseja um produto bastante específico, pode ser difícil encontrar em lojas de sua cidade. No entanto, a facilidade e a amplitude da internet facilitam essa pesquisa. Se você atende um nicho de mercado, pode encontrar um público ainda maior na internet. Afinal, na internet é muito mais fácil alcançar um volume maior de pessoas.

Abordagem dos clientes onde eles querem comprar

Os compradores não pesquisam apenas produtos online. Eles também concluem compras pela internet. O comércio eletrônico facilita para os compradores pressionarem o



botão de compra, não importa onde estejam. Compras podem ser concluídas em anúncios do Instagram, aplicativos móveis ou no próprio site. O comércio eletrônico permite que os vendedores removam pontos de atrito e tornem mais conveniente para os consumidores a

compra dos produtos que desejam.

Você precisa vender onde seus clientes estão. Se boa parte de seus clientes faz compras online, você precisa oferecer essa possibilidade a eles.

20 dicas para começar o seu eCommerce

Mas, afinal, como você pode [começar o seu eCommerce com mais chances de sucesso?](#) Preparamos algumas dicas pontuais que vão ajudá-lo ao longo desse processo.





Planejamento das atividades

Assim como você precisa de um planejamento para guiar as atividades em uma loja física, também é fundamental que exista esse mesmo processo para a elaboração das estratégias do seu eCommerce.

1. Avalie a sua ideia

Inicie fazendo uma boa avaliação sobre a sua ideia. Quais produtos você pretende vender pela internet? Como o mercado está estruturado? O que os seus clientes estão buscando? Toda essa pesquisa inicial será fundamental para garantir maiores chances de sucesso no longo prazo.

2. Defina o seu mix de produtos

Quais são os produtos que você deseja vender? Essa é geralmente a parte mais desafiadora de iniciar um novo negócio online. Nem sempre serão os mesmos produtos que você já comercializa no seu ponto físico. É possível aumentar, reduzir ou diversificar o mix de produtos para atender às demandas do consumidor.

3. Pesquise fornecedores

Após se ater a uma forte ideia de produto, sua próxima etapa é descobrir onde e como você obterá seus produtos. Se você já possui um fornecedor de confiança, essa pode ser uma etapa simples. Porém, talvez seja necessário encontrar outras alternativas para compor o seu estoque de produtos.

4. Conheça os custos envolvidos

Além do custo da plataforma de eCommerce, também será necessário avaliar todos os demais custos envolvidos: hospedagem, domínio, segurança, gates de pagamento, ferramenta de automação de marketing, Google Ads e Social Ads, SEO, entrega ao cliente (frete), ferramentas de gestão, profissionais para gerenciar as atividades, entre outros.

5. Analise a necessidade de investimento

Os valores para uma página de eCommerce variam muito. O custo depende de uma série de solicitações e detalhes. Quanto mais funcionalidades a plataforma tiver, mais “cara” será. O ideal é saber claramente o que você quer construir, e orçar com diversos fornecedores até encontrar uma solução que atenda às suas necessidades com um



valor que esteja dentro do planejado. Enquanto existem alternativas gratuitas com recursos limitados, existem outras possibilidades de maior complexidade que exigem um investimento maior.



Pesquisa e preparação

Após o planejamento inicial, você está preparado para fazer uma pesquisa e preparação das suas atividades.

6. Pesquise sua concorrência

Você definiu os produtos, avaliou o potencial e negociou com fornecedores. Mas, antes de iniciar as vendas, é importante pesquisar minuciosamente sua concorrência para saber o que irá enfrentar e como diferenciar seu negócio na internet.

Lembre-se que os seus concorrentes online podem ser bastante diferentes dos concorrentes locais. Enquanto a sua loja física disputa apenas com outros negócios da região, a sua loja online pode atender clientes espalhados por um território muito maior. Ou seja, o mercado é maior, mas a concorrência também.

7. Planeje seus próximos passos

Para finalizar a etapa de pesquisa e preparação, separe um tempo para planejar seus próximos passos. Ou seja, você deve saber como efetivamente colocar em prática todo esse planejamento. Para isso, você pode usar ferramentas que auxiliam no processo, como o Canvas ou o Plano de Negócios - que é um documento vital para pensar em toda a estrutura da sua organização e está presente em diversas dicas que veremos ao longo deste eBook.



Configuração da sua empresa

Como a sua loja virtual será percebida pelos clientes? Você deve pensar nisso com muito cuidado,

pois a experiência entregue faz toda a diferença para o seu sucesso na internet.

8. Defina um nome para o seu eCommerce

Você usará o mesmo nome da sua loja física para o seu eCommerce? Ou pretende focar apenas em um nicho de mercado e usar um novo nome? Essa é uma decisão que irá impactar a sua marca ao longo dos anos. Lembre-se que essa decisão também passa pela escolha do domínio adequado para criar a loja virtual.



9. Crie uma identidade visual

Por mais que você já tenha uma identidade visual na sua loja física, será preciso fazer uma adaptação para a loja virtual. Para isso, garanta um layout esteticamente agradável, leve e que esteja em equilíbrio com a marca da sua empresa, com cores atrativas que valorizem as informações e os produtos apresentados.

10. Otimize o site para mecanismos de pesquisa (SEO)

Você está quase pronto para começar a construir sua loja online. No entanto, antes disso, você deve entender os conceitos básicos de SEO, para otimizar seu site para os mecanismos de pesquisa, como o Google. É dessa forma que você aumenta as chances de ser encontrado pelos seus potenciais clientes.

11. Escolha seus canais de vendas

Uma das melhores maneiras de alcançar novos clientes é escolher canais de vendas onde eles já compram. A combinação certa de canais de vendas dependerá de seus produtos e de seus clientes-alvo, mas existem diversas opções que podem complementar e dar suporte ao seu site - como as mídias sociais, marketplaces, aplicativos, entre outras.



12. Ofereça diferentes formas de pagamento

Você já desistiu de uma compra online porque não existia uma forma de pagamento adequada para você? Essa é uma situação que ocorre com frequência na internet. Para atender os diferentes tipos de clientes e seus hábitos de compras, ofereça diferentes formas de pagamento.

13. Garanta a segurança da loja virtual

Esse é um ponto importantíssimo, já que tem crescido muito o roubo de senhas e compras virtuais não permitidas por clonagem de cartão. Seus clientes precisam confiar que estão inserindo suas informações em um ambiente seguro antes de fechar uma compra.



Preparação para iniciar

Enquanto você se prepara para o lançamento do seu eCommerce, existem vários elementos de remessa e

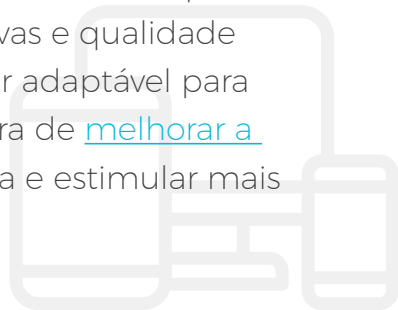
entrega para os quais você precisa se preparar. Veja quais são os principais pontos que merecem a sua atenção:

14. Mantenha atualizado o cadastro de produtos

Para que um visitante consiga fazer suas compras, o seu eCommerce precisa estar com o cadastro de produtos atualizado. Além disso, é importante criar categorias para facilitar a navegação dos usuários. O detalhamento e a especificidade das categorias simplifica o processo de busca dos clientes e aumenta a possibilidade de compra.

15. Crie um site responsivo

Você precisa ter um site que promova uma boa experiência ao cliente, com funcionalidades intuitivas e qualidade de navegação de páginas – além de ser adaptável para dispositivos móveis. Essa é uma maneira de [melhorar a experiência entregue](#) pela sua empresa e estimular mais compras.



16. Invista em Marketing Digital

Qualquer negócio que funcione pela internet deve contar com uma estratégia de marketing digital para atrair clientes e aumentar as vendas. E o que não faltam são boas opções para explorar: Google Ads, SEO, Redes Sociais, Inbound Marketing, e-mail marketing, entre outras.



17. Monitore o estoque de produtos

Antes de iniciar suas vendas, você precisa se certificar de que possui mercadorias em estoque para atender o seu público. Afinal, seria um “tiro no pé” receber um grande número de visitantes e não conseguir suprir suas necessidades, certo?



Pós-lançamento

Você fez o lançamento do seu eCommerce? Ótimo! Agora é o momento de fechar suas primeiras vendas e garantir o sucesso desse novo empreendimento.

18. Expanda sua presença digital

Agora que você lançou, o trabalho duro de marketing começa. Embora você possa levar muitos de seus atuais clientes para o eCommerce, também é fundamental começar a [aumentar a sua presença digital](#) para ser notado por um público cada vez maior.



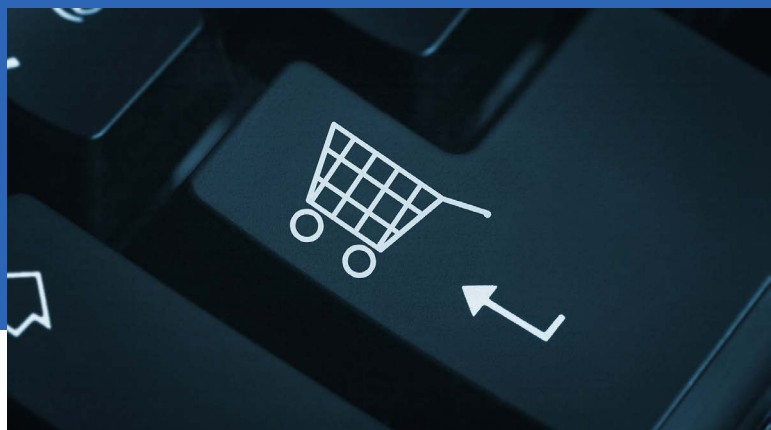
19. Continue com as ações de marketing da sua loja virtual

Depois de iniciadas as vendas, você não pode relaxar com as ações de marketing. Conforme vimos anteriormente, existem muitas opções para serem exploradas. Siga trabalhando com foco para gerar mais tráfego e criar oportunidades de vendas.

20. Monitore os resultados

Conforme as atividades vão sendo desenvolvidas, não deixe de monitorar frequentemente os resultados conquistados – tanto em relação às vendas quanto em relação às ações de marketing. Certamente, e com frequência, você encontrará





Está preparado para começar suas vendas online?

Ao longo deste e-book abordamos diversas dicas que vão ajudá-lo(a) a levar suas vendas para o mundo digital. Com tantas oportunidades de vendas online, é uma necessidade cada vez maior migrar para esse ambiente. E agora você pode dar seus primeiros passos!

Trata-se de um processo que requer bastante cuidado para minimizar os riscos e aumentar os ganhos possíveis. Com um esforço inicial para construir um eCommerce de qualidade, certamente seus clientes - atuais e novos - vão adorar a possibilidade de adquirir seus produtos com maior conveniência.



Sobre o Sebrae ES

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é uma entidade privada que promove a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos de micro e pequeno porte – aqueles com faturamento bruto anual de até R\$ 4,8 milhões.

Em 2017 completou 45 anos, atuando com foco no fortalecimento do empreendedorismo e na aceleração do processo de formalização da economia por meio de parcerias com os setores público e privado, programas de capacitação, acesso ao crédito e à inovação, estímulo ao associativismo, feiras e rodadas de negócios.

As soluções desenvolvidas pelo Sebrae atendem desde o empreendedor que pretende abrir seu primeiro negócio até pequenas empresas que já estão consolidadas e buscam um novo posicionamento no mercado.

Com atuação no estado do Espírito Santo, o Sebrae ES oferece diversas consultorias, inclusive sobre presença digital, bem como capacitações em diversas áreas de gestão, com foco em pequenos negócios. Além disso, temos também uma loja online que pode servir de inspiração. Visite nossa loja [clicando aqui!](#)



FALE CONOSCO

 0800 570 0800

