



Guia Prático

para **iniciar suas**
vendas online
e **expandir seu**
negócio

 **vemvenderonline**

Vender online pode parecer assustador, afinal você tem que pensar em quais produtos vender e qual é o melhor local de aquisição.

Mas a verdade é que **vender online nunca foi tão lucrativo**, e ficar de fora desse mercado não é uma opção. Segundo a ABComm - Associação Brasileira de Comércio Eletrônico, as vendas online no Brasil podem chegar a **R\$ 80 bilhões em 2019**.

Por isso, elaboramos este **Guia Prático** para te ajudar a:

- 1** Desenvolver uma **estratégia para vender online**;
- 2** Escolher **os produtos certos** para vender online;
- 3** **Vender** através de sua própria loja virtual ou usando um marketplace, como Americanas ou Submarino, e também através das mídias sociais;

Ao final de cada capítulo, você conta com um checklist para colocar tudo em prática.

E não se preocupe, nosso conteúdo não será muito técnico e nem muito demorado. Neste material você encontrará um passo a passo para começar a vender online! Vamos lá?

Como vender online

Você provavelmente já deve ter notado que existem vários tipos de lojas online, assim como existem tipos diferentes de lojas físicas.

Para escolher o modelo ideal para você, é importante segmentar seu público-alvo o máximo possível, além de encontrar um nicho de mercado que possa ser explorado, essa será a sua **estratégia de negócios**, o segredo de sucesso para qualquer loja física ou virtual.

Definir uma estratégia pode parecer uma longa jornada, mas não entre em pânico. À medida que você começar a vender, você aprenderá mais sobre como realmente funciona seu mercado, mas temos um bom ponto de partida:

Pergunte a si mesmo!

O que espero conseguir?

Pense em quantos produtos você espera vender e qual o faturamento que você deseja obter. Mas é importante fazer uma pesquisa e comparações com casos de sucesso do comércio eletrônico no seu setor. Não ter metas financeiras bem definidas seria como dirigir de olhos vendados - você logo terá sérios problemas.





Qual a margem que estou buscando?

Você precisa calcular sua margem. Descubra quanto custa você produzir ou comprar, e entregar seu produto, e então subtraia do quanto você quer cobrar dos clientes. Bingo! você tem uma margem. Se você não tiver certeza do que cobrar, pesquise e descubra o que os vendedores estão cobrando por itens semelhantes ao seu produto. O que nos leva a...

Quem são meus concorrentes?

Quando se trata de vender online, não há vergonha em se espelhar nos gigantes e aprender com eles. Faça uma busca pelos produtos que você quer vender e veja quem aparece perto do topo, provavelmente você verá quem já descobriu como ter sucesso no seu segmento. Veja as descrições, as imagens e o layout das páginas de seus produtos e faça uma lista de todas as coisas que eles estão mandando bem. Inscrever-se em newsletters e consumir o material que eles disponibilizam para captar clientes, pois esta é uma ótima maneira de se manter atualizado sobre como os concorrentes estão avaliando e promovendo produtos, além de algumas dicas sobre e-mail marketing. Pense em como você pode fazer melhor - afinal, você quer se destacar da multidão, não é mesmo?



Como as pessoas estão gastando dinheiro online?

Quanto mais você conhecer seus clientes, melhor você poderá atender às suas necessidades e expectativas. Pense na experiência que eles buscam e como você pode auxiliá-los com seu produto. E quanto melhor você atender às expectativas deles, mais satisfeito ele estará.

Ter a resposta na ponta da língua para cada uma dessas perguntas é um passo crucial para aprender a vender online com sucesso. Com isso você terá uma ideia concreta do que você espera alcançar e de como chegar lá.

Em destaque: Para gerar oportunidades e ganhos para o seu negócio, a formalização e o registro da empresa são essenciais, além da emissão de notas fiscais eletrônica. Por isso, separamos estes artigos para você descobrir tudo o que você precisa saber para [formalizar seu negócio](#) e [emitir nota fiscal eletrônica](#):

CHECKLIST

- ☐ Definir orçamento disponível
- ☐ Definir margem de lucro por produto
- ☐ Definir preço ótimo de venda e meta inicial de lucro
- ☐ Escolher nicho de mercado e mapear os concorrentes
- ☐ Formalizar a criação da empresa

Selecionando os melhores produtos

Assim como na loja física, de nada adianta estar em ambiente virtual agradável e confiável se ninguém quiser comprar o que você está vendendo. Por isso, não encontre clientes para seus produtos, mas produtos para seus clientes. Há três questões principais que pode te ajudar a entender se há uma demanda por seus produtos; são elas:

Como você sabe quais produtos vender online?

Seus produtos podem ser tanto físicos como digitais, o importante a fazer é descobrir a demanda por eles, e aqui estão algumas dicas para auxiliá-lo nessa etapa importante:

Utilize o **Google Trends**. É uma ótima ferramenta para descobrir quais produtos tem alta popularidade. Os resultados baseiam-se na recorrência do termo nas pesquisas do Google ao longo do tempo. Por exemplo, digamos que você queira vender roupas, mas não tem certeza se deve vender camisetas florais, bermudas havaianas ou saias balonê. Você pode inserir todos os três e ver qual deles está crescendo em popularidade.



Além disso, você pode restringir a localização para a busca, aplicando “Brasil” por exemplo. Caso você queira aprender como utilizar essa ferramenta, você pode conferir este link com várias dicas de uso.

Realize pesquisas de palavras-chave - Depois de obter ideias de produtos para vender dentro do seu nicho, teste-a em uma ferramenta de análise de palavras-chave. Você verá os dados sobre quantas pessoas pesquisam esse produto a cada mês (popularidade) e quão competitivas são as palavras-chave (quantas empresas estão vendendo o produto). Como regra geral, evite vender qualquer produto com menos de 300 buscas mensais. Para entender mais sobre análise de palavras-chave acesse esse link e conheça as principais ferramentas.

Leia fóruns online - Os fóruns e sites de revisão fornecem uma visão direta dos problemas enfrentados pelos clientes. É como estar em uma sala com milhões de clientes e perguntar o que eles acham de determinados produtos. Preste atenção nas reclamações dos clientes e use-as para fazer uma escolha inteligente de produtos e ter sucesso na sua estratégia de negócios.

Aprenda com os grandes lojistas - Grandes varejistas coletam uma grande quantidade de dados todos os dias. Eles sabem melhor do que ninguém o que é bom e o que não é. Verifique as páginas de produtos dos maiores nomes do seu ramo, e analise o que está sendo vendido no momento. Há alguma tendência em que você possa



pegar carona? Use também os próprios dados de vendas, verificando a página dos “mais vendidos” no ramo em que você está atuando. Anúncios em jornais e revistas também são uma boa maneira de verificar quais produtos as grandes lojas estão apoiando em um determinado mês.

Venda o que você ama - Se você tem uma paixão (arte, por exemplo), isso deve afetar sua escolha do que vender. Escrever descrições de produtos e executar campanhas de marketing são muito mais fáceis se você acredita no seu produto. Isso não significa que você deva tentar vender produtos relacionados a um hobby, independentemente de haver um mercado para eles ou não. Faça a pesquisa primeiro. Se há demanda por um produto relacionado à sua paixão, esse é o ponto ideal!

Há também questões práticas que você precisa levar em conta. Produtos que são de tamanho inadequado, frágeis ou perecíveis, como alimentos, são geralmente mais caros para estocar e enviar. Ao decidir o que vender online, leve isso em consideração, pois isso pode ter um grande impacto nos resultados finais.





Como você compra produtos para vender online?

Geralmente, as três formas mais populares de obter produtos para vender online são:

Adquirir de um atacadista/fabricante - você compra os produtos de um atacadista ou de um fabricante e adiciona sua marca. Os custos incluem a compra do produto, geralmente a granel, estocando-o em um centro de distribuição, mais a logística.

Fazer seu próprio produto - comumente usado por pessoas que vendem arte, jóias e artesanato, cujos principais custos são materiais e o tempo que você precisa investir para fabricar o produto, mais a logística. Ótimo para o desenvolvimento de uma marca personalizada, mas difícil de aumentar a escala sem contratar pessoal.

Fornecer o produto a partir de um dropshipper - uma forma cada vez mais popular de vender produtos online. Permite que vendedores realizem pedidos para os clientes sem estocar ou manusear o produto. Você lista os produtos disponíveis em um dropshipper com o qual você construiu um relacionamento, um cliente faz um pedido em sua loja e lhe paga; o pedido é passado para o fornecedor de dropship, que entrega o produto diretamente ao cliente.



Como você apresenta os produtos para vender?

Depois de decidir quais produtos vender, é hora de colocar a mão na massa. Para isso, devemos nos atentar a dois fatores essenciais: às **imagens do produto** e às **descrições do produto**.

Como adicionar **imagens do produto** - As imagens devem fazer uma boa representação do seu produto.

Em regras gerais:

Use sempre **imagens de alta qualidade** - uma imagem desfocada poderá fazer com que seus clientes desistam da compra.

Use as **mesmas dimensões da imagem** todas as vezes.

Forneça o **máximo de visualizações possíveis** - tente dar uma visão 360 graus do seu produto, assim seus cliente se sentirão mais confortáveis para efetuar a compra.

Certifique-se de que **cada variante do produto tenha sua própria imagem**, por exemplo, uma camiseta em uma cor diferente.

Dê **contexto** aos seus clientes mostrando imagens do seu produto em uso sempre que possível.

Na hora de fazer as descrições dos produtos, tenha



em mente que as palavras devem fazer muito mais do que apenas descrever o produto. Na verdade, elas são uma das maneiras mais eficazes de atrair seus clientes, isso se deve ao SEO (Otimização do Mecanismo de Pesquisa), ou seja, práticas para alcançar bons rankings orgânicos (nas buscas do google) atraindo visitantes e consequentemente mais clientes.

Ao escrever uma descrição, lembre-se de fazer uma lista de palavras-chave relacionadas ao seu produto e certifique-se de colocar pelo menos três ou quatro delas em sua descrição. Para entender mais a respeito, clique [nesse link](#) e confira um artigo sobre boas práticas de **SEO para vendas online**.

Como você entrega os produtos vendidos?

Além de um bom produto e uma ótima apresentação, uma entrega eficiente é fundamental, pois ela será um grande marco na experiência que você oferecerá ao seu cliente.

Para garantir uma boa qualidade nas entregas é necessário selecionar uma transportadora que atenda as expectativas dos seus usuários, nesse momento vale a pena considerar os **investimentos em tecnologia**, os **processos de controle de qualidade**, a **frota**, a **segurança**, a **situação econômica da transportadora** e a **reputação da empresa**.



Existem diversas estratégias que podem ser adotadas na hora de realizar a precificação do frete, mas este ponto requer uma análise minuciosa, afinal, os custos de cada estratégia podem variar muito e é importante ter certeza de que a venda mantenha-se lucrativa sem perder o apelo para o cliente final.

As estratégias para definir custos de frete podem ser divididas em:

Custo real

Custos de tabela da transportadora, mais custos de pessoal e material para entrega

Custos do mercado

Definido pelo valor de mercado ou por um concorrente específico.

Frete grátis

O cliente não paga acima de um determinado valor.

Frete grátis de um produto específico

Prática utilizada para dar destaque ou acabar com o estoque de um produto específico.

Frete grátis por período determinado

Prática utilizada para aumentar as vendas em períodos de baixa demanda.

Frete grátis para uma região específica

Estratégia utilizada para aumentar sua presença em determinada região geográfica.

CHECKLIST

- ☐ Definir quais produtos vender online
- ☐ Definir fornecedores
- ☐ Planejar estoque e distribuição
- ☐ Produzir boas imagens do produto
- ☐ Planejar a descrição do produto usando SEO
- ☐ Escolher estratégia de frete

O que você precisa saber para escolher sua plataforma de vendas

Existem diferentes canais de vendas online que você pode escolher para promover seus produtos. Fazer a escolha do canal certo para sua estratégia de vendas pode ser uma tarefa um tanto complexa. Fizemos uma breve descrição de cada um deles para ajudar você a escolher a melhor maneira de vender on-line:

E-commerce

O E-commerce é uma abreviação do termo em inglês electronic commerce que na tradução significa comércio eletrônico. A grande vantagem do e-commerce é que ele é uma forma de ter o controle total das suas vendas online, pois você decide a aparência, como seus produtos serão apresentados e não estará vulnerável a fatores externos de outras ferramentas, pois você é o responsável pela loja virtual.

Basicamente, existem duas opções para E-commerce: **Open Source** e **Plataformas alugadas**.



As plataformas **open source** são de código aberto, permitindo que você tenha um maior poder de customização na hora de montar a sua loja. Se você pretende começar uma grande operação de Ecommerce, que necessite de layouts e funções personalizadas, diferentes daquilo que já é oferecido pelo mercado, vale a pena olhar para as soluções open source disponíveis no mercado .

Por outro lado, essas plataformas não são recomendadas para a maior parte dos aspirantes a empreendedores, que querem começar com algo simples e de baixo custo. Ao investir em uma plataforma de código aberto, você automaticamente precisará entender muito de programação ou contratar alguém que entenda.

Plataformas alugadas são mais recomendadas para quem quer abrir um Ecommerce com pouco dinheiro, são aquelas em que você paga um aluguel, geralmente mensal.

Você aluga e cadastra seus produtos. Existem plataformas com custos bem variados no mercado. Para escolher é importante saber quais suas metas e quanto você pode e quer investir inicialmente.

Principal desafio de um E-commerce:

Conquistar a confiança dos clientes. A falta da confiabilidade pelo medo de ser fraudado pode levar muitos clientes em potencial a restringir suas compras on-line a sites de compras mais conhecidos.



Redes sociais

As **mídias sociais** são uma maneira muito popular de levar você e seus produtos até os seus clientes. Para abordarmos o tema, decidimos focar no **Facebook** - a maior plataforma de mídia social do mundo, com mais de dois bilhões de usuários ativos!

Começar a vender no Facebook é um processo bem simples e intuitivo, basta criar uma página comercial e, em seguida, adicionar um botão “Comprar”. Caso você tenha dúvidas no processo, pode conferir o passo a passo [neste link](#).

Separamos aqui algumas dicas para você vender bem no Facebook:

Entreter: não basta postar seu produto e esperar uma resposta. O Facebook é um lugar dinâmico e os períodos de atenção dos clientes são curtos. Experimente perguntas, vídeos e até brincadeiras para prender a atenção do seu público.

Promoções: oferecer descontos exclusivos em troca de um “gostei” na sua página é uma ótima maneira de aumentar o público.

Use imagens de alta qualidade: Não use fotos de baixa qualidade ou desfocadas na sua página.



Poste regularmente: Mas não exagere. Geralmente, uma ou duas vezes por dia é uma boa média. Experimente diferentes momentos do dia e veja o que causa melhores interações.

O problema de vender exclusivamente através do Facebook é que você tem que gerenciar manualmente os pedidos, o que pode consumir muito tempo.

Por outro lado, se você vender por meio de outra plataforma de comércio eletrônico, vinculada à sua página do Facebook, você poderá gerenciar todas as demandas pelo seu produto em um só lugar.

Principal desafio do Facebook:

Ganhar o alcance necessário: o número de pessoas que veem publicações por meio de uma distribuição não paga é, em média, de apenas 1% dos fãs de uma página, ou seja, para que você obtenha as visualizações necessárias para tornar suas vendas significativas, você provavelmente precisará fazer anúncios constantes.

Marketplace

Marketplaces são portais de grandes redes varejistas que permitem a venda de produtos por parte de lojistas parceiros, em troca do pagamento de uma comissão, que varia entre 3,5% a 30%, excluído o valor de frete. É como um shopping center, com várias marcas atuando no mesmo ambiente. A plataforma atrai um alto número de compradores que podem optar por diferentes produtos.



No Brasil, os principais marketplaces são: Mercado Livre; Americanas; Submarino; Extra; Walmart; Amazon; Pontofrio; Shoptime; Magazine Luiza; Casas Bahia; Netshoes; Buscapé; entre outros.

O marketplace é muito confundido com o e-commerce, mas uma das grandes **vantagens do marketplace é a descentralização do estoque** e a possibilidade de **ampliar a variedade de produtos quase que infinitamente**, cada vez mais segmentado e direcionado a cada perfil de consumidor.

Enquanto o modelo de e-commerce sofre com o uso de fluxo de caixa intensivo para financiar seu crescimento (estoque, infra-estrutura logística, equipe, etc), marketplaces escalam suas operações rapidamente com a entrada de novos vendedores de múltiplas regiões.

Entretanto, outro ponto interessante é que **um lojista pode investir em mais de um site de marketplace ao mesmo tempo**, algo muito mais difícil de acontecer com quem investe apenas em um e-commerce próprio.

Para o usuário também é interessante, pois ele pode encontrar diferentes marcas em um mesmo ambiente, obtendo maior facilidade de comparar ofertas e avaliar a melhor opção de compra. Ele ainda tem a vantagem de realizar todo o pagamento de uma só vez, mesmo escolhendo diferentes marcas.



Toda a parte de marketing e pagamento fica por conta da empresa gestora, enquanto o lojista fica com a responsabilidade de enviar o produto vendido.

Os marketplaces acabam se tornando a melhor opção para quem deseja começar a vender online ou aumentar seu volume de vendas online, principalmente pela praticidade, os menores custos de manutenção e o maior alcance, proporcionando grandes resultados para quem opta por atuar com essa ferramenta.

Principal desafio de um Marketplace:

Reforçar a identidade da marca. Ao ofertar seus produtos em um marketplace você corre o risco de ter sua marca vinculada ao marketplace já que muitos clientes podem acreditar que estão comprando do próprio marketplace e não da sua loja.

Se você achou o marketplace um canal de vendas interessante, aqui vai uma boa dica: **existem ferramentas que permitem atuar em diversos marketplaces de uma só vez**, além de gerenciar seus produtos, estoque, pedidos, entregas, mensagens e pagamentos. Com um único contrato é possível anunciar produtos nos sites das grandes redes varejistas, com o suporte em gestão, logística e SAC da própria solução, como o Olist.

Resumindo, funciona assim: o vendedor cadastra seu produto na plataforma do Olist e logo ele é anunciado em redes como Mercado Livre, Walmart, Americanas,

Submarino, Casas Bahia entre outros players do mercado brasileiro.

Confira nosso quadro comparativo ds três modelos:

Comparativo entre modelos:

Marketplace

E-commerce

Facebook

Modelo de Receita

Compra e Venda

Compra e Venda

Anúncios de publicidade

Estoque

Descentralizado

Centralizado

Descentralizado

Logística

Fornecedor > Cliente

Fornecedor >
Varejista > Cliente

Fornecedor > Cliente

Preço do Produto

Definido através do
E-Commerce

Definido através do
E-Commerce

Definido pelo
Fornecedor

CHECKLIST

- ☐ Avaliar a plataforma de vendas adequada para seu perfil
- ☐ Começar a vender na plataforma escolhida

Pode ser difícil saber por onde começar ao decidir vender seus produtos online. Neste guia, apresentamos algumas das formas mais populares e eficazes desse tipo de venda.

Você pode estar em um marketplace, como a Americanas, uma plataforma de mídia social como o Facebook ou uma loja online que você mesmo criou.

São muitas as possibilidades. O importante é não deixar de lado a oportunidade de vender mais com essas dicas. Gostou deste artigo? Esperamos que sim! Desejamos boa sorte e ótimas vendas!

Referências:

<https://canaltech.com.br/e-commerce/e-commerce-brasileiro-pode-chegar-a-r-80-bilhoes-em-vendas-em-2019-135947/>

<https://pt.shopify.com/blog/113501509-e-commerce-no-brasil-guia-definitivo>

<https://ecommercenapratica.com/qual-o-investimento-para-abrir-um-ecommerce/amp/>

<https://www.jetecommerce.com.br/blog/marketplace/>

<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/tudo-sobre-marketplaces/>

<https://blog.olist.com/3-os-maiores-erros-de-quem-vende-em-marketplaces/>

<https://blog.olist.com/olist-chega-para-facilitar-a-vida-de-quem-quer-vender-na-internet-e-em-grandes-varejistas>

Crédito das Ilustrações: Freepik