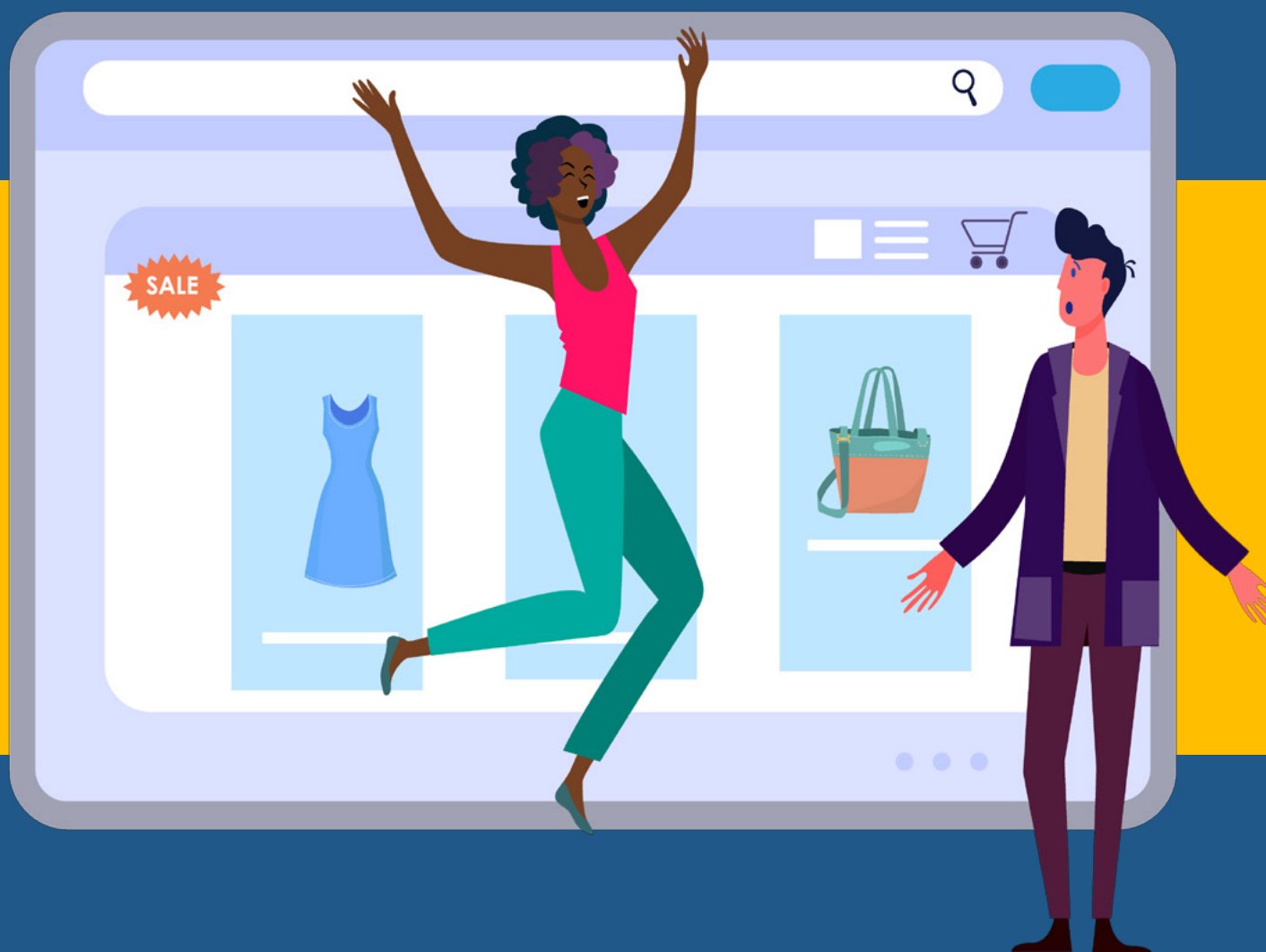


# COMO ENGAJAR SEUS CLIENTES EM COMPRAS ON-LINE?





# COMO ENGAJAR SEUS CLIENTES EM COMPRAS ON-LINE?



## Como engajar seus clientes em compras on-line?

O comércio digital se popularizou em todo o mundo, com milhões de consumidores migrando para as compras virtuais a cada ano. E no Brasil não é diferente. De acordo com dados da **Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico**, apenas entre o início de 2018 até agosto de 2019, as vendas on-line no país experimentaram um crescimento de 68,35%.

Estas informações demonstram que vem crescendo a adesão do consumidor brasileiro aos serviços de compra na Internet.

E vale destacar que estas pesquisas se referem ao período anterior à chegada da pandemia do novo Coronavírus no Brasil.

Com a necessidade do distanciamento social para refrear o contágio por Covid-19 e as consequentes medidas restritivas determinadas pelo Governo, muitos negócios, principalmente aqueles do segmento varejista, se viram obrigados a operar a portas fechadas. Com isso, a alternativa encontrada por muitas empresas, bem como pelos consumidores, foi buscar no comércio on-line.

Por isso, espera-se notar um aumento ainda mais expressivo nas vendas pela Internet em relação ao período anterior, bem como na fatia de participação do e-commerce sobre o varejo. Neste contexto, a crise trazida pela pandemia do novo Coronavírus trouxe consigo também uma oportunidade para os comerciantes: investir em vendas on-line.

No entanto, a alta adesão a este formato como medida para manter a receita durante a quarentena aumentou a concorrência no segmento. Em adição a este fenômeno, a necessidade do cliente de se proteger, ampliando a procura por compras on-line, aumentou a complexidade nas operações de e-commerce.

Além de ter mais opções à sua disposição, o consumidor ficou mais exigente. Por isso, dispor de estratégias para driblar a concorrência e melhorar a experiência de compra do cliente é imprescindível para negócios que pretendem continuar utilizando as soluções de vendas on-line mesmo após a passagem da pandemia.

Neste e-book você terá acesso a técnicas que irão te ajudar a aumentar o engajamento de seus clientes em compras on-line. **Veja a seguir!**



## Experiência do usuário e projeto visual

Os primeiros aspectos que você deve ter em mente ao elaborar uma loja virtual para oferecer seus produtos são a experiência do consumidor e a aparência da loja. Pense bem: um site com baixa funcionalidade e aparência ruim parece confiável?

Além de suscitar a desconfiança no consumidor, sites mal elaborados não estimulam a compra. Por isso, é fundamental investir no design em prol da experiência do usuário, ou UX Design, e no projeto visual do seu e-commerce, chamado de Design Thinking.

Contar com o apoio de um profissional em programação ou de uma empresa especializada nestas atividades pode ser um excelente investimento para criar uma loja virtual atrativa, que convida seu cliente a explorar, conhecer os produtos e comprar mais.

Caso você não tenha acesso a profissionais ou recursos para investir nestes setores, procure utilizar ferramentas de criação de loja virtual que te oferecem templates prontos e funcionais para você montar a sua loja com segurança e um visual que tenha apelo ao seu cliente.



## **Invista em criação de conteúdo e interatividade**

Uma excelente maneira de atrair clientes para o seu e-commerce e persuadi-los a comprar é investir na produção de conteúdo de alta qualidade e dar voz ao potencial comprador. Utilize suas redes sociais para divulgar seus produtos, detalhando bem os benefícios e utilizando um tom de voz adequado para a comunicação com o perfil do seu cliente ideal.

Se a sua loja virtual for baseada em um site, aproveite para criar um blog. Nele, você pode escrever artigos com temas de interesse do consumidor, além de detalhar características e funcionalidades dos seus produtos.

Esta estratégia, além de agregar valor à sua marca e demonstrar preocupação com os interesses e necessidades do cliente, também contribui muito para que a sua loja online seja encontrada nos buscadores.

Isso porque quanto mais conteúdo relevante houver no seu site maiores as chances dos sistemas de busca mostrarem o seu material e a sua loja para os usuários.

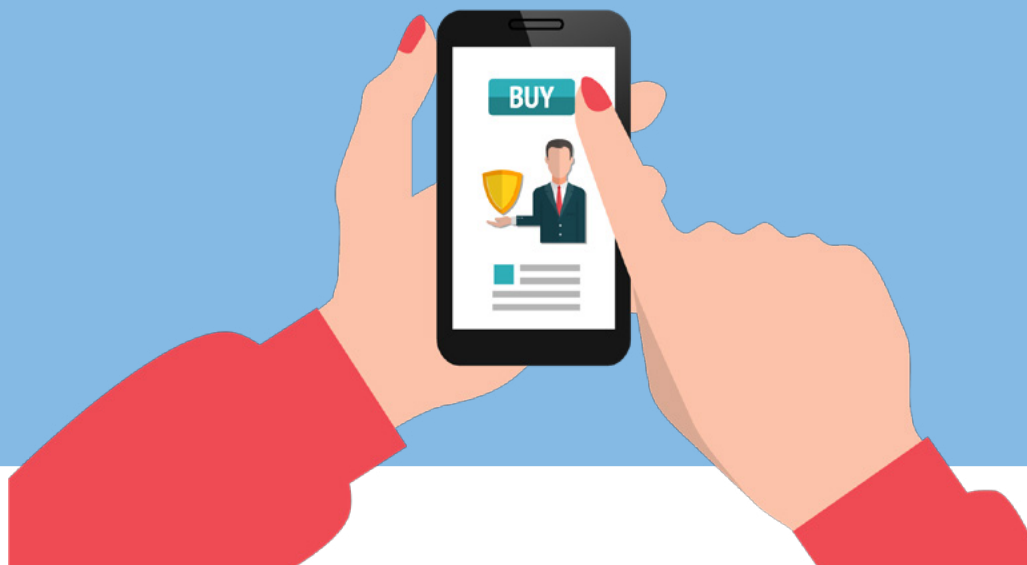
Além das redes sociais e do blog, você também pode aprimorar a comunicação com o cliente por meio do e-mail marketing.

Em vez de investir nas ultrapassadas estratégias de spam que apenas atingem repetitivamente os clientes cadastrados, desvalorizando seu negócio, crie conteúdos exclusivos e interessantes para oferecer material personalizado para cada um dos seus clientes.

Há diversas ferramentas de automação digital que permitem coletar dados e criar estas campanhas. Você também pode lançar mão destes sistemas para elaborar ofertas sob medida para cada perfil de comprador. Assim, você tem maiores chances de fidelizar o cliente.

Você ainda pode utilizar todos estes canais para criar enquetes e deixar que o seu cliente ajude a decidir quais conteúdos criar e quais produtos e soluções oferecer. Esta ação, além de posicionar bem a sua marca junto ao cliente, ainda facilita a elaboração de estratégias de alto retorno.





## Interatividade na loja

Um dos empecilhos nas compras virtuais é a incerteza quanto às características físicas de um produto. E esta é uma das principais preocupações, sobretudo para os clientes que estão fazendo suas primeiras compras em ambientes virtuais.

Por isso, além de ser fornecer detalhes completos e precisos acerca de seus produtos, oferecer sistemas de interatividade que aumentem a confiança do cliente ao concluir uma compra é essencial.

Invista em plataformas que permitam a avaliação pública de itens por clientes que já adquiriram, bem como provedores virtuais e fotografias de boa qualidade, além de vídeos demonstrativos.

Também é fundamental contar com um serviço de atendimento que esteja apto a tirar todas as dúvidas do consumidor.

Neste quesito, a rapidez na resposta é fundamental, visto que ela pode ser decisiva para o seu negócio sair à frente da concorrência.





## Elimine o carrinho abandonado

Grande parte do movimento das lojas virtuais culmina em carrinhos abandonados. Muitas vezes os clientes estão ainda em fase de pesquisa e simplesmente não concluem a compra, por perda de interesse ou por encontrarem melhores condições na concorrência.

Por isso, invista em estratégias para fazer o tratamento adequado de carrinhos abandonados. A maioria dos sistemas de e-commerce oferece acompanhamento em tempo real destes casos.

Com estas informações, você pode enviar mensagens para os clientes oferecendo descontos ou brindes para a conclusão da compra.

Assim, o consumidor se sente valorizado e você tem maiores chances de converter a venda, ainda que as condições do concorrente sejam melhores.



## Seja criterioso com as opções de entrega

A qualidade e o preço do seu produto não são os únicos fatores decisivos na hora de converter uma venda on-line. Para muitas pessoas, comprar on-line é sinônimo de ansiedade.

Além do desejo de ter logo o produto nas mãos, muitos clientes temem os erros no processo de entrega, que podem atrasar ou inviabilizar o recebimento do produto.

Por isso, no momento de selecionar os serviços de entrega para a sua loja virtual, você deve buscar o equilíbrio de alguns fatores para tomar a decisão:

- **Tarifa;**
- **Prazo de entrega;**
- **Possibilidade de rastreamento pelo cliente;**
- **Qualidade no atendimento.**



Se o custo do frete for muito alto ou desproporcional em relação ao valor do produto, o cliente pode desistir da compra.

Se o preço for bom, mas o prazo for demasiadamente longo, o cliente vai querer conferir os preços e prazos da concorrência.

Se o prazo e o preço forem bons, mas a transportadora escolhida não for capaz de cumprir com as condições prometidas, o cliente pode cancelar a compra e não voltar a comprar na sua loja mais.

Por isso, pesquise bastante e procure negociar com os fornecedores para oferecer as melhores soluções de entrega possíveis para os seus clientes. Optar pelos serviços que permitem ao cliente rastrear cada etapa da entrega também agrega pontos para o seu negócio.

## Atenda com rapidez aos clientes insatisfeitos

Assim como nas vendas em loja física, no segmento virtual sempre irão existir clientes insatisfeitos, afinal de contas, problemas acontecem. No entanto, muitas vezes o cliente da loja virtual pode sentir que não há com quem reclamar ou como resolver a situação, aumentando as chances de ele dar opiniões públicas ruins acerca da experiência de compra e de não voltar a comprar com você.

Por isso, tenha um bom sistema de atendimento. Neste contexto, é mais importante oferecer menos canais de comunicação com mais qualidade e agilidade do que oferecer diversos contatos e não conseguir tratar de todas as interações.

Selecione os meios de comunicação preferidos pelos seus clientes e foque em oferecer serviço de alta qualidade nestes, priorizando sempre os contatos referentes às reclamações e à resolução de problemas.

Deste modo, você pode reverter uma impressão ruim e não só salvar uma venda, mas quem sabe fidelizar um cliente que antes estava insatisfeito.





## Mantenha um calendário promocional

Esta estratégia, que é muito relevante nas vendas físicas, é ainda mais valiosa para as vendas on-line. Mas tenha em mente que no cenário virtual é preciso se antecipar, considerando que haverá um prazo de entrega e a compra pode ser um presente. Por isso, defina as datas para cerca de 18 meses e estruture as campanhas para que sejam lançadas com antecedência.

Além disso, pequenas datas podem ser excelentes oportunidades de lançar promoções relâmpago, fazendo seu negócio sair na frente da concorrência e estimulando seu cliente a estar sempre de olho nas novidades da sua empresa.

Com estas estratégias, você garante que o cliente vai estar sempre atento as suas ofertas e propenso a indicar a sua loja para os amigos!

### **Referências:**

[https://www.camara-e.net/site/conteudo/varejo-online?menu\\_id=29&filter=artigos](https://www.camara-e.net/site/conteudo/varejo-online?menu_id=29&filter=artigos)

<https://www.camara-e.net/2019/10/01/vendas-do-e-commerce-variam-6835-nos-ultimos-20-meses-aponta-indice-mcc-enet>



[www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br)

0800 570 0800

