

# e COM MER CE



O que você precisa saber  
para criar e gerenciar  
uma loja virtual



### **SOBRE A AUTORA:**

## **RENATA CARVALHO**



Empresária e empreendedora, Renata é coordenadora do Ciclo Mpe e fundadora e CEO da She's the Boss, comunidade e plataforma que fomenta o empreendedorismo feminino e desenvolve mulheres para liderança. É fundadora e sócia da Interweb Media, plataforma de ensino e também, co-fundadora e sócia da startup Drive me Safe, aplicativo de mobilidade para crianças e adolescentes, que participou do programa SharkTank no canal Sony em 2019. Também é mentora do Founder Institute, palestrante e consultora de negócios. Renata tem três filhos e atua em prol da inovação, equidade e da diversidade, incentivando o protagonismo e independência da mulher pois acredita que as mulheres são agentes fundamentais para a transformar o mundo em um lugar melhor para se viver e progredir.

# SUMÁRIO

Como criar e gerenciar um e-commerce.....	5
Todo negócio precisa de planejamento. ....	7
Como escolher o mercado de atuação do seu negócio. ....	9
Entenda como realizar pesquisas de mercado. ....	11
Mercado Potencial.....	11
Pontos importantes na hora de iniciar a sua loja virtual .....	12
<b>#1. FINANCEIRO</b>	<b>14</b>
# Gestão financeira do seu e-commerce - Como fazer.....	14
Fluxo de caixa:.....	15
Boletos:.....	15
Emissão de notas fiscais: . ....	15
<b>#2. PLATAFORMA</b>	<b>16</b>
# Tipos de Plataformas para e-commerce.....	16
As plataformas open source.....	16
As plataformas Integradas .....	16
# Integrações. ....	17
# Otimizações. ....	17
# Pagamentos.....	18
<b>#3. CONTEÚDO</b>	<b>19</b>
# Construa conteúdo relevante para divulgar nas redes sociais.....	20
# Gere conteúdo contra intuitivo para se destacar. ....	21
<b>#4. SISTEMA DE GESTÃO</b>	<b>22</b>
<b>#5. MARKETING</b>	<b>24</b>
# Crie um nome bacana e coerente para sua loja virtual. ....	24
# Registre seu domínio no Registro.br. ....	25
# Registre sua marca no inpi.gov.br. ....	25
# Tráfego Orgânico x Tráfego Pago - Atraia clientes para seu E-commerce. ....	25
# Anuncie nas redes sociais.....	26
# Alimente suas redes sociais com conteúdo. ....	26
# Use o Google Search Console.....	27

<b>#6. SEGURANÇA</b>	<b>28</b>
# Contrate o SSL do site .	28
# Selos de confiança e idoneidade.....	28
# Selos de regulamentação do setor. ....	29
<b>#6. PAGAMENTO</b>	<b>30</b>
# Meios de pagamentos.....	30
Formas de pagamento utilizadas atualmente.....	30
Empresas facilitadoras. ....	31
# Contas digitais. ....	31
# Bandeiras de cartões diversos. ....	31
<b>7. LOGÍSTICA</b>	<b>32</b>
# Entrega . ....	32
# Capilaridade de atendimento.....	32
Atendimento. ....	33
# Porque oferecer frete grátis? .....	34
# Confiabilidade.    36	

# COMO CRIAR E GERENCIAR UM E-COMMERCE

Este material foi elaborado pela Coordenadora do Ciclo Mpe, projeto educacional da Câmara Brasileira da Economia Digital - camara-e.net - E tem como objetivo orientar empreendedores que estejam buscando o conhecimento para criar uma loja virtual ou e-commerce.

## A CÂMARA-E.NET

**A Câmara.e-net - Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico** é a primeira organização multissetorial da América Latina e representa um dos setores que mais crescem no Brasil.

Seu maior objetivo é promover o desenvolvimento integrado e sustentável da economia digital no Brasil, disseminar posições de consenso do setor e contribuir para a construção de boas práticas, padrões e marcos regulatórios da economia digital no Brasil e no mundo.

A Câmara.e.net se tornou referência nacional e internacional de associativismo conectado, criativo e com grande pragmatismo e organiza desde 2003 o ciclo de seminários voltados para a capacitação de micro, pequenas e médias empresas que querem atuar no comércio eletrônico ou já atuam e querem expandir seus negócios.

E também criou o projeto Ciclo MPE que já capacitou mais de 80 mil pessoas em quase 20 anos de existência.

## O CICLO MPE

O Ciclo MPE é uma iniciativa educacional da Câmara.e.net que agora também lança o **Canal do Empreendedor Digital**, que é um portal de conteúdos para constante aprendizado, para quem quer começar uma jornada no e-commerce ou para quem já está no mercado e busca aperfeiçoamento.

No Canal do Empreendedor Digital você aprenderá do zero desde a concepção da ideia inicial do seu projeto até a primeira venda, com uma linguagem simples, didática e de maneira descomplicada.

Você terá tudo que precisa em um só lugar, encontrará conhecimento de maneira simplificada sobre empreendedorismo digital.

Nossa missão é capacitar micros, pequenos e médios empreendedores no Brasil ensinando de maneira prática como criar uma loja virtual do zero, sem dificuldades.

Também oferecemos conteúdos atualizados que agregam de maneira positiva no seu negócio digital através da plataforma [vendaonlinebrasil.com.br](http://vendaonlinebrasil.com.br).



①  
MOTIVATION  
ANIMATED

BUSINESS  
THINKING

BUSINESS  
DIFFERENCE

PROS

BRANDING  
BUSINESS

SAUDE  
BUSINESS

BUSINESS  
AMBITION  
BUSINESS

CLIENT  
ZURRO

LOVE

FEEDBACK

BUSINESS  
FREEDOM  
BUSINESS  
BUSINESS

BUSINESS  
MARKETING

PROS

# TODO NEGÓCIO PRECISA DE PLANEJAMENTO

O ponto de partida de todo negócio se dá através de um planejamento bem estruturado e quando o assunto é loja virtual, é muito comum querer começar pensando em como aumentar as vendas, como otimizar o negócio na internet, etc.

Mas é preciso lembrar que antes de pensar nessa etapa do processo vem um passo fundamental que é entender como funciona um e-commerce e ter uma boa estratégia definida.

Quando tratamos de mercado digital, estamos nos referindo a um modelo de negócios diferente, com características específicas onde não se trata apenas de mais um canal de vendas que tem como objetivo aumentar o faturamento da sua loja física por exemplo. O e-commerce vai muito além disso.

Sabemos que o e-commerce aumenta sim o faturamento de lojas físicas, mas não é somente isso e se você não entender o conceito que vem antes, talvez o seu negócio não sobreviva muito tempo no mundo online.

A sua loja virtual precisa ser pensada e planejada como um modelo de negócios diferente, uma vez que ela tem características específicas como por exemplo o comportamento do público que está no ambiente online não é o mesmo que está no ambiente físico.

Ou seja, é necessário impactar esse público de maneira diferente no online, portanto, antes de começar o seu e-commerce, pense, planeje e entenda tudo o que impacta um negócio digital.

Primeiramente, não pense na sua loja virtual apenas como um canal de vendas, mas sim como um negócio que precisa de planejamento e dedicação e com isso em mente, comece a entender todos os processos que existem por trás de uma loja virtual, pois não basta apenas criar uma loja, cadastrar os seus produtos e começar a vender.

Ter um e-commerce requer pensar em uma estratégia de vendas e entender desde a experiência de compra do cliente, processos de pagamento, leis específicas que precisam ser atendidas no ambiente online até como tirar uma foto e fazer uma boa descrição dos produtos.

Porque caso as vendas não aconteçam, você pode achar que é problema da loja, mas não é.

Na maioria das vezes o motivo pelo qual a sua loja não vende é porque você não planejou e não pensou em uma estratégia antes.

Ter um planejamento claro antes de iniciar o seu e-commerce te dará uma base sólida para seguir em frente de maneira estruturada.

E com um plano bem definido, você conseguirá tomar decisões mais assertivas que poderão impactar positivamente o seu negócio no futuro.

Portanto, em primeiro lugar planeje, pesquise o seu negócio e ao terminar, faça uma revisão do planejamento antes de seguir para a próxima etapa.



# COMO ESCOLHER O MERCADO DE ATUAÇÃO DO SEU NEGÓCIO

É por aqui que você vai prosseguir. Definindo o mercado de atuação do seu negócio.

A pergunta inicial é: O que você vai vender?

Se você vai começar a sua loja virtual e ainda não sabe qual é o seu mercado de atuação, comece pela pesquisa e entenda o que o mercado está querendo, quais produtos estão sendo vendidos e o que as pessoas estão precisando.

Você precisa começar a entender quais são as demandas do mercado para que seja definido o produto ideal e para isso, existem formas de encontrar essa resposta com facilidade.

Hoje em dia, existem pesquisas no mercado que trazem essas informações para você de maneira acessível e descomplicada, como por exemplo, a [camara-e.net](https://www.camara-e.net) possui parceria com o Movimento Compre&Confie, no desenvolvimento do índice <https://www.mccenet.com.br/>, que traz uma série de indicadores sobre o varejo online brasileiro. Podemos citar também o **Ebit da Nielsen**, que disponibiliza todo ano informações e dados do mercado virtual, além de informar quais são os segmentos que estão crescendo, e o **Social Miner**, que é especializado em dados de comportamento e ajuda a melhorar a performance do seu site.

Portanto você tem acesso a informações completas sobre o que o consumidor está pedindo e a partir disso pesquisar se torna fundamental.

Todo negócio nasce a partir de uma dor e entender a dor que o seu negócio irá resolver e o porque as pessoas precisam dele é o começo de tudo.

Ao entender o motivo pelo qual as pessoas precisam do seu negócio, você irá conseguir entregar um produto para atender essa dor e a demanda com mais qualidade e também irá conseguir alcançar esse cliente com mais facilidade o que resultará consequentemente em uma melhor performance dentro do seu mercado de atuação.

Uma vez que você pesquisou, entendeu e definiu o seu mercado de atuação, o próximo passo é conhecer esse mercado no qual irá atuar para que assim você não somente aprenda sobre ele, mas também aproveite melhor as oportunidades.

Essas oportunidades se referem a por exemplo: Inserir um produto extra no mercado, pensar e montar uma estratégia de marketing com mais facilidade, pois uma vez que você conhece o seu mercado, conseguirá enxergar tudo com mais clareza e familiaridade.

Outro ponto importante é entender que, quando você entrar no mercado, encontrará outras pessoas que vendem o mesmo produto que você, ou com a mesma particularidade e daí surgirá a importância de conhecer essas pessoas, saber quem são os seus concorrentes para que assim você possa se diferenciar e entregar uma experiência muito mais favorável.



*Pense grande, comece pequeno  
e cresça rápido com um MVP.*



# ENTENDA COMO REALIZAR PESQUISAS DE MERCADO

Hoje em dia, existem duas ferramentas que estão à sua disposição na internet para que você possa realizar pesquisas de mercado de maneira acessível e gratuita.

São elas:

- Google Trends
- Facebook for Business

Através delas você consegue não somente realizar pesquisas, mas também fazer comparações das palavras que são mais buscadas, nomenclaturas, além de entender quais mercados estão em plena ascensão.

Após realizar a pesquisa, você deve validar a sua ideia e as suas pesquisas.

Para fazer essa validação, considere 3 passos importantes:

## Passo 1 - Business Plan

O Business Plan será o roteiro do seu negócio. Nele deverá ter todas as informações do seu negócio, desde a concepção da ideia inicial até onde você quer chegar com o seu e-commerce.

Esse passo irá trazer clareza de onde você está, onde você quer chegar e trará mais potência para alavancar o seu negócio.

## Passo 2 Mercado Potencial

Após elaborar o seu business plan, é hora de entender o seu mercado potencial.

O mercado potencial está sempre em crescimento, portanto, quando você consegue entender qual é o seu mercado e integrá-lo ao business plan, você conseguirá um planejamento muito mais estruturado sobre a loja virtual que você está construindo.

## Passo 3 - MVP

MVP é o produto mínimo viável que você precisa ter para vender algo.

Trazar esse conceito para a sua loja virtual se refere a ter uma mentalidade de que para começar um e-commerce, você não precisa de muito, ou seja, comece com o que você já tem, sem querer elaborar mais do que o necessário.

Portanto, entenda o mínimo que você precisa ter para começar a vender o seu produto e aplique melhorias na sua loja conforme for ganhando experiência, recebendo informações e feedbacks dos seus clientes.

# PONTOS IMPORTANTES NA HORA DE INICIAR A SUA LOJA VIRTUAL

## FINANCEIRO

Quando falamos do ponto financeiro, podemos citar uma das grandes vantagens de se ter uma loja online que é justamente o custo-benefício.



## PLATAFORMA

Um segundo ponto a ser tratado, é a plataforma. Ao me referir a plataforma, estou falando do sistema de gestão, ou seja, tudo o que você irá gerenciar na ferramenta.



## CONTEÚDOS

Conteúdo é referente a tudo que você irá comunicar ao seu cliente.



## SISTEMA DE GESTÃO

O sistema de gestão está relacionado a tudo o que você consegue fazer na plataforma sozinho, ou seja, gerenciar os pedidos, gerenciar produtos, conteúdos, gerenciar tudo o que o seu cliente faz na sua loja.



VP  
↓  
L



5



## MARKETING

Ao iniciar um negócio digital, é essencial construir um planejamento de marketing e definir a estratégia que você irá utilizar para vender seus produtos.

6



## SEGURANÇA

Uma das dificuldades mais comuns ao iniciar um e-commerce é transmitir credibilidade e a sensação de confiança ao consumidor que está do outro lado da tela.

7



## PAGAMENTO

Quando pensamos em meios de pagamento, precisamos analisar a visão tanto do lojista, quanto do cliente.

8



## LOGÍSTICA

Para construir sua operação logística, você precisa pensar em como ocorrerá a entrega da mercadoria, valor do frete, tempo de entrega, controle de estoque e canais de atendimento.

**QUANDO O ASSUNTO É LOJA VIRTUAL, VOCÊ PRECISA PENSAR EM 8 PONTOS.**

# #1 FINANCEIRO



Quando falamos do ponto financeiro, podemos citar uma das grandes vantagens de se ter uma loja online que é justamente o custo-benefício.

Ao comparar um e-commerce com uma loja física, por exemplo, podemos notar que na loja física temos custos de aluguel do ponto comercial, custo da água, luz, custo com funcionários, estrutura física da loja com possíveis reparos, etc.

Ou seja, são inúmeras variáveis que temos na loja física. Já no e-commerce temos também algumas variáveis, porém, o custo delas é bem menor e são diferentes.

Na loja online, por exemplo, você não tem o custo com aluguel do espaço, mas terá o custo mensal da plataforma do site. Além disso, você também precisará pensar nos investimentos em marketing que serão necessários para divulgar seu e-commerce.

Se você optar por utilizar um marketplace (como Amazon, Mercado Livre, Submarino), você terá uma vantagem na divulgação do seu e-commerce, já que essas são grandes plataformas que funcionam como shoppings virtuais atraindo diversos público por sua grande oferta de produtos.

Nesse caso, você deve pensar nos custos das taxas de comissões, pois essa é uma prática comum entre os marketplaces, a cobrança de uma porcentagem sobre as vendas realizadas.

Portanto, antes de iniciar sua loja online, faça uma análise desses pontos citados, levante todos os custos operacionais com o objetivo de entender se a plataforma te entregará um bom custo-benefício, pois iniciar uma loja virtual te trará custos bem menores do que uma loja física e devido a isso você não irá precisar ter um orçamento alto para começar.

## # Gestão financeira do seu e-commerce - Como fazer

Uma das partes mais importantes de um negócio são as finanças e devido a isso uma gestão financeira eficiente faz toda a diferença na administração de um e-commerce.

É muito importante nesse processo que você tenha um sistema para fazer a gestão, como o ERP (Enterprise Resource Planning) que é um sistema de planejamento de recursos empresariais que te ajuda na gestão financeira através de integrações entre as diversas áreas do seu negócio como por exemplo:

## Fluxo de caixa:

Registra entradas e saídas financeiras, balancetes e através dele você consegue analisar se o capital está sendo direcionado corretamente.

## Boletos:

São gerados através do sistema ERP automaticamente para que sejam encaminhados ao cliente.

## Emissão de notas fiscais:

Emitidas através do sistema ERP, são integradas aos pedidos.

Pense que ao iniciar o seu negócio, independente do tamanho, ter um sistema ERP irá te ajudar a simplificar, organizar e automatizar todo esse processo financeiro.

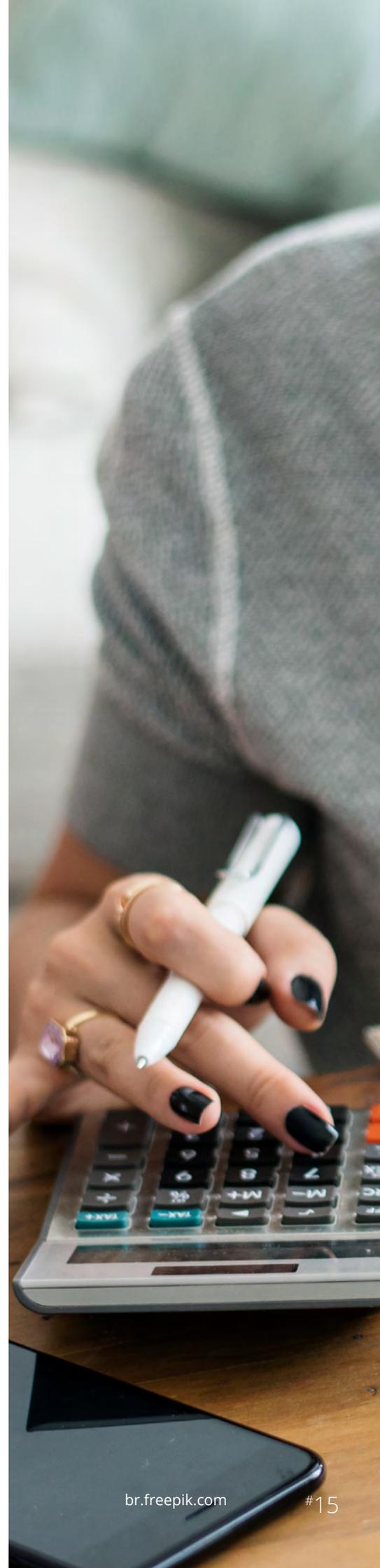
A organização e controle financeiro da sua loja virtual deve ser feita desde o começo para que seja uma base sólida e sustentável para o crescimento constante do seu negócio.

E a partir disso você conseguirá tomar decisões assertivas com base em dados, relatórios e previsões de despesas fixas e variáveis.

E para te ajudar a fazer uma boa gestão financeira do seu e-commerce, preparamos um check list importante:

- Tenha o controle financeiro para que o seu capital aumente e esteja sempre com saldo positivo.
- Direcione o capital da sua empresa baseado em metas previamente definidas para ser mais efetivo
- Pesquise, estude e entenda mais sobre gestão financeira para conseguir alavancar o seu negócio e escalar as suas vendas
- Estruture metas e planos para o seu e-commerce
- Tenha sempre em mente que planejamento e precaução são importantes
- Mantenha o contato do cliente sempre ativo
- Atualize e contabilize entradas e saídas financeiras para manter o controle das vendas

Ao colocar em prática esses pontos citados acima, você já estará na frente de muitos negócios e crescendo de forma sustentável, pois quanto mais organização e controle financeiro você tiver, maiores as suas chances serão de se destacar e alavancar as vendas do seu e-commerce.



# #2 PLATAFORMA



Um segundo ponto a ser tratado, é a plataforma. Ao me referir a plataforma, estou falando do sistema de gestão, ou seja, tudo o que você irá gerenciar na ferramenta.

Ela irá permitir que você visualize todas as vendas de forma correta, organizada e também que você consiga gerenciar todos os produtos e organização da sua loja virtual.

Permite também que você consiga elaborar as suas primeiras estratégias de marketing, gerencie seus pagamentos, gerencie o seu estoque e gere relatórios.

É importante destacar que ao escolher a plataforma você deverá avaliar se a tecnologia escolhida atende todas as necessidades de um e-commerce, pois essa escolha irá impactar diretamente em como o seu negócio irá funcionar, evoluir e com isso você poderá evitar possíveis problemas futuros.

Portanto, é imprescindível que se faça uma boa pesquisa desses pontos antes de escolher qual plataforma irá utilizar para vender seu produto.

## # Tipos de Plataformas para e-commerce

Quando pensamos em tipos de plataformas, podemos destacar:

### 1. As plataformas open source

As open source são plataformas abertas, ou seja, para construir toda a estrutura da loja virtual, você precisará de um profissional ou empresa que saiba programar um site e que faça todas as integrações das ferramentas que envolvem um e-commerce.

### 2. As plataformas Integradas

Na plataforma integrada, você já tem uma estrutura de loja virtual organizada e todas as ferramentas e soluções que um e-commerce precisa ter já estão prontas.

E para que você possa começar a utilizar as soluções de uma loja integrada, é necessário apenas pagar uma mensalidade para a plataforma.

Também existem opções na qual você consegue construir uma loja integrada de forma gratuita e inclusive, essa é uma excelente opção para você que está começando.

Você poderá iniciar o seu e-commerce sem ter nenhum custo e com o tempo se você quiser ter mais soluções para otimizar e vender o seu produto, existe a possibilidade de alterar o seu plano para um plano PRO que vai te entregar funcionalidades adicionais e te ajudar a vender cada vez mais.

Dessa forma considere pensar nos seguintes pontos ao escolher a plataforma da sua loja::

- Qual o custo da plataforma?
- Qual o custo de montar um bom layout para minha loja?
- Qual o custo de um bom sistema para vender meus produtos?
- Qual o custo dos fornecedores?

É muito importante analisar os custos operacionais para que você entenda qual é o custo benefício que essa plataforma está te entregando, para que tanto a sua experiência quanto a do seu futuro cliente sejam positivas sem ter um custo alto de investimento.

Assim você consegue se organizar, se planejar e ter também uma reserva financeira para investir em marketing e em otimizações.

## # Integrações

As integrações estão diretamente relacionadas quando o assunto é a plataforma, pois toda plataforma que oferece qualidade ao cliente tem integrações, ou seja, tem um ecossistema que funciona corretamente entregando soluções adicionais para você realizar vendas do seu produto de maneira eficiente e com isso ter uma boa experiência.

Por exemplo, quando falamos de integrações, é sobre entender se essa loja virtual te entrega ferramentas de ERP, de chat, e-mail marketing, de integração com os correios, se a loja te entrega ferramentas que te possibilitem aprimorar a estratégia de marketing do seu e-commerce.

É importante entender tudo o que está integrado na plataforma e que vai facilitar o seu trabalho online e fazer com que a sua loja ganhe tração dentro do ambiente digital.

## # Otimizações

As otimizações tem a função de melhorar o posicionamento da sua loja virtual no Google e estão relacionadas ao que você consegue fazer sem necessariamente precisar de um profissional.

Essas otimizações são as configurações de SEO (Search Engine Optimization) que são responsáveis por melhorar a visibilidade dos seus produtos e para isso, você precisa inserir o máximo de informações possível sobre o que você está vendendo com riqueza de detalhes.

O objetivo do SEO é melhorar o posicionamento do seu site nos buscadores, através do uso de palavras chave, pesquisadas por seu público.

Para otimizar o SEO do seu site, você precisa primeiro identificar quais as palavras chave do seu negócio e dos seus produtos, analisar e selecionar com atenção quais delas você utilizará em seus conteúdos (descrições dos produtos, textos ao longo do site).



O SEO gera tráfego orgânico para o seu negócio, ou seja, traz pessoas que estão no google para dentro do seu site, de forma gratuita.

Mas para desenvolver esta estratégia, é necessário otimizar o site por completo, pensando nas palavras chave e na riqueza de detalhes dos seus conteúdos.

## # Pagamentos

Analisar e entender quais são as formas de pagamento que estão integradas à sua loja, assim como quais são as taxas dos meios de pagamento disponíveis na plataforma, como eles funcionam e se eles tem um sistema antifraude é uma etapa muito importante.

Pois sempre que você for buscar uma plataforma, considere entender quais são os meios de pagamentos integrados, juntamente com uma verificação sobre a facilidade que você tem de entrar em contato com o suporte desses meios de pagamento antes de iniciar.

Porque é através do sistema de pagamento que você irá receber o dinheiro das vendas do seu e-commerce, portanto, avalie e escolha um sistema que ofereça soluções que atendam tanto você quanto o seu público.

Listamos abaixo algumas opções de sistemas de pagamento para você analisar e começar essa etapa:

- Mercado Pago
- Pay Pal
- Pag Seguro
- Pagar.me
- PagHiper

# #3 CONTEÚDO



Conteúdo é referente a tudo que você irá comunicar ao seu cliente.

Quando falamos em e-commerce, talvez seja um dos pontos mais importantes do processo, porque é através do conteúdo que o seu cliente terá acesso à sua loja, irá gostar e se vincular ao seu produto.

O perfil do consumidor mudou muito de alguns anos atrás até a atualidade. Antigamente, quando o assunto era conteúdo, bastava postar a foto de uma roupa e isso já era o suficiente para gerar vendas, que por sinal é o maior objetivo dos empreendedores digitais.

Mas hoje esse cenário mudou, e para se destacar no mercado digital, as pessoas precisam de algo que vai muito além da venda, elas precisam saber quem está por trás do produto, como são os bastidores, qual material foi utilizado, por quê eu preciso usar essa determinada peça de roupa, etc.

Portanto, quem quer empreender no mundo digital hoje em dia precisa ser muito mais do que um vendedor, precisa inclusive saber criar conteúdo de qualidade para gerar conexão com seus clientes.

Entenda esse processo como uma jornada de compra, pois o seu cliente precisa saber de todas essas vertentes, passar por todos esses pontos de conexão antes de chegar ao final da jornada e comprar o seu produto.

Inclusive, muitas pessoas começam a se interessar pela sua marca, não pelo seu produto em si, mas sim pelo conteúdo que você apresenta, pois é o conteúdo que tem o grande poder de conectar e gerar maior valor percebido para o seu produto, ou seja, vai muito além do que qualquer venda direta.

Você já percebeu que quanto mais as pessoas estão conectadas, mais elas querem proximidade com você e conseqüentemente com o seu produto?

Pois é, criar conteúdo significa criar uma conexão tão grande na qual as pessoas vão desejar o seu produto sem você ter que vender.

## # Construa conteúdo relevante para divulgar nas redes sociais

O primeiro ponto a se considerar para construir conteúdo relevante, é pensar na constância nas redes sociais.

Antes de mais nada, você precisa entender e parar para pensar quantas vezes por semana consegue se dedicar a criação e postagem do seu conteúdo.

Uma vez que você definiu a frequência, mantenha essa quantidade toda semana sem alterar.

Por exemplo, se você conseguir postar conteúdo 1 vez por semana, mantenha dessa forma, mas se conseguir postar 3 vezes durante a semana, mantenha 3 vezes e assim por diante.

Você precisa definir isso e ser constante, pois irá criar esse hábito na sua rotina empreendedora e com o seu público.

Inclusive, uma dica para você gerar mais conexão é a seguinte:

Se você tem uma loja de roupas por exemplo, mostre os bastidores do seu negócio, mostre como você organiza as peças nas araras, mostre um pouco da sua rotina ao abrir e fechar a loja, grave um vídeo mostrando que chegou uma nova coleção e vá mostrando ao poucos essas peças para a sua audiência.

Tudo isso é pensado dessa maneira porque hoje em dia o que engaja e conecta é quem está por trás do negócio, ou seja, as coisas mudaram e o conteúdo atualmente não é mais tão automático como era a alguns anos atrás, é preciso construir uma proximidade do seu público com o seu negócio e isso será um grande diferencial da sua marca.

E se se você está começando agora, abaixo seguem algumas dicas importantes:

**1** Se você vende roupa e precisa tirar foto, coloque essa roupa no corpo de uma pessoa, pois o público quer ver como é o movimento da roupa no corpo, o caimento, muito mais do que ver em uma arara ou manequim. Dessa forma você humaniza a sua marca. O mesmo vale para acessórios, sapatos, etc.

**2** Combine a peça com o ambiente, com sapatos e acessórios para que o seu público veja como ficará a composição. Crie composições para o seu produto.

**3** O que você vende não é somente o seu produto, você oferece uma experiência, uma consultoria de estilo e composição da sua peça ou produto.

## # Gere conteúdo contra intuitivo para se destacar

Conteúdo contra intuitivo é quando você cria um conteúdo e faz uma postagem que vai muito além da consciência do seu público, por exemplo, as pessoas estão acostumadas a ver peças de roupas em mulheres altas com o perfil de modelo.

Mas o que acontece é que a maioria do público não tem esse perfil, as estaturas podem variar muito de pessoa para pessoa, bem como o formato do corpo.

Então o conteúdo contra intuitivo é justamente você ir na direção oposta desse padrão e postar suas peças de roupa por exemplo em alguém que não necessariamente tenha esse perfil, mas sim um perfil que se aproxime mais da realidade da maioria das pessoas.

Quando você faz isso, você vai contra a maré e se destaca por alterar e entrar mais profundamente no nível de consciência das pessoas em relação ao seu produto e consequentemente gera mais vendas.

Quanto aos canais disponíveis nas redes sociais, recomendo que se você estiver começando sozinho, foque apenas em uma rede social e um site no começo e com o tempo e desenvolvimento do seu negócio vá distribuindo seu conteúdo em mais canais disponíveis.

Portanto, escolha a rede social que tem mais a ver com o seu público, invista seu tempo no desenvolvimento e crescimento deste canal, fortaleça apenas uma rede e depois amplie.

Ao colocar em prática e seguir esses exemplos você irá se tornar referência e terá não somente seguidores da sua marca, mas sim, consumidores.



# #4 SISTEMA DE GESTÃO



O sistema de gestão está relacionado a tudo o que você consegue fazer na plataforma sozinho, ou seja, gerenciar os pedidos, gerenciar produtos, conteúdos, gerenciar tudo o que o seu cliente faz na sua loja.

Se trata de uma ferramenta onde você irá centralizar a gestão de todas as áreas do seu negócio, pois irá permitir que você organize e controle diferentes áreas de uma forma prática e simples.

Hoje em dia, você consegue ter acesso a softwares de gestão que podem facilitar muito a sua rotina empreendedora e a administração do seu e-commerce, além de ter a facilidade de conseguir integrar toda a gestão da sua loja em um único lugar, como por exemplo a contabilidade, estoque, fluxo de caixa, relatórios e demonstração de resultados.

Dessa forma poderá otimizar e automatizar todo o processo, o que te permite focar na criação de estratégias para fazer o seu negócio alavancar.

O ERP (*Enterprise Resource Planning*) é um sistema de planejamento de recursos empresariais que vai te auxiliar na gestão e facilitar o acesso aos dados e desempenho da sua loja para que dessa forma você consiga tomar decisões assertivas no seu negócio, considerando e se baseando nos diversos fatores da sua loja.

Abaixo, listamos os principais benefícios que um ERP pode trazer para o seu negócio:

- Automatização dos processos da sua loja virtual
- Elimina tarefas repetitivas, como por exemplo, atualização de estoque
- Elimina tarefas manuais
- Coleta de informações em tempo real
- Seu negócio se mantém de acordo com a legislação tributária
- Controle de seus resultados financeiros
- Com um ERP você controla o seu negócio de qualquer lugar
- Economia de tempo na operação
- Venda em escala
- Ajuda você a entregar uma melhor experiência de compra ao seu cliente

Dentre os sistemas ERP, podemos citar o [Bling](#) e o [Tiny ERP](#).

Esses sistemas te ajudam a descomplicar processos, organizar a sua rotina e o seu dia a dia através da centralização de todos os setores da sua empresa.

Dentre eles estão:

- Cadastro de produtos
- Anúncio dos seus produtos em múltiplos canais de vendas
- Recebimento dos pedidos
- Emissão de notas fiscais
- Compras
- Gestão Financeira
- Controle de estoque
- Integração com correios e marketplaces
- Cadastros
- Relatórios
- Conta Digital
- Boletos

Afinal, se você busca evolução e crescimento no ambiente digital, o uso do sistema ERP desde o início do seu negócio irá fazer com que a sua loja virtual se eleve a um patamar mais alto, pois ele te trará eficiência, economia de tempo, dinheiro e isso irá permitir que você fique focado nas vendas do seu negócio.

Inclusive, atualmente já temos comprovação de que o lojista que vende online utilizando um ERP, vende até 6 vezes mais do que um lojista que faz tudo de forma manual, pois a partir do momento em que você automatiza o seu negócio, você consegue processar um número cada vez maior de pedidos com mais eficiência na operação do dia a dia.

Veja o que o sistema ERP irá automatizar para você:

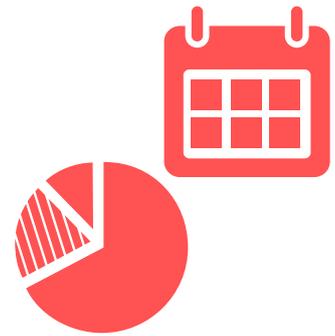
- Importação de pedidos
- Gestão de estoques
- Emissão de notas automatizadas
- Integrações logísticas automatizadas
- Agilização na preparação do envio dos pedidos

Basicamente, o trabalho que você irá ter utilizando um ERP será importar os seus pedidos e preparar a mercadoria para envio.

E atualmente as opções disponíveis atendem desde o pequeno até grandes empresas, portanto, você poderá encontrar planos com baixo investimento caso esteja começando.

Tenha em mente que para organizar a sua empresa, não é necessário esperar ela crescer, um ERP é importante desde o momento inicial para que tudo fique centralizado e cresça de forma organizada e sustentável.

# #5 MARKETING



Ao iniciar um negócio digital, é essencial construir um planejamento de marketing e definir a estratégia que você irá utilizar para vender seus produtos.

Diferente de uma loja de rua, ou uma loja de shopping, o e-commerce não terá uma estrutura física aberta para visitas. Portanto, é através da divulgação online que seu público saberá da existência da sua loja virtual e poderá acessá-la, para então se tornarem clientes.

O marketing é o que dará forças ao seu e-commerce, portanto, escolher uma plataforma capaz de te entregar recursos que te possibilite pensar em estratégias de marketing e definir essa estratégia desde o começo te dará uma ideia geral dos próximos passos a serem trilhados e trará tração ao seu negócio.

## # Crie um nome bacana e coerente para sua loja virtual

Após definir seu mercado de atuação, seu público, os produtos que você irá vender, é hora de encontrar um nome para o seu e-commerce. Reserve um tempo para pensar sobre isso, pois é importante que o nome da sua marca tenha relação com o seu mercado e também com você.

Refleta se será fácil as pessoas assimilarem o nome da sua loja com os produtos que você vende e tome cuidado com abreviações como CIA (companhia), pois o cliente pode não saber como pesquisar por sua empresa na internet.

Antes de definir o nome, é preciso pesquisar se não existe outra marca com nome parecido ou igual ao que você deseja utilizar.

Para fazer esta verificação, pesquise no Instagram se existem perfis já criados com o nome desejado, pesquise também no google se o domínio que você deseja utilizar está disponível, ou se alguma outra empresa tem nome muito parecido, que possa gerar confusão entre seus clientes e os clientes deles.

Você deve acessar também o site do Inpi.gov.br e verificar se nenhuma marca foi registrada com o nome escolhido.

Toda essa verificação prévia pode futuramente te salvar de outras dores de cabeça, como ter que trocar de nome quando você já estiver divulgando o seu e-commerce. ,

## # Registre seu domínio no Registro.br

Agora que você tem um nome, você pode comprar o domínio do seu site através do registro.br.

Você pode adquirir o domínio .com.br como domínio principal do seu e-commerce e o .com como domínio adicional, para evitar que outra empresa compre o .com e concorra diretamente com seu e-commerce.

O domínio tem um custo anual de renovação e caso você prefira, você pode pagar por mais anos de uma vez.

E contanto que você realize o pagamento anual, aquele domínio será de sua propriedade e é através desse domínio que seus clientes encontrarão a sua empresa na internet, ele é o endereço da sua loja virtual.

## # Registre sua marca no inpi.gov.br

A marca está entre um dos principais patrimônios da sua empresa, pois uma vez consolidada no mercado, o poder da sua marca influenciará também no valor e no preço dos seus produtos.

E é por isso que, desde o início, você deve garantir que a sua marca esteja protegida.

Registrar sua marca é a única forma de protegê-la legalmente da concorrência. Uma vez registrada no INPI, você terá o direito exclusivo de uso em todo o território nacional, evitando que outras pessoas a copiem.

Apesar dos custos envolvidos e de ser um processo longo, o registro da sua marca é um investimento que você fará para garantir a continuidade da sua empresa.

No site do Inpi.gov.br você encontra todas as informações necessárias para dar início ao processo, e caso você opte por buscar ajuda para realizar o processo do registro, existem empresas hoje especialistas neste serviço.

## # Tráfego Orgânico x Tráfego Pago - Atraia clientes para seu E-commerce

Uma vez que o nome da sua marca foi escolhido e registrado, que o seu site está no ar e as suas redes sociais foram criadas, é hora de trazer seu público para conhecer e comprar seus produtos.

Existem diversas estratégias de Marketing para a divulgação do seu e-commerce e definir por qual caminho seguir vai depender do orçamento que você tem disponível.

Tráfego é como chamamos todo o alcance, visitas e visualizações que você recebe na sua loja virtual.

Existem duas formas de se trazer audiência para dentro do seu site: o Tráfego pago, através de anúncios, e o tráfego orgânico, através de conteúdo.

A seguir você verá em detalhes cada uma dessas estratégias para decidir por onde começar.

## # Anuncie nas redes sociais

Todos os dias nas redes sociais somos impactados por diversos tipos de anúncios, sejam em formato de posts, de stories, no Facebook, ou no Instagram. E para que esses anúncios apareçam para o público certo, existe todo um planejamento por trás.

Ao anunciar nas redes sociais, você pode definir dentro da plataforma de anúncios o seu público alvo. Desde gênero, idade, até localização, interesses e comportamentos.

O gerenciador de anúncios do Facebook é utilizado para a criação destes anúncios de acordo com o seu objetivo, por exemplo, atrair mais visitantes para seu site, atrair mais visitantes para seu perfil nas redes sociais, gerar cliques, alcançar um grande número de pessoas, etc.

Se você quer começar a anunciar mas ainda não tem domínio da plataforma de anúncios do Facebook (que é a plataforma oficial para anunciar tanto dentro do Facebook quanto do Instagram), você pode iniciar realizando alguns testes na ferramenta de anúncios do próprio Instagram, que é uma versão bem simplificada da plataforma de anúncios.

Ao postar uma imagem, você pode utilizar o botão 'promover' para criar sua primeira campanha de anúncios nas redes sociais, definindo uma meta (receber visitas no perfil, no site ou mensagens), o público (de acordo com gênero, idade, localização e interesses) e também a verba investida por dia.

A plataforma do gerenciador de anúncios do Facebook apesar de mais complexa, oferece mais opções de segmentação do público e também outros recursos mais precisos para anunciar seu e-commerce, portanto sempre que possível concentre seus investimentos lá.

Anunciar seu e-commerce é a forma mais rápida de alcançar potenciais clientes, porém é uma estratégia que exige investimento financeiro. Portanto antes de iniciar, é preciso definir sua verba.

## # Alimente suas redes sociais com conteúdo

O marketing de conteúdo é aquele que atrai o tráfego orgânico para seu site, ele requer tempo e dedicação para criar conteúdos de qualidade que atraiam sua audiência e é bastante eficaz para aumentar as vendas da sua loja virtual.

Com ele você pode além de atrair o interesse do seu público alvo, educá-lo a respeito do seu produto e com isso gerar ainda mais interesse e desejo de compra.

Essa estratégia consiste em criar conteúdo que gere valor para seus seguidores e que realce vantagens, pontos positivos do seu produto. É o momento de mostrar para o cliente porque ele precisa comprar aquele produto e por que deveria comprar de você.

E uma vez que você conquista sua audiência nas redes sociais, você pode direcioná-la para seu site.

A criação de conteúdo também traz credibilidade e autoridade para o seu e-commerce.

As redes sociais, como o Instagram e o Facebook são pontos de contato direto com seu cliente, portanto aproveite este espaço para mostrar mais detalhes sobre a sua empresa, seus diferenciais, quem está por trás dela, os bastidores e o dia a dia.

Dessa forma, o seu cliente pode engajar com sua marca e passar a segui-la, indicá-la e principalmente, lembrar dela ao precisar comprar o produto que você vende.

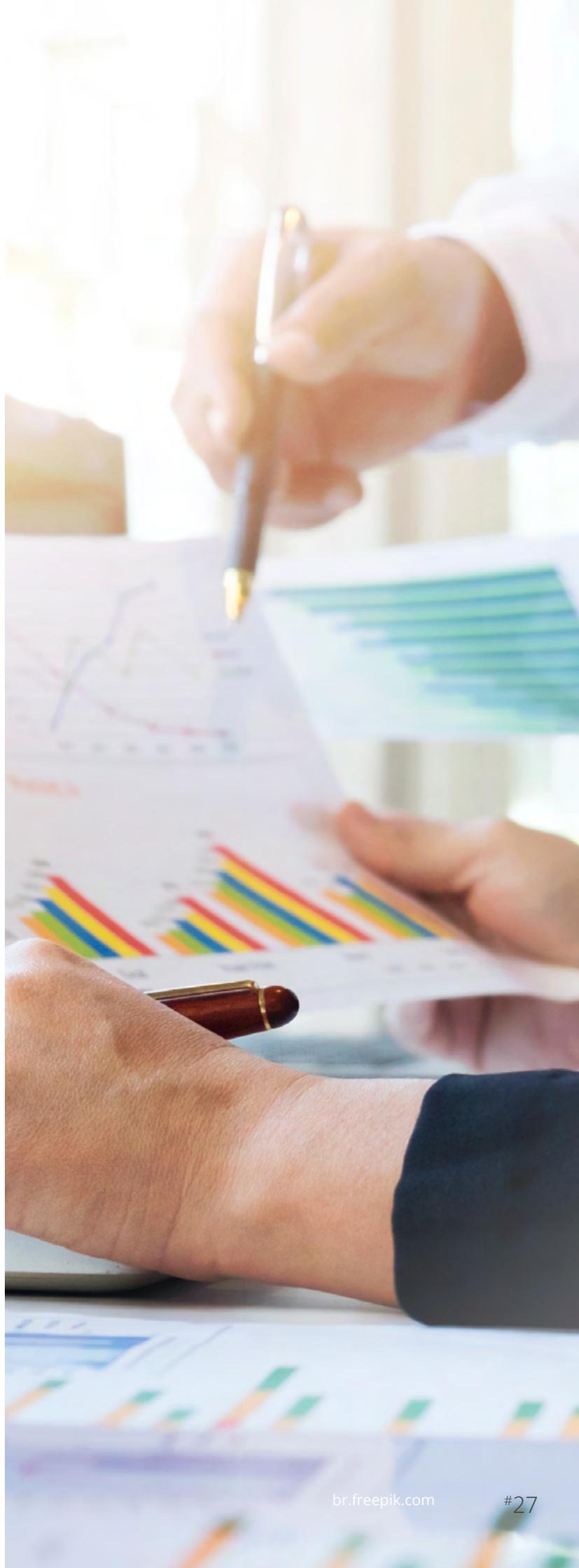
## # Use o Google Search Console

Uma vez que você começa a trazer clientes para dentro do seu site, através do tráfego orgânico ou pago, é importante acompanhar e analisar o desempenho do seu site, para garantir que os clientes tenham uma boa experiência com a sua plataforma.

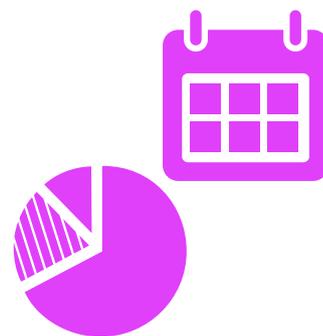
Existem muitas ferramentas disponíveis para te ajudar a acompanhar o desempenho do site e o Google Search Console é uma das melhores.

O Search Console ajuda a analisar o desempenho do seu site nas pesquisas do Google. Você pode ver com que frequência as páginas do seu site aparecem nas pesquisas do Google, você pode monitorar também quantos acessos seu site recebe e o que as pessoas estão procurando no Google que as leva a clicarem no seu site.

Com esses dados em mãos, você pode analisar se a sua estratégia de marketing está sendo efetiva, pode estimar também qual a porcentagem de visitantes está sendo convertida em clientes. O Google Search Console também te avisará se você tiver algum problema de segurança no seu site.



# #6 SEGURANÇA



Uma das dificuldades mais comuns ao iniciar um e-commerce é transmitir credibilidade e a sensação de confiança ao consumidor que está do outro lado da tela.

Ao entrar no seu site pela primeira vez, seu cliente ainda não te conhece. Portanto é necessário pensar nos detalhes que vão fazer com que o seu cliente se sinta em um ambiente seguro.

Veja abaixo alguns itens de segurança indispensáveis para que os seus clientes tenham confiança em colocar seus dados e efetuar compras em seu site.

## # Contrate o SSL do site

O certificado SSL é representado pelo cadeado ao lado do domínio quando você acessa o site, além do https no início da url ao invés de http. Ele é responsável por proteger seu site e os dados de quem navega nele através da criptografia dos dados, garantindo que seu cliente esteja em um ambiente seguro.

Quando você acessa um site que não possui este certificado, o próprio computador ou smartphone mostra um aviso de site não seguro, ou seja, para que seus clientes permaneçam no seu site e sintam que é um site confiável, o primeiro passo é contratar o certificado SSL.

## \$ Selos de confiança e idoneidade

Os selos de segurança são imagens inseridas no e-commerce que mostram os serviços de segurança utilizados. Não são apenas uma imagem, mas sim um sistema que garante ao comprador que está em um ambiente seguro.

O Selo Clique e-Valide, por exemplo, é conferido pela Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico (camara-e.net) às micros, pequenas e médias empresas que se associam ao Movimento e-MPE.

Para recebê-lo, a loja precisa preencher um cadastro no site [www.e-mpe.com](http://www.e-mpe.com) e assinar o Código de Ética do Movimento e-MPE, que estabelece normas de conduta e boas práticas para atuação no comércio eletrônico, com foco no respeito aos direitos dos usuários consumidores.

Depois disso, a loja passa por um processo de avaliação da camara-e.net, que verifica se o site divulga informações importantes aos consumidores, como CNPJ, Razão Social, endereço completo e formas de contato.

É importante inserir selos de segurança em todas as páginas do seu site e

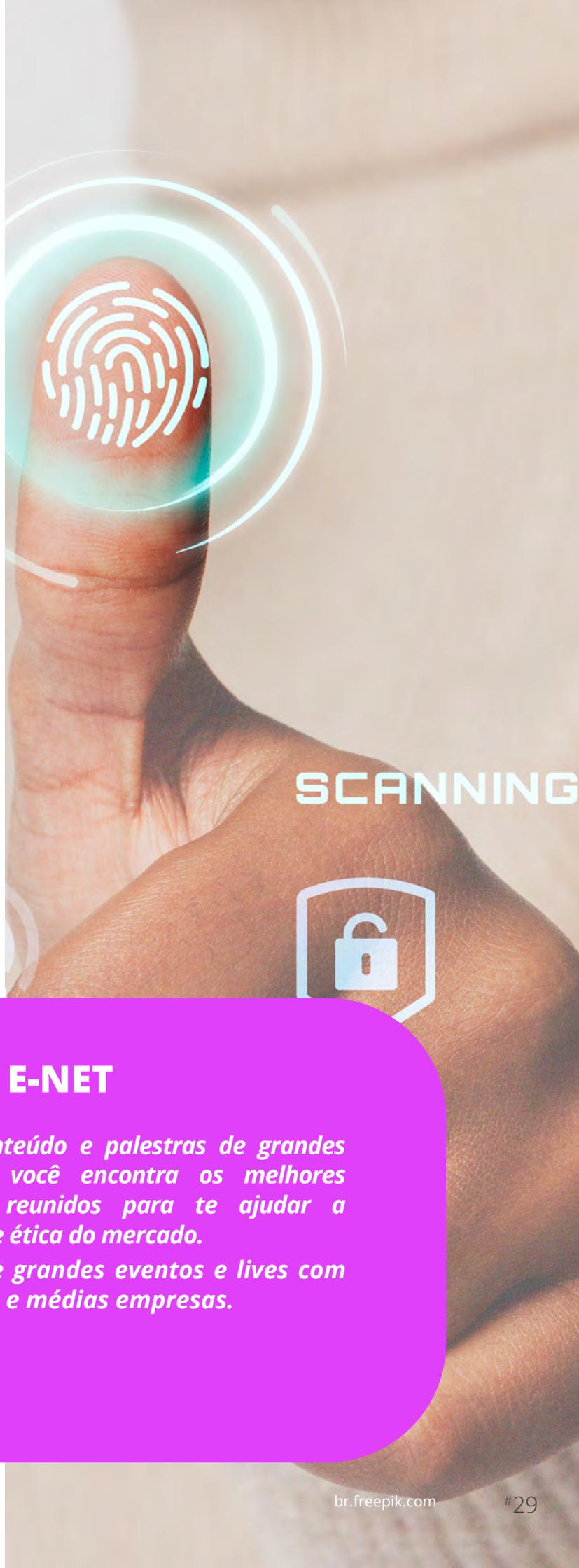
principalmente na sua página de checkout, garantindo a confiabilidade do cliente e também uma melhor taxa de conversão para seu e-commerce.

Em geral os consumidores tendem a fechar negócios mais facilmente em lojas virtuais que dispõem destes mecanismos de proteção.

## # Selos de regulamentação do setor

Dependendo do tipo de produto oferecido em seu e-commerce, você pode precisar também de selos de regulamentação de acordo com o setor em que você atua.

Por exemplo, o selo do Inmetro, que nesses casos é utilizado para garantir ao consumidor que aquele produto tem autorização para ser comercializado, cumprindo uma série de requisitos de acordo com o órgão regulamentador.



## CANAL E-NET

*O canal e-net tem muito conteúdo e palestras de grandes profissionais do mercado. Lá você encontra os melhores especialistas em e-commerce reunidos para te ajudar a empreender, seguindo padrões de ética do mercado.*

*Associe-se para participar de grandes eventos e lives com conteúdo para micro, pequenas e médias empresas.*

# #7 PAGAMENTO



## # Meios de pagamentos

Vamos entender o que é um meio de pagamento?

Quando pensamos em meios de pagamento, precisamos analisar a visão tanto do lojista, quanto do cliente.

Para o lojista, se trata da forma que ele irá receber os valores das vendas realizadas, já para o cliente o meio de pagamento é a forma na qual ele irá pagar pelo produto.

### Formas de pagamento utilizadas atualmente

- Cartão de crédito
- Cartão de débito
- Boleto bancário
- Pix
- Transferência
- Links de pagamento

As formas de pagamento diversas existem para facilitar a troca de informações financeiras entre o lojista e o cliente e hoje em dia muitas empresas estão oferecendo essas facilidades na hora de realizar uma transação e essas soluções também permitem a integração a um sistema ERP para facilitar os processos.



## EMPRESAS FACILITADORAS

ADQUIRENTES			SUBADQUIRENTES	
Cielo	Stone	Rede	PagSeguro	PayPal.
<p>São empresas adquirentes que processam as transações feitas com cartões de crédito e débito nos e-commerces e em lojas físicas.</p> <p>As empresas adquirentes verificam diretamente com o banco se existe saldo para realizar determinada transação no débito ou se existe limite no crédito antes de aprovar a compra e cobram taxas para a realização desse processo.</p>			<p>São empresas intermediadoras, ou seja, elas fazem a intermediação dos pagamentos e recolhem dados dos clientes para enviar à empresa adquirente.</p>	

## GATEWAYS DE PAGAMENTO

Realizam de forma segura a troca de dados entre o lojista e a adquirente, como por exemplo, número de cartões de crédito, nome do cliente e códigos de verificação.

### # Contas digitais

Antigamente, abrir uma conta bancária para uma empresa representava uma burocracia sem limites. Tornando essa opção inviável para pequenos empreendedores.

Com a chegada das contas digitais, a abertura de uma conta empresarial pode ser feita sem sair de casa, com aprovação rápida e sem taxas de abertura, anuidades, ou quaisquer outras cobranças.

Abrir uma conta para seu e-commerce é vital para a saúde do seu negócio. Separar as contas pessoais das contas da empresa, fará com que o caixa e o capital de giro da sua empresa não sejam comprometidos com finanças pessoais.

Já existem hoje diversos bancos digitais que oferecem a emissão de boletos, saques, cartões de crédito e débito e muitas outras soluções financeiras para seu e-commerce sem as cobranças de taxas dos bancos tradicionais.

### # Bandeiras de cartões diversos

A fim de atender uma variedade de públicos em seu e-commerce, o pagamento deve ser oferecido em diversas bandeiras, as mais tradicionais e utilizadas no Brasil são Visa, Mastercard, American Express e Diners.

# #8 LOGÍSTICA



Ter diversas opções de pagamento em seu site impactará positivamente em sua conversão em vendas

Uma das questões mais delicadas em um e-commerce e que determinam o Feedback dos seus clientes e conseqüentemente a reputação e o crescimento da sua empresa é a operação logística.

Para construir sua operação logística, você precisa pensar em como ocorrerá a entrega da mercadoria, valor do frete, tempo de entrega, controle de estoque e canais de atendimento.

Tudo isso precisa ser definido e integrado desde o primeiro momento para garantir que o cliente tenha uma experiência positiva após a compra.

## # Entrega

Para iniciar suas vendas, é necessário fazer a integração das entregas. Caso o seu e-commerce não ofereça frete grátis, ou caso o frete grátis precise atender alguns requisitos de compra (como valor mínimo), será preciso que o cliente faça o cálculo do frete no momento da compra.

A integração de serviços de remessa automatiza o processo de compra da sua empresa.

O correio é a ferramenta principal, para dar início a sua operação. Se você tem uma operação regional, você pode contratar também entregas com motoboys, ou serviços de transportadoras.

Você pode optar por utilizar um software de envio de remessas, que te ajudará a se organizar e a simplificar o processo de envio dos produtos.

Serviços como o Manda Bem, o Melhor Envio e a Frenet, integrados ao seu site, oferecem facilidades como cotação de fretes, geração de etiquetas e acompanhamento de postagens, melhorando a experiência dentro do seu e-commerce.

## # Capilaridade de atendimento

Os correios oferecem algumas vantagens para que você dê início à sua operação logística, uma delas é sua capilaridade de entrega, sendo a maior operadora logística da América Latina.

O Programa aproxiME - programa de apoio ao microempreendedor, foi criado com o objetivo de trazer conteúdo, tirar dúvidas e apoiar o crescimento dos empreendedores.

Se você ainda não tem uma operação logística e quer iniciar suas vendas, os correios oferecem serviços completos, desde a armazenagem, separação de pedidos, embalagem, envio até o controle de trocas e devoluções dos seus produtos.

O contrato com os correios é feito através do Correios Fácil, com contratação online e redução de até 20% nos preços dos fretes.

## # Atendimento

Com o avanço das vendas online, principalmente devido ao cenário prolongado de pandemia, o comportamento de compras dos consumidores mudou de forma definitiva. A maioria dos produtos que antes eram comprados presencialmente, hoje podem ser comprados também através da internet.

Com isso surgiram novas necessidades no quesito atendimento ao cliente. O cliente que antes estava acostumado a tirar suas dúvidas na própria loja, hoje busca o mesmo tipo de suporte no pré e pós venda.

E é por isso que é muito importante preparar este atendimento e garantir que o cliente tenha diversos pontos de contato com a sua empresa.

Seja por telefone, whatsapp, e-mail, redes sociais, hoje os clientes tendem a buscar diversos canais e esperar que sejam bem atendidos, o mais breve possível.

Independente da sua estratégia de atendimento, é importante pensar na velocidade do atendimento e também se você tem disponibilidade para atender diversos canais.

Uma dica importante é não demorar muito para responder seus clientes, mesmo que sejam feedbacks negativos, lide com isso para estabelecer um bom relacionamento com o cliente.

Tome cuidado com erros de português e busque retornar o contato em até 24 horas.

Uma estratégia para atender mais rapidamente seu cliente é ter preparado uma lista com as principais dúvidas em relação aos seus produtos, formas de envio, pagamento, frete, etc.

Essa lista pode ser alimentada de acordo com a sua experiência no dia a dia do e-commerce e facilitará o rápido atendimento e também o treinamento de novos integrantes da equipe.

O SAC da sua empresa reflete pontos que necessitam de melhoria, portanto escute o feedback dos seus clientes para entender como você pode melhorar seu produto, sua entrega ou seu atendimento.

## # Porque oferecer frete grátis?

### ESTRATÉGIAS PARA VENDER MAIS

Os consumidores, em geral, gostam da sensação de estar economizando, mesmo que precisem comprar mais coisas para isso.

É uma prática comum do comportamento do cliente, acessar um e-commerce buscando apenas o produto 'x' e ao se deparar com a possibilidade de frete grátis comprando mais produtos, acabar se interessando por outros itens para aproveitar a promoção. Mas atenção, pois o maior erro ao oferecer frete grátis, é não se planejar corretamente e acabar saindo no prejuízo.

Para oferecer o frete grátis, de forma a impulsionar suas vendas e gerar lucro para seu e-commerce, primeiro você precisa ter em mãos algumas informações, para definir como será aplicada esta promoção.

Você precisa entender: Qual a sua margem de lucro? Quanto os clientes costumam gastar na sua loja? Qual o valor do frete para cada região? Qual o valor dos seus produtos?

Tendo estas informações em mãos, você pode definir uma estratégia de frete grátis e testar com seus clientes, veja alguns exemplos:

#### 1. Toda a loja virtual com frete grátis por tempo limitado

Essa é uma das opções menos utilizadas, porque dificilmente você conseguirá aplicá-la para todos os produtos e todas as regiões. Pode ser utilizada por um breve período de tempo, ou uma promoção sazonal.

Ex: Frete grátis para todo o Brasil nos dias 10/11 e 11/11

#### 2. Frete Grátis a partir de um determinado valor

Essa estratégia fará com que o cliente compre mais produtos da sua loja para ter o frete grátis.

Ex: Frete grátis para todas as compras acima de R\$149,90 independente da região.

### 3. Frete Grátis por região

Você pode oferecer o frete grátis para regiões próximas a você, ou seja, regiões que em geral teriam um frete menor para o cliente.

Ex: Frete grátis para a região sudeste.

### 4. Frete fixo por região

Você absorve parte do frete e deixa um frete menor para o cliente, de acordo com o valor de compra.

Ex: Região Sudeste Frete Fixo de R\$9,90 em compras a partir de R\$149,00.  
Região Sul Frete Fixo de R\$19,90 em compras a partir de R\$169,00

### 5. Frete Grátis por valor do pedido + região

A política mais utilizada hoje em dia pelos lojistas é essa: frete grátis por valor do pedido + região. Dessa forma, você consegue oferecer promoções diferentes, de acordo com a região em que o frete é mais barato até o frete mais caro, sem ficar no prejuízo.

Ex:

- São Paulo capital, frete grátis nas compras acima de R\$99,90
- Região Sul e Sudeste, frete grátis nas compras acima de R\$ 199,90
- Região Norte, Nordeste e Centro Oeste, frete grátis nas compras acima de R\$ 299,00

Definir qual a melhor estratégia para seu e-commerce e qual dará melhor resultado irá depender da sua avaliação em relação aos custos, margens, etc e também dependerá do teste.

Você também pode calcular os preços dos produtos da sua loja virtual incluindo uma parcela do frete, para oferecer preços de frete mais competitivos, sem ficar no prejuízo.

## # Confiabilidade

Antes de iniciar suas vendas, não deixe de pensar na política de trocas e devoluções do seu site, crie uma página de fácil acesso com todas as informações necessárias, para que você também possa se resguardar caso haja algum tipo de questionamento por parte do cliente.

Seja transparente. Apresente também sua política de frete, deixando claro como funciona, quem são seus operadores logísticos, quais são os prazos.

Se o produto tem um tempo de produção, deixe claro o tempo de produção e o tempo de entrega. E caso você tenha uma oferta de frete grátis, explique quais são as condições para a aplicação desta oferta.

Garantir que o visitante do seu site tenha todas as informações necessárias sobre sua empresa, os produtos oferecidos, meios de pagamento, políticas de troca, devoluções e políticas de frete é uma forma de trazer credibilidade e confiabilidade para sua empresa.

E agora que você já sabe o passo a passo de como criar e gerenciar seu e-commerce do zero, com segurança, seguindo as melhores práticas, conte comigo para te ajudar a continuar crescendo e se desenvolvendo!

Acompanhe nossos conteúdos, lives e palestras através do [canalenet.com.br](https://canalenet.com.br)

# REFERÊNCIA

Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico (camara-e.net) *Seja um empreendedor Digital* <https://ciclo-mpe.net/>. Acesso em: 17/07/2021.

Loja Integrada. <https://blog.lojaintegrada.com.br/> Acesso em 18/07/2021.

**Produção:** Renata de Carvalho

**Projeto Gráfico e Diagramação:**

Fábio Ribeiro

**Imagens:**

Freepick.com.br

