

STILE

COMO FUNCIONA?

O setor de administração de uma loja online é o **cérebro por trás da operação**, a engrenagem central que garante que desde o clique na compra até a entrega do produto na casa do cliente, tudo funcione de forma fluida, eficiente e lucrativa. Diferente de uma loja física, onde muitas tarefas são visíveis e manuais, no e-commerce, a administração depende intensamente de tecnologia, integração de sistemas e uma gestão de dados precisa.

1. Gestão de Plataforma e Tecnologia

A equipe de administração é responsável por escolher e gerenciar a plataforma de e-commerce, isso inclui cadastrar novos produtos com fotos de qualidade, descrições detalhadas e preços corretos.

2. Gestão Financeira

Este pilar envolve o controle de todas as entradas e saídas de dinheiro. A administração concilia os pagamentos recebidos das vendas, gerencia as taxas das operadoras de cartão, pagar fornecedores, funcionários e despesas operacionais

Processos:

- ♦ **Fluxo de Caixa:** Controle diário de todas as entradas (vendas) e saídas (custos com fornecedores, marketing, salários, impostos).
 - ♦ **Conciliação de Pagamentos:** Conferir os repasses dos gateways de pagamento, verificando se os valores recebidos batem com as vendas realizadas, descontadas as taxas.
 - ♦ **Precificação Estratégica:** Calcular o preço de venda dos produtos levando em conta o custo do produto (CMV), despesas operacionais, impostos e margem de lucro desejada.
 - ♦ **Relatórios Gerenciais:** Elaboração de DRE (Demonstrativo de Resultado do Exercício) para avaliar a lucratividade
-

3. Análise de Dados, Marketing e Estratégia

Monitoramento de KPIs (Key Performance Indicators):

- ⇒ **Taxa de Conversão:** % de visitantes que se tornam clientes.
- ⇒ **CAC (Custo de Aquisição de Cliente):** Quanto custa para conquistar um novo cliente.
- ⇒ **LTV (Lifetime Value):** A receita total que um cliente gera para a loja ao longo do tempo.
- ⇒ **Ticket Médio:** Valor médio gasto por pedido.
- ⇒ **Taxa de Abandono de Carrinho:** % de usuários que adicionam produtos ao carrinho, mas não finalizam a compra.

Principais Métricas para Avaliar o Desempenho

Essas são as métricas que você deve acompanhar regularmente:

- ♦ **Taxa de Conversão:** Percentual de visitantes que realmente comprou. Se for baixa, pode indicar problemas no layout, confiança ou processo de checkout.
- ♦ **Valor Médio do Pedido (AOV):** Quanto, em média, cada cliente gasta por compra. Aumentar esse valor pode elevar o faturamento sem precisar mais tráfego.
- ♦ **Taxa de Abandono de Carrinho:** Mostra quantos clientes desistem antes de finalizar a compra. Pode revelar falhas no frete, pagamento ou usabilidade.
- ♦ **Origem do Tráfego:** Saber se seus visitantes vêm de redes sociais, Google, e-mail marketing ou anúncios pagos ajuda a ajustar sua estratégia.
- ♦ **Tempo de Permanência e Páginas Visitadas:** Indica o interesse dos visitantes e a qualidade da navegação.

Ferramentas que Ajudam na Análise

- ♦ **Google Analytics 4:** Gratuito e poderoso. Permite acompanhar comportamento dos usuários, funil de conversão, fontes de tráfego e muito mais.
- ♦ **Hotjar ou Microsoft Clarity:** Mostram mapas de calor e gravações de sessões para entender como os usuários interagem com seu site.
- ♦ **SEMrush ou SimilarWeb:** Para comparar seu desempenho com concorrentes e entender o mercado.

Controle de Fluxo de Caixa

- ♦ Registro diário de entradas e saídas
- ♦ Separação entre contas pessoais e da empresa
- ♦ Previsão de recebimentos e pagamentos futuros
- ♦ Análise de saldo disponível vs. compromissos