

DICAS CIELO PARA ABRIR UMA LOJA VIRTUAL

As **pequenas empresas** devem considerar a **internet** como uma opção para crescer e **ganhar dinheiro**. “Se explorado com profissionalismo, o **comércio eletrônico** pode ser um grande negócio, principalmente em tempos de consumidores cada vez mais ocupados”, diz o professor Alberto Albertin, da Fundação Getúlio Vargas (FGV) de São Paulo. A infraestrutura necessária para o funcionamento de um comércio virtual, porém, é um pouco mais complexa do que se pode imaginar. Veja algumas dicas para construí-la:

1 – Planejamento



A experiência de “vender pela internet” se resume para muitas pessoas simplesmente em comprar em uma loja virtual. Para a loja virtual: aguardar que a venda ocorra sozinha. Isso não é certo afirmar, uma vez que uma loja virtual tem a mesma complexidade que uma loja física. É necessário muita atenção e um bom planejamento.

Inicialmente o que deve ser definido é o público alvo, sua localização, seu comportamento, o que consome e como consome, o que gosta e o que você pode fazer para o comprador não compre de seu concorrente, mas sim de você.

2 – Conheça o mercado e seus concorrentes



Saber como anda a vizinhança é muito importante. Entender o que seus concorrentes estão fazendo em seus próprios sites, que negócios semelhantes fazem no exterior, quais são as práticas mais interessantes e o que você não deve fazer de jeito nenhum no seu site. Uma pesquisa dessas o habilita a passar, numa reunião com o desenvolvedor do site, o que deseja para a sua loja virtual. Você saberá especificar as características do que quer no seu site e, principalmente, estabelecer metas para os prestadores, como o tempo de desenvolvimento ou a instalação progressiva de serviços ou ferramentas.

3 – Produtos e serviços



Tão importante quando vender pela internet é conhecer os produtos e serviços que você pretende comercializar. Produtos segmentados, onde atendem um determinado nicho, são muito bem vistos. Você pode se especializar em um determinado segmento ou categoria de produtos e fugir da competição acirrada com as grandes redes de eCommerce. Quanto mais conhecer tecnicamente e comercialmente seu produto, será melhor. Caso não conheça muito bem, estude-o! Normalmente os compradores virtuais questionam bastante sobre os produtos e é importante ter as respostas na ponta da língua.

4 – Escolha da plataforma



Hoje em dia existem muitas opções de plataformas para vendas on-line no mercado. Algumas pagas outras gratuitas. As melhores plataformas são aquelas que lhe oferecem uma variedade de funcionalidades permitindo que a loja virtual ajuste ao seu modelo de negócio. Fique atento sobre as possibilidades de expansão e customizações futuras, através da troca por planos mais completos ou criação de ferramentas personalizadas. Muitos empresários se veem num caminho sem volta, quando descobrem que contrataram uma plataforma que não lhes permite crescimento.

5 – Formas de pagamento



Um site de comércio eletrônico deve contar com diferentes formas de pagamento. Quanto maior a variedade nas opções de pagamento, maior a quantidade de clientes que o seu negócio poderá atender. Muitos provedores de hospedagem ou intermediadores de pagamentos oferecem, como parte do pacote de serviços, a integração entre a loja virtual e a **Cielo**. Vale a pena principalmente se o desejo for deixar sua operação de eCommerce nas mãos de especialistas no assunto. Muitas lojas optam em integrar diretamente com a **Cielo**. Apesar de ser perfeitamente factível, você terá um pequeno desenvolvimento tecnológico, mas poderá reduzir os custos da sua integração, tornando sua operação mais simples e reduzir os custos.

DICAS PARA ABRIR UMA LOJA VIRTUAL

6 – O Marketing no eCommerce



O site está concluído agora só falta vender. É de extrema importância desenvolver um planejamento de marketing em vendas para a sua loja virtual. SEO, SEM, Adwords, comparadores de preço. Termos novos e muito usados no mercado de Marketing On-line. Você não precisa ser nenhum expert nestes assuntos, mas precisará saber pelo menos um pouco de cada um. Leia, busque fontes, estude, faça cursos e se prepare. Procure ajuda de um bom profissional de marketing on-line para desenvolver o seu plano de vendas. Marketing on-line é muito diferente dos planos de comunicação tradicionais. Se você já possui uma loja física e faz propaganda, não se engane, propaganda on-line é diferente dos panfletos e anúncios de tv.

7 - Segurança total



Numa transação de **comércio eletrônico**, é fundamental ter um sistema seguro, integrado a **bancos** e com um adquirente seguro, moderno e altamente confiável como a **Cielo**. É aqui que a sigla SSL (Socket Security Layer) ganha relevância. Ela indica que o site oferece um recurso de criptografia de dados confidenciais enquanto os clientes trafegam na rede. É um certificado digital que garante o cadeado do lado direito da tela. Informação muito importante para o comprador virtual se sentir seguro. A Cielo oferece materiais explicativos sobre seguranças das informações.

8 – Logística



A logística ainda hoje é um grande desafio para todo o comércio eletrônico. A logística é quem diz quão eficiente o seu serviço é na versão do cliente. As pessoas que compram pela internet, desejam receber o seu produto o mais rápido possível. Caso não recebam na data programada, haverá insatisfações, reclamações e exposição da marca da empresa nas mídias sociais e sites de reclamações e isso não é bom. O ideal é definir um bom parceiro para lhe atender plenamente na parte de logística. Deve ser uma empresa idônea, ágil, cuidadosa com os produtos e compromissada com horários e datas, sempre os entregando nas datas determinadas. Se mesmo assim, caso haja algum imprevisto, informe imediatamente ao seu cliente. Uma boa comunicação pode diminuir consideravelmente o desgaste com o consumidor.



9 – Atualize as informações dos pedidos

Muitos compradores virtuais se preocupam se efetivamente vão receber seus produtos, principalmente os novos compradores virtuais. Muitos desses ligam para a empresa que efetuaram a compra após ter sido concluído o pedido. Afinal de contas é fácil de entender: o comprador escolheu o produto, pagou com seu cartão de crédito ou débito e não levou o produto para casa. Portanto, quanto mais atenção ao seu cliente melhor. Informe-o em detalhes sobre sua compra, dados do pedido, dados de rastreamento, etapa do processo de entrega atual, localização do pedido. Os contatos da empresa devem estar sempre visíveis e de fácil acesso para tranquilizar o cliente e facilitar seu contato e isso gera maior credibilidade para a empresa. O envio de emails automáticos em cada etapa que o pedido estiver pode ajudar muito e diminuir as ligações na sua central de atendimento.

10 – Política de Privacidade, Devolução e Troca de Produtos

A política de privacidade é fundamental para o seu eCommerce. É muito importante informar aos seus clientes que você não irá vender ou comercializar os dados usados no cadastro do site. Afinal, ninguém gosta de ser incomodado por spams ou ligações de empresas que você nunca ouviu falar. A política de trocas e devoluções é importantíssima para que não haja desentendimentos entre você e seu cliente. Lembre-se que alguns produtos poderão ser danificados no transporte e muito provavelmente você terá que trocá-los. Informe seus clientes de todos os seus direitos e também dos seus deveres enquanto comerciante. Um site claro e coeso, só faz aumentar a confiança entre os consumidores.

11 – A grande tendência de comunicação Redes Sociais



As Redes Sociais são a febre do momento e muitas empresas estão especializando suas equipes para conversarem com os clientes através das redes sociais. É importante considerar alguns pontos:

Seja objetivo: Não precisa se inscrever em todas as redes sociais, apenas naquelas que considerar importante, isso permitirá que sua empresa sempre acompanhe o que está acontecendo e possa responder os clientes sem demora.

Seja crítico: Tente restringir seus contatos com as pessoas com afinidades aos seus produtos. A qualidade dos seguidores é muito melhor que a quantidade.

12 – A opinião dos Consumidores



Na loja física é fácil. Você liga a TV, ou o DVD player e fica testando. E na internet? Como ganhar a confiança de um consumidor que não pode sequer tocar o produto? Simples: depoimentos. Consumidores on-line gostam de dar seu depoimento em cima das experiências de compras boas ou mal sucedidas. Use isso como um diferencial para o produto. Muitas vendas são realizadas porque o consumidor leu o depoimento de um consumidor satisfeito sobre a experiência de compra e pela qualidade do produto. Use isso como um termômetro de qualidade.

Materiais Interessantes para leitura:

Palestra do jornalista Edgar Powarczuk, estrategista em internet para pequenas empresas:

<http://tv.sebrae.com.br/home/sebraenacional/program/1463/a-internet-e-suas-oportunidades-internet-para-pequenos-negocios-parte-i>

Internet para Pequenos Negócios e Como Abrir uma Loja Virtual:

<http://www.sebrae.com.br/setor/comercio-varejista/gestao-do-varejo/capacitacao>

Referências:

Mercado e-Commerce, (2012). 10 Dicas para Abrir uma Loja Virtual, acessado em 07 de janeiro de 2013, em: <http://www.mercadoecommerce.com.br/mercado-de-e-commerce/>

Revista PEGN, (2012). Um passo a passo para você criar uma loja virtual, acessado em 08 de janeiro de 2013, em: <http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,,EMI80821-17202-1,00-COMO+MONTAR+SEU+SITE+DE+VENDAS.html>

Sebrae, (2013). Inovação e Tecnologia, acessado em 09 de janeiro de 2013, em: <http://www.sebrae.com.br/customizado/inovacao/tecnologia/mundo-digital/comercio-eletronico>

Conheça o Cielo e-Commerce:

Para mais informações sobre a solução de e-Commerce da Cielo, contate o Suporte Web Cielo e-Commerce:

Email: cieloecommerce@cielo.com.br

Fones: **4002 9700** Capitais / **0800 570 1700** Demais Localidades / **+55 11 2860 1348** Internacionais

Antifraude CyberSource – Informações para contratação: score@cielo.com.br

PCI-DSS – Informações sobre certificação PCI: e-seg@cielo.com.br