



Da **loja física** ao e-commerce:

Tornando a loja virtual seu
melhor vendedor

Introdução

Segundo dados da Abcomm, o faturamento do e-commerce no Brasil em 2023 foi de R\$ 185,7 bilhões. Em comparação com 2022, houve um aumento de R\$ 16,1 bilhões. Quando todos falam que a internet chegou para ficar, são esses dados que demonstram que quem não está no digital, fica para trás.

Neste e-book falaremos sobre conversão, inteligência artificial, layout, boas práticas e muito mais.

Caso você queira uma loja virtual 100% otimizada, com a cara da sua empresa, sem precisar aprender e executar cada passo dessa estratégia, basta [se cadastrar clicando aqui](#).



Checklist

- ☐ ✨ Inteligência Artificial
- ☐ 🕒 Ultracheckout
- ☐ 🛒 Recuperação de carrinhos automáticos
- ☐ 📖 Vitrines de Recomendação
- ☐ 🛒 Alternativa ao marketplace
- ☐ 📎 Anexos no Produto
- ☐ 💳 Principais meios de pagamentos
- ☐ 🖋️ Revisões de Conteúdo
- ☐ 📄 Parcelamento no Catálogo
- ☐ 🛒 Gestão integrada
- ☐ 🟡 Quadrinhos de Cores
- ☐ 🎨 Aparência da sua loja virtual
- ☐ 🚚 Frete na Página do Produto
- ☐ 👤 Logar como Cliente
- ☐ 🚚 Logística
- ☐ 📦 Notificação de Estoque
- ☐ 📄 Formulários Personalizados
- ☐ 🛵 Principais métodos de envio

Inteligência Artificial

Esse é o assunto mais falado no último ano. E não é sem motivo. A inteligência artificial traz consigo uma melhor automação de processos, ou seja, diminui trabalhos manuais e cansativos. Assim, uma loja virtual que conta com a inteligência artificial consegue entregar uma melhor experiência ao cliente e um controle melhor para o negócio.

Isso acontece porque uma loja virtual com inteligência artificial consegue entregar alguns pontos importantes, como:

Descrição automática de produtos

A página do seu produto precisa ter uma descrição que mostre ao cliente como funciona o produto, como ele é, tamanho, material e seus principais benefícios. Uma loja virtual com inteligência artificial descreve os produtos para você, com descrições e características que impulsionam as vendas.



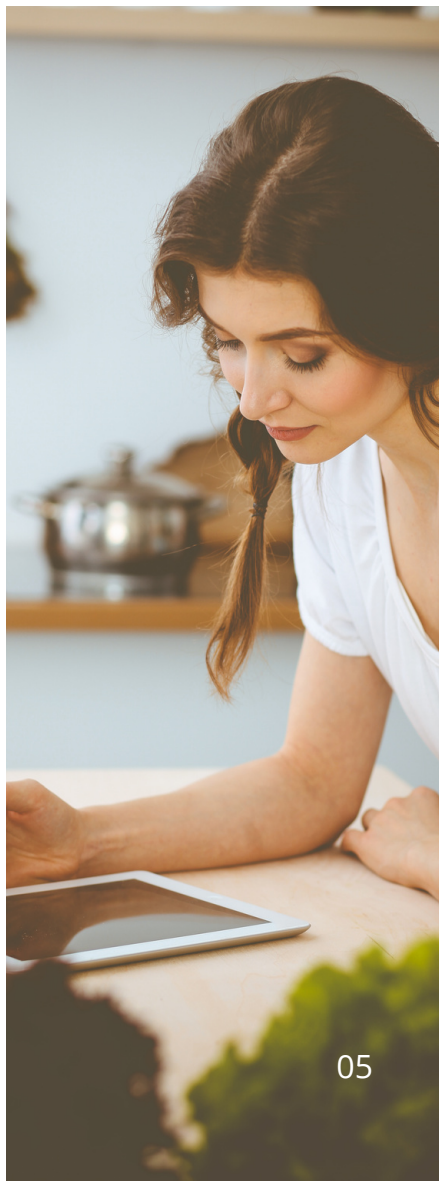
Vitrines de recomendação

Mostrar outras opções de produtos e produtos relacionados ao escolhido aumenta o ticket médio do negócio. Mas não é tão simples assim. Na loja virtual que utiliza a inteligência artificial a vitrine é gerada a partir das ações do usuário, com base nos gostos, buscas e interesses em tempo real.

As vitrines de recomendação ajudam o cliente a finalizar a compra de forma mais rápida e mais simples, uma vez que essas são recomendações criadas no processo de compra do visitante. Isso também faz com que o seu estoque possa girar, uma vez que ela dá uma visibilidade maior a itens que não tem tanto acesso.

Busca inteligente

Ter um resultado mais preciso é de extrema importância para quem está utilizando uma loja virtual. Muitas vezes o usuário não sabe exatamente o nome do que procura ou como escrever. Se a loja não tiver uma busca inteligente, é possível que o cliente desista da compra por não encontrar o que procura.



Entender o que o cliente quer dizer é básico para garantir uma venda. Dessa forma, utilizando a inteligência artificial para entregar os melhores resultados, se tem uma melhor compreensão do comportamento do usuário, mas também mais vendas e menos chamados.

Nesse caso, considerando que quando um cliente entra em contato o tempo de resposta pode demorar, é possível que ele desista da venda. Mas também, assegura que o cliente encontre o produto de forma fácil.

A busca inteligente também consegue trazer informações relevantes para o controle de estoque. Isso porque ela indica quais produtos têm mais procura e devem estar em maior quantidade no estoque.



E-mails personalizados

Os e-mails de carrinho abandonado conseguem trazer o seu cliente de volta.

Existem inúmeros motivos pelo qual um cliente abandona um carrinho. Pode ser por falha na conexão, frete acima do esperado ou uma forma de pagamento indisponível.

Um e-mail de abandono pode trazer ao cliente uma nova forma de realizar a compra, com um cupom de frete grátis e uma mensagem que converte mais. Essa prática tende aumentar a receita em até 30%, apenas em função dos carrinhos abandonados.



Ultracheckout

O ultracheckout é uma forma mais rápida de realizar uma compra, que não precisa de cadastro e pode ser feita em apenas uma tela.

**O ultracheckout pode
aumentar as vendas
em até 30%**

Ao utilizar um design claro e intuitivo, seu cliente pode terminar sua compra em segundos sem necessidade de um cadastro detalhista e desnecessário. Mas isso não quer dizer que você não tem os dados do cliente e que essa compra pode ser feita de forma accidental. O ultracheckout é um cadastro mais simples, que utiliza apenas os dados mais importantes e que pode ser feito já na hora de finalizar a compra.



Recuperação de carrinhos automáticos

Os pedidos abandonados podem ser um problema para algumas lojas virtuais. E você não pode deixar que seja um problema na sua. Existem diversas formas de recuperar um carrinho ou um cliente que abandona a compra, sendo a mais eficiente delas o e-mail. É através do e-mail que a loja virtual deve entrar em contato com esse cliente para recuperar a compra.

Esse processo pode aumentar em 30% a receita da empresa com o uso da inteligência artificial nativa da loja virtual.



Olá, Priscila!

Você deixou algo **muito importante** em seu carrinho.

Finalize agora a sua compra e aproveite o seu produto!

Finalizar minha compra



Vitrines de Recomendação

A vitrine de recomendação são as opções de produtos relacionados ao produto que está sendo visualizado. Ela serve tanto para mostrar outras opções de produtos, quanto para produtos que podem ser comprados em conjunto. De qualquer forma, a vitrine de recomendação ajuda o cliente a tomar uma decisão mais certa e mais rápida.

Com a ajuda da inteligência artificial da loja virtual, a vitrine de recomendações se baseia em buscas feitas previamente pelo usuário, assim como seus gostos e interesses. Elas também são atualizadas em tempo real, sendo alteradas conforme o caminho e produto.

Esse recurso garante um aumento do ticket médio, uma vez que pode influenciar o seu cliente a comprar mais de um produto. Também, ela é um auxílio no controle de estoque, uma vez que dá mais visibilidade a produtos que não tem tanto giro.



Alternativa ao marketplace

**Não construa sua casa
em um terreno alugado.**

A sua loja virtual é a sua casa na internet e você não pode deixar seu negócio vulnerável à mudança de regras de marketplaces.

Abrir sua loja em um marketplace pode trazer certa visualização para o seu negócio, entretanto, com uma loja virtual se garante mais segurança para os clientes.

Além disso, a empresa que opta por fazer parte de um marketplace deve seguir as regras do mesmo, que estão sujeitas a alterações. Além disso, não existe personalização. O estilo da loja é o estilo definido pelo marketplace, não havendo possibilidade de personalização.

Ter uma loja virtual própria garante uma margem de lucro maior, que pode ser definida e redefinida em qualquer momento. Esses valores também devem contar o preço de frete dos produtos. Um marketplace pode cobrar tanto por comissão de venda ou por preço específico, em todos os casos, o lucro da empresa diminui.

Algumas regras pré-definidas também podem afetar o lojista, como o frete grátis, que é pago pela loja, não pelo marketplace. Outro ponto no qual a loja virtual tem vantagem sobre o marketplace é a divulgação. Com uma loja virtual se tem mais possibilidades de explorar o marketing de conteúdo, criar listas de e-mails para carrinhos abandonados e, claro, se tem acesso direto a todas as redes e formas de encontrar a empresa.

Com a sua loja virtual você estabelece um canal direto com os clientes e fortalece sua marca.



Anexos no Produto

Para garantir uma venda é fundamental informar todos os dados do produto na descrição. Se o usuário precisar sair da sua loja virtual para pesquisar sobre o produto, a chance da venda não acontecer mais é muito alta.

Alguns desses anexos podem ser fichas técnicas e manuais, que demonstram como montar um produto ou seu método de utilização.

Ainda, fornecer todas essas informações também garante um melhor resultado online.



Principais meios de pagamentos

Na loja virtual todos os meios de pagamento devem ser aceitos. Você sabia que com isso é possível aumentar as vendas online em até 30%?



O Pix não existia até 2020 e hoje é a principal forma de pagamento no Brasil. Assim, quanto mais opções de pagamento forem disponibilizadas para os consumidores, maiores as chances de ele finalizar a compra.

Ainda, é importante estar atento para todas as possíveis fraudes e garantir a segurança do seu cliente.

Algumas lojas virtuais possuem seus próprios meios de pagamento, para recebimento de boletos e Pix, por exemplo. Dessa forma, é preciso ter segurança na plataforma que está sendo utilizada.

Revisões de Conteúdo

Uma loja tem alterações constantes, seja de produtos ou de valores. Além disso, quando a mesma permite a personalização total, algum ponto específico pode ser alterado a qualquer momento.

Todas as alterações feitas ficam registradas, podendo ser tanto analisadas quando revertidas.

Quer fazer um teste em uma página? Você pode reverter ela se o teste não der certo.



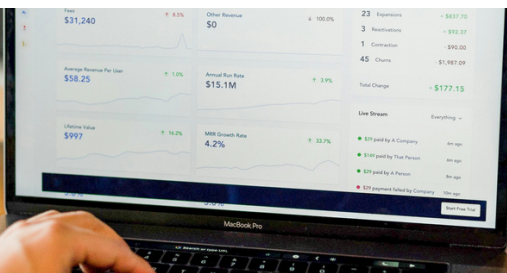
Parcelamento no Catálogo

Assim como as informações do produto devem estar bem claras, as opções de pagamento também. Mas, mais do que isso, uma das principais formas de pagamento é o cartão de crédito, e isso normalmente implica parcelamento.

Assim, é importante ter claro para os clientes na página do produto os valores a vista e quais as opções de parcelamento e em quantas vezes é possível parcelar sem e com juros.

Exiba as opções de parcelamento e preço promocional na lista e na página do produto.

Não saber as formas de pagamento e de parcelamento pode afastar o cliente.



Gestão integrada

Uma loja virtual precisa ser controlada tal qual uma loja física, e quando há uma loja física e uma loja virtual, esse controle deve ser mais preciso ainda. Por isso, a loja deve ter um sistema de gestão integrado, que combina todas as informações de todas as lojas.

O sistema empresarial facilita a gestão de todos os seus processos em um único lugar, onde são controladas vendas e estoque, cadastro de clientes e produtos, gestão financeira, emissão de boletos e emissão de notas fiscais.

Utilizar essa ferramenta garante eficiência e agilidade na operação, organizando os processos e a gestão, tudo isso com a automatização dos processos e integração de setores.



Sua gestão é muito mais simples com um sistema de gestão

Todas as ferramentas que você usa para gerir o seu negócio serão integradas na loja virtual, sem ter que replicar informações em vários sistemas com processos repetitivos.

■ Quadradinhos de Cores

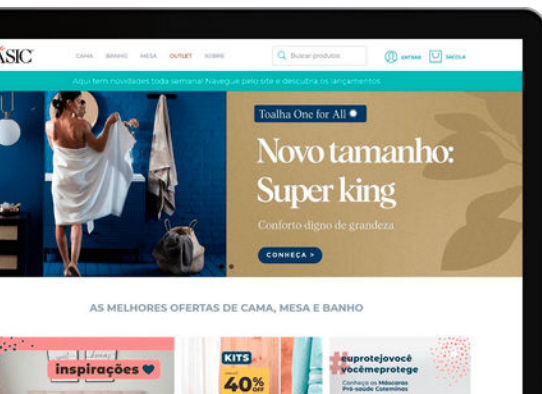
A exibição das variações dos seus produtos deve ser otimizada. Utilizar caixa de seleção ou quadradinhos de cores e imagens pode ser decisivo na hora do seu cliente completar a compra.

A oferta de várias opções de cores pode ajudar a atrair diferentes tipos de clientes, que podem ter preferências diferentes. Por exemplo, um cliente pode preferir uma cor mais escura, enquanto outro pode preferir uma cor mais clara. Oferecer várias opções de cores pode ajudar a atender a essas diferentes preferências e aumentar as chances de venda.

Além disso, quando o cliente pode selecionar a cor já na página do produto, isso pode facilitar na hora da compra.

🎨 Aparência da sua loja virtual

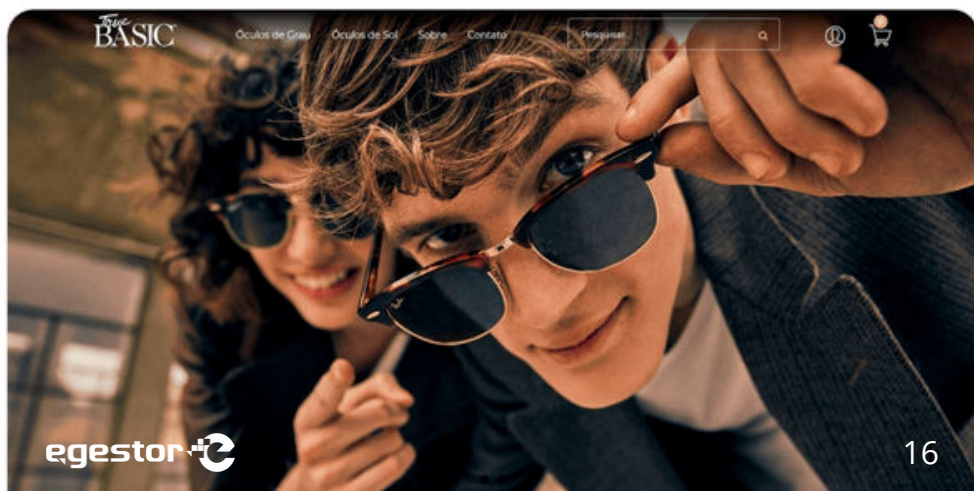
A personalização da loja virtual permite que você crie uma identidade visual forte e coesa, o que pode afetar a percepção dos clientes sobre a sua marca e produtos.



A personalidade da loja virtual é formada por elementos como cores, design, distribuição dos elementos na página, linguagem usada e produtos vendidos.

Se for agradável e estiver de acordo com os gostos e as preferências do consumidor, ele se identifica com seu e-commerce e tem vontade de dar seguimento a esse contato. Além disso, a personalização permite que você se destaque da concorrência, já que é possível definir alguns elementos de diferenciação que fazem com que os consumidores reconheçam sua marca em qualquer lugar.

A personalização da loja virtual pode gerar identificação com o cliente, pois quando o visitante chega até seu site, deve sentir uma identificação positiva em relação à marca, à sua proposta de valor e aos produtos por ali vendidos. Tal identificação passa pelo próprio ambiente virtual, pelo conforto ao navegar pelas páginas do seu site, pela facilidade de visualização das mercadorias, pela leitura das descrições e pelo uso intuitivo das funcionalidades oferecidas.



Frete na Página do Produto

Disponibilizar o valor do frete na página do produto pode ajudar a evitar o abandono do carrinho, já que o valor do frete é uma das principais causas de desistência de compra online.

Além disso, permitir que o cliente saiba o valor do frete antes de finalizar a compra pode ajudar a aumentar a taxa de conversão do seu site.

É importante notar que os custos com a logística crescem a cada ano, tornando muito mais difícil ofertar o tão desejado frete grátis. Sendo assim, é importante que o valor do frete seja claro e transparente para o cliente, para que ele possa tomar uma decisão informada sobre a compra.

O seu cliente deve conseguir visualizar os valores e opções de frete diretamente na página do produto, facilitando a experiência do usuário.





Logar como Cliente

A experiência do cliente no seu site deve ser a prioridade. Por isso, a loja virtual deve permitir que você faça o login como cliente e analise toda a experiência de compra.

Quando um cliente se cadastra na loja virtual é possível acompanhar o histórico de compras, preferências e a visualização, o que pode garantir uma experiência de compra mais personalizada. Afinal, com essas informações, a loja pode personalizar a experiência de compra do cliente, oferecer produtos e promoções mais relevantes, e melhorar a qualidade do atendimento.

Além disso, ao se cadastrar, o cliente pode optar por receber notificações sobre novos produtos, promoções, e outras informações importantes. Isso pode ajudar a loja a manter seus clientes atualizados e engajados, além de aumentar as chances de vendas futuras.

Outra vantagem é que, ao se cadastrar, o cliente pode compartilhar informações sobre a loja com amigos e familiares, o que pode ajudar a aumentar a visibilidade da loja e atrair novos clientes.



Logística

As vantagens não são apenas para o usuário, a sua logística também é otimizada. Com o cliente podendo optar pelo método de envio e você fazendo a impressão do pedido e declaração de conteúdo, tudo fica mais fácil.

A logística é um aspecto crucial para o sucesso de uma loja virtual. Uma logística eficiente pode garantir a satisfação dos clientes, reduzir custos operacionais, e aumentar a visibilidade da loja.

Isso permite que a loja entregue produtos de forma rápida, segura, e precisa, o que é fundamental para garantir a satisfação dos clientes. Além disso, uma logística bem planejada pode ajudar a reduzir custos operacionais, como os custos de armazenamento e transporte.

Outra vantagem é que uma logística eficiente pode ajudar a aumentar a visibilidade da loja. Isso porque, ao entregar produtos de forma rápida e eficiente, a loja pode aumentar a satisfação dos clientes e receber avaliações positivas, o que pode atrair novos clientes.

Notificação de Estoque

Talvez essa seja uma das melhores formas de controle de estoque: saber quais os produtos estão esgotados e mais procurados pelos visitantes. Isso faz com que você consiga dar mais ênfase para os produtos com mais saída e até fazer promoções para os que não tem tanta rotatividade.

A notificação de estoque é um recurso importante para as lojas virtuais. Ao manter um controle preciso do estoque, a loja pode evitar a venda de produtos que não estão disponíveis, o que pode levar a insatisfação dos clientes e perda de vendas. Além disso, a notificação de estoque pode ajudar a loja a identificar quais produtos estão em alta demanda e quais precisam ser repostos.

Outra vantagem é que a notificação de estoque pode ajudar a loja a planejar melhor suas compras e evitar a falta de produtos em momentos críticos, como datas comemorativas e promoções. Isso pode ajudar a loja a manter a satisfação dos clientes e aumentar as chances de vendas futuras.

Com ela também é possível identificar quais produtos estão gerando mais interesse entre os clientes e quais precisam de mais atenção. Isso pode ajudar a loja a tomar decisões mais informadas sobre quais produtos devem ser promovidos e quais precisam de ajustes.



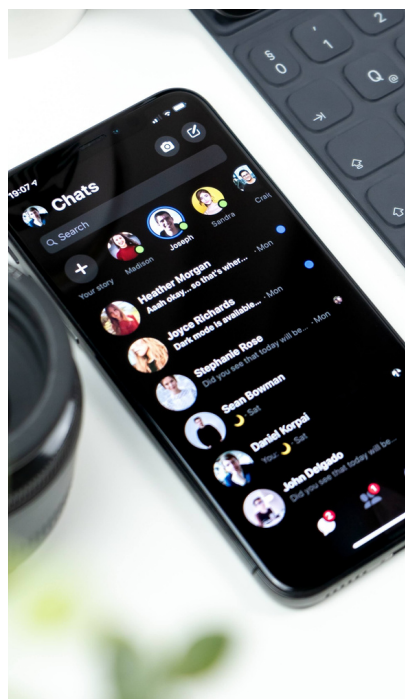
Além disso, quando existe uma loja física e uma loja virtual operando em conjunto, o controle do estoque deve ser completo. Caso a loja não tenha um sistema para controle, vendas podem ser perdidas por não ter produto em estoque ou clientes da loja virtual podem sofrer atrasos em função de não ter o produto em estoque para enviar.

Formulários Personalizados

O seu cliente pode precisar entrar em contato com você. Para isso, uma boa alternativa são os formulários personalizados, onde você recebe solicitações dos seus clientes, garantindo uma boa comunicação.

É através desses formulários que o seu cliente pode tirar dúvidas, solicitar cancelamento ou troca, ou seja, ter um contato com a loja de forma geral. Ainda, mesmo que a descrição tire todas as dúvidas, o seu cliente pode ter uma dúvida específica. Dessa forma, é importante que ele tenha um canal de fácil acesso.

Os formulários personalizados podem ajudar a loja a coletar feedback dos clientes e identificar áreas que precisam de melhorias. Isso pode ajudar a loja a manter a satisfação dos clientes e aumentar as chances de vendas futuras.



Principais métodos de envio

O cliente que compra na sua loja virtual pode escolher o método de envio: por motoboy, retirada ou envio por transportadora, calculado a partir do CEP. Entregue as melhores formas de envio aos seus clientes, garantindo uma entrega rápida, de qualidade e com segurança.

O valor de frete é o motivo principal pelo qual clientes desistem de uma compra. Tenha em mente que oferecer frete grátis pode ser um diferencial que fará o cliente preferir o seu negócio.

É claro que não existe frete grátis e você deve pagar o transporte, porém, é possível considerar esse valor no preço do produto. Dessa forma, ao comprar com outras lojas, busque ter o melhor preço considerando o valor da entrega.



Nós te ajudamos a vender mais

Com a loja virtual você consegue entregar uma experiência de compra única para seu cliente, desde layout personalizado até integração com seu sistema de gestão, sem se preocupar.

- Mostre ao cliente o produto certo com a busca inteligente, aumentando a conversão;
- Recupere carrinhos abandonados com e-mails personalizados, aumentando a receita;

Todo o processo de criação da loja é com a gente

Sua loja virtual pronta, com meios de pagamento configurados, gestão integrada e com a sua cara!

Sua **loja virtual** pronta para vender!

Economize seu tempo:

- ♥ Meios de pagamentos integrados
- ♥ Loja virtual linda
- ♥ Gestão integrada
- ♥ Mostre aos clientes o produto certo

Falar com um especialista

