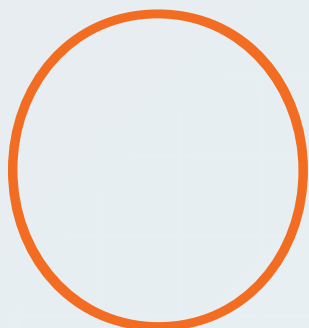


Passo a passo

Como montar sua primeira loja virtual





comércio eletrônico tem ganhado cada vez mais espaço na vida das pessoas. Em 2014, as vendas online movimentaram 35,8 bilhões de reais, alta de 24% em comparação com 2013, quando o montante foi de 28,8 bilhões de reais.

Para 2015, a expectativa é que esse número tenha um crescimento de 20%, chegando ao faturamento de 43 bilhões de reais, segundo a e-bit, empresa especializada em informações do varejo online.

Ainda no ano passado, o e-commerce ganhou 10,2 milhões de novos adeptos que fizeram sua primeira compra pela internet. Com isso, o número total de e-consumidores ultrapassou 51,5 milhões.

Se o seu sonho é empreender, criar uma loja virtual pode ser o melhor começo. E para garantir que o negócio decole, é preciso estar atento às tendências do mercado, ao seu público-alvo e concorrentes, além de criar (e executar) um completo plano de negócios.

Pensando nisso, o UOL HOST criou esse guia completo para você montar a sua primeira loja virtual. E, claro, ter sucesso nessa empreitada.

Fique atento às dicas em cada capítulo e boa sorte!

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	04
PLANEJAMENTO	05
REGISTRO	11
TECNOLOGIA.....	14
ESTOQUE.....	16
LOGÍSTICA.....	19
PAGAMENTO.....	23
VISUAL.....	24
DIVULGAÇÃO	25
PROMOÇÃO	31
CHECKLIST	36
PASSO A PASSO PARA CRIAR SUA LOJA.....	38

Compartilhe:



INTRODUÇÃO



Se você cansou de “trabalhar para os outros”, criar uma loja virtual pode ser a melhor opção para entrar no mundo dos negócios. Além do cenário positivo do comércio eletrônico, você tem a possibilidade de tocar a loja paralelamente ao seu emprego atual, sem precisar apostar todas as fichas de uma só vez. Quando a sua empresa engatar (e torcemos para que seja logo), aí você pode dar aquele desejado adeus ao seu chefe.

Além disso, com as tecnologias disponíveis no mercado hoje, é possível fazer boa parte do processo sozinho, sem precisar ser um *expert* em programação ou em design.

Outra vantagem de atuar no mercado online é que o seu público-alvo aumenta consideravelmente. Você pode morar em São Paulo e vender para todo o Brasil, sem precisar de um espaço físico em cada cidade.

Os ramos de atuação também são os mais diversos - desde produtos orgânicos até bijuterias artesanais, passando por roupas, sapatos e eletrônicos.

Se você acredita que chegou a hora de dar esse passo e montar seu próprio negócio online, você encontrará aqui todas as etapas para embarcar nessa jornada, desde o planejamento até a sua primeira entrega, passando por estratégias de divulgação e processos burocráticos (porém necessários), como formalização da empresa.

Comece agora a dar asas ao seu sonho. Boa leitura!

PLANEJAMENTO



Antes de partir para a prática, você precisa passar pela teoria. Faça um planejamento de como será sua loja virtual. Sim, ele deve ser escrito à mão, ou no computador, como preferir. Mas não pode ficar somente “guardado na cabeça”. Nesse documento, descreva:

1) O QUE É O SEU NEGÓCIO?

Descreva as principais características da sua empresa, o que ela vai vender, por que faz sentido escolher esse segmento para atuar.



Lembre-se de que para um negócio prosperar, ele precisa preencher uma lacuna, resolver um problema ou agregar algo ao consumidor. Se ele for mais do mesmo, não irá fazer sentido (nem sucesso).

Uma ótima estratégia para diferenciar sua proposta de valor das outras empresas é saber quais são as necessidades não atendidas nesse mercado e oferecer para o cliente a solução.



2) QUEM É SEU PÚBLICO-ALVO?

Nessa etapa, é hora de conhecer quem vai comprar em sua loja virtual. Esse passo também será importante no momento em que você for criar estratégias de divulgação. Se você vai vender, por exemplo, jogos de videogame seu público-alvo poderia ser:

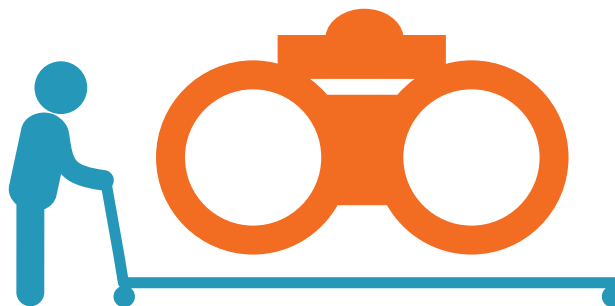
- **Gênero:** meninos e meninas;
- **Idade:** entre 12 e 24 anos;
- **Interesses:** Tecnologia, filmes, celulares, animações 3D etc;
- **Poder aquisitivo:** Classes A, B e C;
- **Escolaridade:** Ensino fundamental, ensino médio, cursinhos pré-vestibulares e ensino superior em curso.

Esse é apenas um exemplo de informações que você pode descobrir sobre seu público-alvo. Você pode ir mais fundo e buscar dados mais segmentados, como os lugares que eles frequentam, se namoram, qual o tipo de jogos que mais gostam.

Faça uma boa pesquisa para entender quais são os fatores de influência de compra para essas pessoas, quais lojas elas mais gostam, qual meio de pagamento elas mais usam.

Compartilhe:





3) QUEM SÃO E COMO ATUAM SEUS CONCORRENTES?

Antes de entrar em um mercado, é importante que você conheça quem já atua nele. Além disso, você pode buscar informações de qual é o faturamento, quais são os pontos fortes e fracos dessas lojas, qual o tipo de promoção que eles costumam fazer para atrair clientes.

A ideia não é copiar o que seus concorrentes fazem, mas sim [entender como eles funcionam](#) e aprender com quem já está no mercado. É importante que você saiba quais são os preços oferecidos por eles e como a marca se comunica com os consumidores.

As lojas físicas também podem entrar na sua lista de monitoramento. Por exemplo, se você pretende vender artigos esportivos, você vai apontar em sua lista de concorrentes a Centauro (loja virtual e também física), a Decathlon (virtual e física), a Netshoes (virtual) e outras do segmento.

A partir dessas informações, você vai criar suas próprias ações e estratégias. Essa análise não deve ser feita apenas no começo do seu negócio, ela precisa ser constante. Lembre-se de identificar nessa etapa também qual é seu diferencial competitivo diante das outras marcas.

Compartilhe:





4) QUAIS SÃO OS POSSÍVEIS RISCOS QUE PODEM AMEAÇAR O SUCESSO DE SEU E-COMMERCE?

Daqui a cinco anos, as pessoas ainda irão precisar comprar o que você vende? Se a resposta for não, qual será a sua estratégia alternativa? Já existem concorrentes fortes no mercado? Como pretende superá-los?

Levante todos os possíveis riscos e encontre soluções para cada um deles. Quando um momento de crise chegar (inevitavelmente ele virá), você já deve estar preparado para enfrentá-lo.

Compartilhe:





5) COMO IRÁ ORGANIZAR AS FINANÇAS DA LOJA?

Para começar um negócio, você precisa ter um **capital** para investir até que o retorno conseguido pelas vendas já esteja suprimindo as dívidas. Se você não tem essa grana, é possível pedir financiamento, procurar um sócio ou ainda investidores.

Com o dinheiro na mão, detalhe quais serão seus gastos mensais, em qual departamento você precisa investir mais no começo e coloque uma meta de quanto tempo levará para esse dinheiro gasto ser recuperado com os lucros.

Faça uma planilha e especifique gasto por gasto, atualize o total diariamente caso tenha alguma saída. Coloque ainda item por item para você saber para onde tem ido o dinheiro e conseguir fazer um balanço no final do mês.

DICA BÔNUS

Ter uma ferramenta de controle financeiro pode ajudá-lo muito nessa etapa. Pode ser o bom e velho Excel ou algum software online, como Conta Azul ou Zero Paper.

Compartilhe:





6) QUAIS SÃO SUAS METAS?

Por fim, defina algumas metas a curto, médio e longo prazo. Elas irão te estimular e guiar o seu negócio.

Por exemplo: em um ano você quer atingir a marca de mil vendas por mês. Em cinco anos, você quer dobrar o tamanho de sua operação. E em 10 anos, você quer que seu negócio seja referência no segmento atuante. Defina o que é preciso fazer para alcançar cada um desses objetivos.

Compartilhe:





UM IMPULSO PARA O SUCESSO

Criar uma loja virtual nunca foi tão simples e acessível quanto hoje. Em poucos cliques, você tem um e-commerce completo. Foi assim com o Alcyr Neto (ou só Neto, como ele gosta mais), que colocou o Empório do Lazer no ar usando a plataforma do UOL HOST.

Mas mesmo com todas as facilidades da tecnologia, administrar um negócio dá trabalho. É muito mais do que ter um site no ar. E Neto, como muito empreendedor, está sentindo isso na pele.

As dificuldades para planejar o crescimento, gerenciar o estoque, as entregas, as finanças e as pessoas começam a aparecer. E o lucro começa a sumir.

Mas a história do Neto está mudando, graças ao *Impulso Digital*, um reality show online que vai conectar o empreendedor aos melhores consultores do mercado e dar todas as ferramentas para que ele possa transformar seu negócio.

E você pode acompanhar tudo de perto e aprender junto com o Neto.

Gostou? Então vem com a gente!

uol.com.br/impulso



De dicas técnicas a histórias de empreendedores, de infográficos a e-books, todo o tipo de conteúdo que você precisa para dar um impulso no seu negócio.



REGISTRO



Para vender pela internet é preciso ter um CNPJ. Para isso, você precisará inscrever-se na Receita Federal. As informações e documentos necessários estão disponíveis no site da instituição: www.receita.fazenda.gov.br.

Com o número em mãos, é hora de registrar sua empresa na Junta Comercial, você precisará entregar um contrato social com os documentos exigidos, seus e do seu sócio (se for o caso). Você pode acessar o site da Junta Comercial da sua cidade para consultar valores, documentação e o posto mais próximo de você.

Fique atento aos passos necessários para formalizar o seu e-commerce e evitar dor de cabeça com esses assuntos no futuro. Vale considerar gastar algum dinheiro e contratar um profissional de contabilidade para ajudá-lo nessa etapa.



DICA BÔNUS

O MEI (Micro Empreendedor Individual) é uma boa alternativa para quem precisa de um CNPJ, mas ainda não está preparado para pagar altos impostos. Para se enquadrar no MEI, seu faturamento não pode ultrapassar 60 mil reais por ano ou 5 mil reais por mês. Ainda é possível contratar um funcionário que vai receber um salário mínimo ou o equivalente ao piso da categoria. O cadastro pode ser feito pelo Portal do Empreendedor, o CNPJ será gerado na mesma hora. Para se regularizar, e ser oficialmente uma empresa, o Micro Empreendedor Individual paga um único imposto mensal de menos de 50 reais. Para saber mais, consulte o site oficial: <http://www.portaldoempreendedor.gov.br/mei-microempreendedor>

Compartilhe:



CUIDADOS AO ESCOLHER O **NOME DA SUA LOJA**



A escolha do nome para sua loja virtual merece todo cuidado e atenção. Pode não parecer, mas essa etapa pode influenciar o sucesso de seu negócio. O nome é o que vai fazer sua loja virtual se destacar na multidão, e também vai ser determinante na hora de otimizar os resultados do seu endereço nos buscadores. Aqui vão cinco dicas para você criar o “registro de nascimento” do seu bebê:

Menos é mais - Na hora de escolher o nome para seu e-commerce, prefira algo simples e curto. Considere opções fáceis de memorizar e também de pronunciar, faça diferentes combinações até encontrar a perfeita. Você também pode criar uma palavra. Marcas consagradas como Google, eBay e Skype fizeram essa escolha e são reconhecidas instantaneamente.

Inove - Pesquise quais são os nomes usados pelos seus concorrentes e busque algo criativo e diferente. Só não se esqueça de procurar uma opção que reflita o seu segmento e a sua proposta.

Pesquise antes - Faça uma lista dos possíveis nomes para o seu negócio e, antes de optar por um deles, pesquise na internet e veja se aparece algum resultado ao digitar suas opções e quais são os assuntos relacionados a ele.

Investigue - Tenha cuidado para não escolher um nome que não possa ser legalmente usado, seja por ele já estar em uso por outro local ou por qualquer outro motivo. Pesquise as leis que se aplicam para essa finalidade e evite futuros problemas legais.

Registre - Após definir o nome, você precisa fazer o pedido de busca na Junta Comercial para verificar se não há outra empresa já registrada com sua escolha. Se não houver, garanta o seu registro.

Compartilhe:



TECNOLOGIA



Escolher a tecnologia ideal para seu e-commerce afeta o sucesso de suas vendas. Isso porque você precisa contar com um parceiro que ofereça qualidade, flexibilidade e que acompanhe seu crescimento.

Na hora de escolher a plataforma para sua loja virtual, não leve em consideração apenas o que você precisa para começar. Tenha uma visão mais macro, o que você espera do futuro e as projeções de crescimento colocadas no planejamento.

Nessa etapa, você irá precisar definir e contratar alguns serviços:

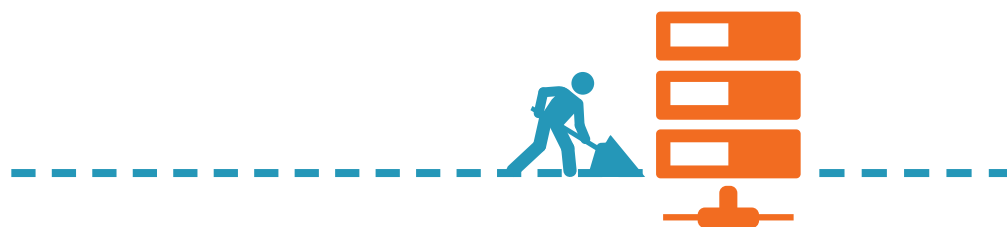
1) SISTEMA DE CARRINHO



Ele vai permitir que você cadastre seus produtos, colocando informações como valor, tamanhos disponíveis e outros dados importantes relacionados ao item.

Além disso, ele é o intermediador para os clientes concluírem a compra online, direto em seu site. Ou seja, ele é o elemento principal para uma loja online.

2) HOSPEDAGEM



Esse “espaço” possibilita sua empresa guardar informações, vídeos, imagens ou qualquer outro conteúdo.

É como se fosse o local que o seu sistema de carrinho ficará “estacionado”. Lembre-se de verificar qual o limite de armazenamento que seu plano oferece.



3) DOMÍNIO

Para que o cliente chegue até sua loja, ela precisa de um endereço online. É aí que entra o [domínio](#), que nada mais é que o nome que vem depois do “www.”.

Ele pode ser igual ao nome da sua loja, ou não. Por exemplo: o nome da sua loja é “Guloseimas da Lucia”. Você então poderá comprar o domínio [www.guloseimasdalucia.com.br](#). Ou pode optar por [www.lojadalucia.com.br](#). A escolha vai depender da sua estratégia e também da disponibilidade do nome desejado.

Como seu negócio será virtual, a tecnologia é sua maior aliada, então escolha um parceiro confiável e conhecido nesse mercado. Isso garantirá que seu site não fique fora do ar ou tenha problemas em dias mais movimentados.

O [UOL HOST](#) tem a solução ideal para acompanhá-lo desde o início do seu negócio até o momento em que ele se torne uma grande loja.

Com uma ferramenta simples e completa, você tem acesso a domínio, hospedagem e sistema de carrinho em um único pacote. É só contratar o plano e começar a vender.

Compartilhe:



ESTOQUE

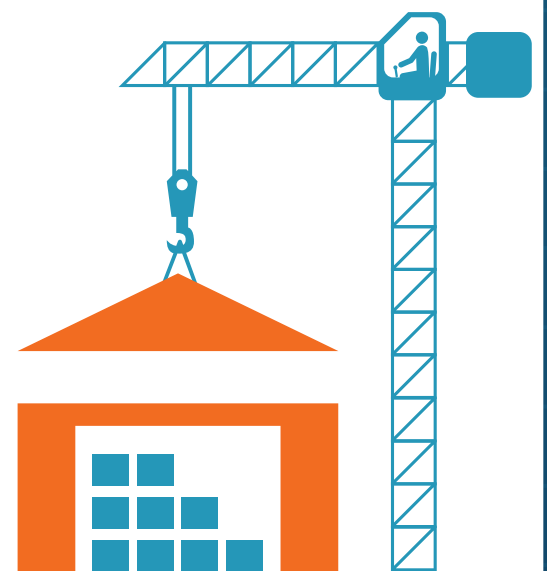


É hora de organizar e desenhar como será o gerenciamento do seu estoque. Porque sim, é você que irá ficar responsável por tudo isso. Após criada a loja virtual, é preciso comprar ou produzir produtos para oferecer aos clientes.

A [organização](#) e a administração do seu estoque merecem muito carinho e atenção, afinal, nele estará boa parte do seu investimento. Aí vão algumas opções de como você pode lidar com essa etapa:

1) ESTOQUE FÍSICO

Ideal para quem tem um espaço disponível para armazenar os produtos. Nessa opção, normalmente a reposição de itens acontece conforme a demanda e você não precisa necessariamente depender dos fornecedores, já que terá os produtos para pronta entrega.

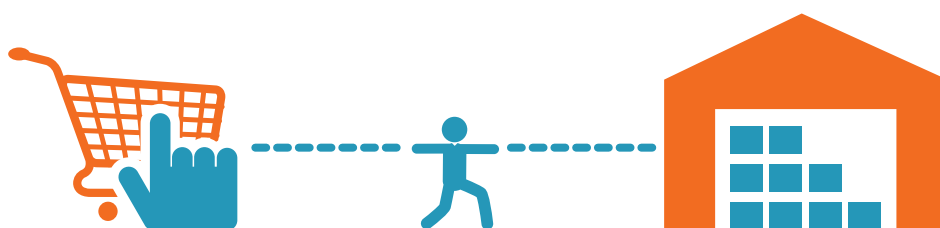


É preciso ter cuidado para não comprar coisas de mais ou de menos e acabar perdendo dinheiro. Faça um controle rígido da entrada e saída de cada item, pode ser em uma planilha do Excel mesmo ou em um software específico.



2) ESTOQUE CONSIGNADO

Se você não tem um espaço muito grande para guardar seus produtos, esse esquema pode ser uma boa solução. Você pode procurar por fornecedores que permitam devolver ou trocar aqueles produtos que ficaram encalhados, assim você só paga pelo que vendeu.



3) DROP SHIPPING

Nesse modelo, todo pedido feito em sua loja virtual cairá automaticamente no sistema do seu fornecedor, com isso o controle do estoque ficará nas mãos dele. Ele também será responsável por fazer a entrega do produto para o cliente.

Compartilhe:





4) CROSS DOCKING

Essa opção funciona praticamente da mesma forma que o Drop Shipping, a única diferença é que o fornecedor não será responsável pela entrega do produto ao consumidor.

Os produtos serão entregues a você, que ficará responsável por enviá-los ao cliente. A vantagem é que nesse cenário você não terá gasto com o espaço de armazenagem dos itens.

Essas são algumas opções de gerenciamento de estoque disponíveis. Defina qual atende melhor suas necessidades, não se esqueça de fazer um controle do seu investimento e sempre avaliar o desempenho das vendas para otimizar as compras.

Compartilhe:



LOGÍSTICA



Você com certeza está doido para realizar sua primeira venda. Mas já pensou como irá fazer para [entregar](#) o pedido? Desde o valor do frete até o prazo para recebimento da mercadoria, é preciso ser transparente com seu cliente e deixar claro como funciona sua logística.

Nessa etapa, é hora de definir como fará esse processo em sua loja virtual. Existem algumas opções no mercado. Dá uma olhada:

1) CORREIOS

Esse serviço é um dos mais populares, pois atende todas as regiões do Brasil. Os Correios oferecem um contrato



exclusivo para quem tem uma loja virtual. Com isso, você tem a comodidade de pagar o valor dos fretes em uma única fatura e ainda conseguir descontos de acordo com a quantidade de envios realizados mensalmente.

Outra vantagem que os Correios oferecem para quem tem um e-commerce é o serviço e-Sedex, uma opção de entrega expressa para mercadorias de até 15 kg. Os prazos variam de 0 a 3 dias, vai depender da modalidade escolhida e do endereço de destino. Saiba mais sobre essa opção no [box abaixo](#).

Você pode também usar a opção SEDEX, SEDEX 10 ou o serviço PAC - nesse último o prazo de entrega será maior, porém os preços mais acessíveis.

Entrega rápida

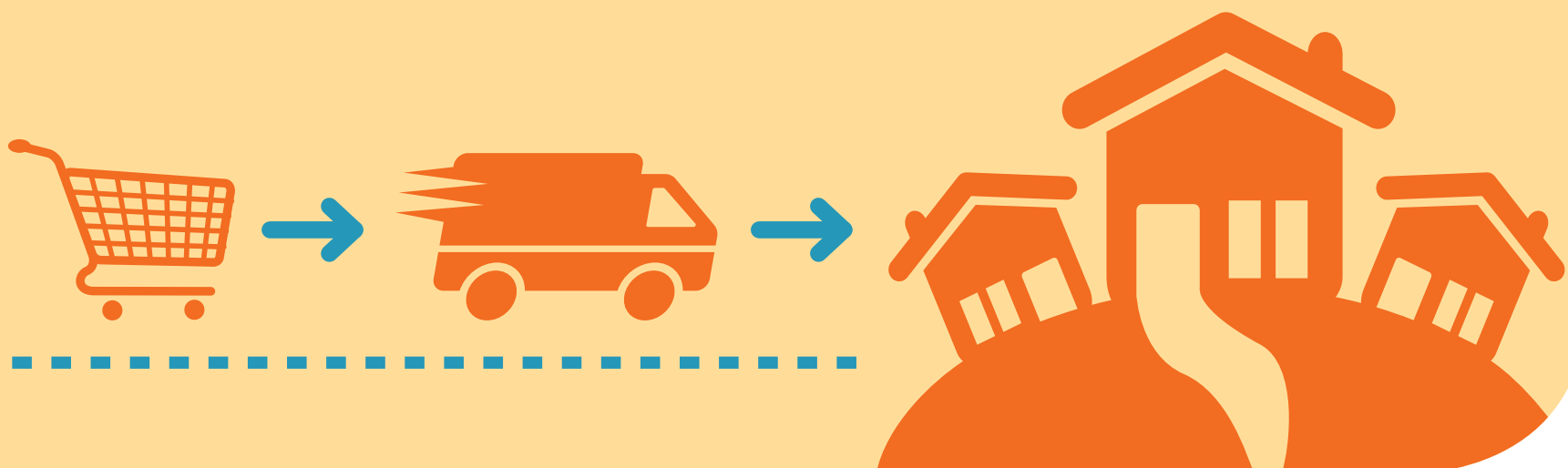
O e-Sedex é uma opção de entrega dos Correios exclusiva para os lojistas virtuais. Para usufruir dela, você precisa ir até uma agência e solicitar o contrato. Conheça abaixo as modalidades do serviço.

Standard - a entrega é feita em até 3 dias, dependendo da localidade. Atende toda a área de abrangência do e-SEDEX;

Prioritário - a mercadoria é recebida até as 18h no mesmo dia da postagem, mas atende apenas na cidade de São Paulo (origem e destino);

Express - entrega até as 21h do dia da postagem, sendo uma modalidade também restrita a origem e destino na cidade de São Paulo.

O e-Sedex também pode ser útil para as políticas de troca e devolução. As lojas que têm contrato com a instituição podem usar a opção coleta domiciliar, na qual os Correios retiram o produto em um ou mais locais especificados por você. Esse acordo precisa ser feito com antecedência.



Compartilhe:





2) TRANSPORTADORA

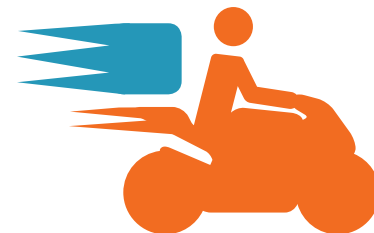
Mesmo que você utilize os Correios, sempre é bom ter um plano B, já que a instituição é pública e pode ocorrer paralisação de funcionários, acarretando em entregas atrasadas.

Essa opção também é mais interessante para aquelas lojas que comercializam produtos grandes. Os Correios têm restrições de pesagens e limite de dimensões. Já as transportadoras entregam qualquer mercadoria, seja um sofá ou um tênis.

Pesquise diversos fornecedores, procure ouvir o que os clientes falam sobre o serviço e feche com aqueles que oferecerem o melhor custo-benefício.

Compartilhe:





3) ENTREGA ALTERNATIVA

Caso você não tenha a pretensão de vender para todo o Brasil, você pode pensar em contratar o serviço de motofrete. Essa opção pode agilizar o prazo de entrega e despachar encomendas para mais de um cliente no mesmo dia.

Existem, inclusive, aplicativos para celular, como 99 Motos e Vai Moto, que permitem contratar motoboys direta e rapidamente.

Frete é, sem dúvidas, um dos principais influenciadores de compras pela internet. Uma pesquisa da E-bit mostrou que 45% dos consumidores sempre escolhem pelo **frete grátis** ou a opção mais barata. Então, esse assunto merece muita atenção.

DICA BÔNUS

O intermediador de pagamentos PagSeguro oferece uma ferramenta gratuita para cálculo de frete. Você pode inserir o botão em seu site e ela fará o cálculo automaticamente. Para isso, basta que o cliente digite o CEP do lugar de entrega. Para saber mais, acesse: https://pagseguro.uol.com.br/desenvolvedor/ferramenta_de_calculo_de_frete.jhtml#rmcl

Compartilhe:



PAGAMENTO



Com a sua loja virtual pronta para vender, é hora de pensar em uma etapa fundamental para você: como receber os pagamentos.

Esse assunto merece atenção redobrada, já que envolve processamento de dados sensíveis do consumidor, como informações do cartão de crédito e senha. Por isso é importante que seu e-commerce **transmita confiança** ao usuário ou então ele pode abandonar o carrinho de compras e partir para outra loja.

A melhor maneira de evitar essa situação é contratando um intermediador de pagamentos, como o **PagSeguro UOL**. Além de deixar os clientes mais seguros com a transação, você não precisará se preocupar em negociar tarifas com cada operadora de cartão. E ainda conseguirá oferecer diferentes formas de pagamento para o cliente – como boleto, débito bancário e cartão de crédito – além de parcelamento das compras em até 18 vezes.

Para quem usa a **loja virtual** do UOL HOST, o PagSeguro já vem integrado. Basta vincular as duas contas e passar a receber seu lucro sem complicação e de forma segura.

GANHE O CLIENTE PELO VISUAL

A primeira impressão é a que fica. Se o consumidor entrar no seu site e ele não for nada atraente, ou confuso, pode dar adeus a ele. Por isso, anote aí três dicas para encantar seus e-consumidores nesse quesito:

Layout - Capriche no visual. Além de ser inovador e interessante, o layout precisa transmitir a proposta da sua empresa. Use cores e formatos diferentes, mas evite qualquer tipo de exagero. Não esqueça que os produtos são “a cereja do bolo”.

Navegação - Facilite a vida de seu cliente. Seu site precisa ter uma navegação intuitiva e clara. Se o usuário encontrar dificuldade para achar alguma coisa, ele pode simplesmente fechar a página e ir comprar no vizinho.

Para ajudar na organização, trabalhe com categorias e a opção de busca na página inicial. Além disso, invista em um design responsivo para que o endereço possa ser acessado por qualquer tipo de dispositivo, incluindo smartphones e tablets.

Produtos - Eles são o seu tesouro, por isso você precisa ter fotos atrativas e de boa qualidade.

Além disso, ofereça também uma boa [descrição personalizada do produto](#) e coloque todas as informações importantes, como tamanhos disponíveis, dimensões, tecido e preço.



Compartilhe:



DIVULGAÇÃO

Agora que a sua loja virtual está prontinha para o sucesso, chegou a hora de divulgá-la e atrair a clientela. São diversas opções de Marketing Digital que você pode adotar, como e-mail marketing, redes sociais, links patrocinados e SEO. Conheça algumas ferramentas:



1) E-MAIL MARKETING

Essa é uma das ferramentas que mais geram conversões para os sites de e-commerce. Então você precisará investir nesse meio.

O primeiro passo é criar uma [lista de contatos](#). Para tanto, ofereça em seu site a opção do cliente receber novidades e promoções por e-mail. Além de boas ofertas, suas mensagens podem conter também dicas e informações úteis ao consumidor, sempre relacionadas ao seu segmento.

Crie listas de e-mail segmentadas para atingir com mais precisão seu objetivo. Quando você envia o conteúdo certo para a pessoa correta, as chances de garantir as vendas serão maiores.

E-MAIL MARKETING MATADOR



Quer saber como garantir bons resultados com suas mensagens eletrônicas? Anota essas dicas:

Capriche no visual - faça um layout personalizado e visualmente atraente. É importante que as informações estejam organizadas e o visual não esteja carregado com muita coisa.

Tenha uma eficiente "call to action" - fale o que você quer que o cliente faça diante da sua mensagem.

Por exemplo, se a intenção do seu e-mail é divulgar uma promoção, você pode mandar uma mensagem com uma foto bacana, explicando qual é a promoção e suas vantagens. Junto com essas informações, você deve inserir um botão que tenha uma chamada como "Últimas peças, garanta o seu agora mesmo".

Use em datas comemorativas - O e-mail marketing é uma boa pedida em datas sazonais, como Natal e Dia das Mães, para divulgar produtos específicos para o evento e aumentar as vendas.

Faça relacionamento - Se o seu comércio é de roupas, por exemplo, você pode enviar dicas de combinações para a estação do ano e ainda oferecer 5% de desconto para quem comprar clicando no link do e-mail.

Compartilhe:





DICA BÔNUS

Não caia na tentação de mandar muitas mensagens para seu cliente. Ele pode se irritar e nunca mais comprar em sua loja. Nunca ultrapasse a marca de 10 mensagens em uma mesma semana. Você precisará ainda de uma ferramenta de gerenciamento e disparo de e-mail marketing. O **UOL HOST** oferece um software que pode ajudá-lo na tarefa.



2) LINKS PATROCINADOS

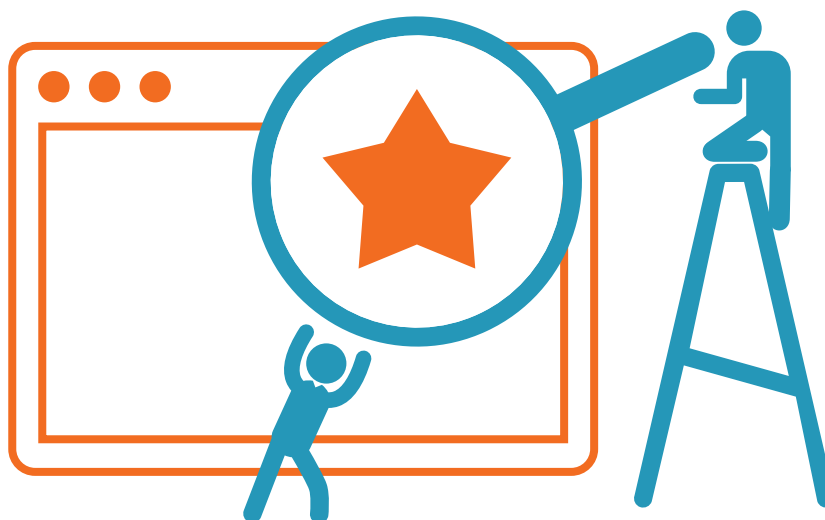
Nessa opção, resumidamente, você paga para o seu site aparecer entre os primeiros resultados nos sites de busca.

A vantagem é que seu e-commerce ganhará visibilidade com muito mais agilidade, podendo aumentar as suas conversões. Além disso, seu negócio se tornará visível para quem ainda não o conhece.

O processo é relativamente simples: você escolhe algumas palavras-chave para investir, cria seus anúncios, define uma verba e coloca sua campanha no ar. Tudo pode ser controlado por uma interface online bastante intuitiva. Mas contar com a ajuda de um especialista pode acelerar o processo e potencializar os resultados.

Compartilhe:





3) SEO

SEO é a abreviação da expressão em inglês Search Engine Optimization e consiste em um conjunto de táticas para aumentar sua [visibilidade em buscadores](#). Diferente dos links patrocinados, essa técnica traz resultados a longo prazo.

A ideia é simples: você identifica quais são os assuntos (ou produtos) que as pessoas buscam e prepara seu site para aparecer entre os resultados dessas pesquisas.

Mas, na prática, é preciso ter bastante dedicação e paciência para colher os resultados.

Compartilhe:





CHEGUE NO TOPO DA LISTA

Confira algumas dicas para obter melhores resultados na busca orgânica. Mas para garantir esses resultados, todas as técnicas devem ser usadas em conjunto:

Inclua palavras-chave - Aqueles termos que são constantemente buscados pelos usuários devem aparecer em seus textos. Claro, sempre que fizer sentido e se encaixar no contexto.

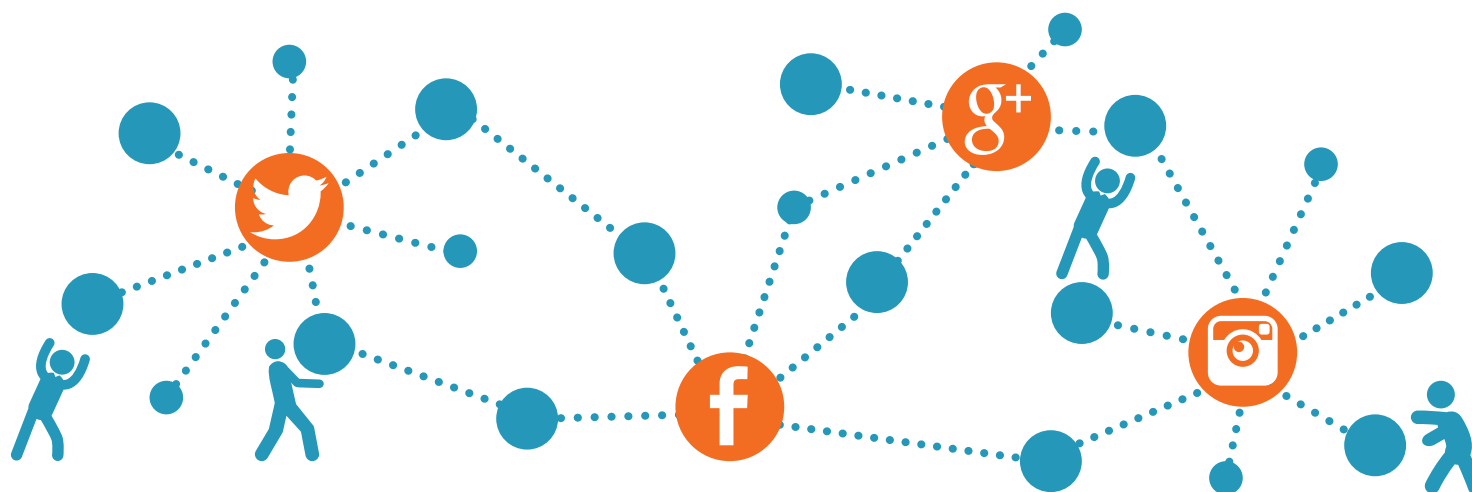
Programação simples - Prefira páginas de produtos com o código HTML simples e limpo, evite Flash, DHTML e frames.

Título também importa - Inclua palavras-chave também no título da página, que aparece na barra superior da janela do navegador.

Invista em conteúdo consistente - Produza conteúdo relevante com o seu segmento, isso ajudará sua loja ganhar uma posição melhor nas buscas.

Compartilhe:





4) REDES SOCIAIS

Estar presente nas [redes sociais](#) vai ajudar na divulgação de sua loja virtual. Porém, você não precisa criar uma conta em todas. Pesquise aquelas em que seu público-alvo mais está e invista nelas.

Aproveite o espaço para fazer relacionamento com os usuários, ouvir o que eles têm a dizer sobre o seu segmento e sua loja. Interaja e não se esqueça de responder a todas as mensagens que forem enviadas a você.

A dica para ganhar relevância nesses canais é atualizá-los com frequência, não postar apenas produtos, mas também adotar a estratégia de conteúdo relevante.

Embora as redes sociais ainda não sejam consideradas canais que trazem alta taxa de conversão para lojas virtuais, podem ser ótimos canais para se aproximar do cliente e trabalhar sua marca, atingindo também os amigos dos seus fãs/seguidores.

Compartilhe:



PROMOÇÃO



Uma coisa que você precisa aprender, desde já, é que as promoções devem ser suas “melhores amigas”. Os clientes adoram descontos, brindes, frete grátis ou qualquer outro tipo de ação que ofereça vantagem financeira.

Promover uma liquidação logo na estreia pode não ser uma boa ideia, já que os seus lucros e capital de giro ainda não são altos o suficiente para que possa baixar os preços sem prejudicar a saúde financeira da loja.

No entanto, existem outras [diversas modalidades](#) que você pode colocar em prática.

As mais indicadas para ser a sua “primeira promoção” são aquelas que façam o cliente retornar a loja. Por exemplo, um cupom de desconto para a próxima compra ou um programa de pontuação que possa render vantagens e descontos.



Além de aumentar seu potencial de faturamento, já que estudos mostram que a segunda compra em uma mesma loja, geralmente, tem maior valor do que a primeira, com esse tipo de promoção você já pode começar a construir a sua rede de clientes fiéis.

São eles quem irão ajudar na divulgação da loja. Muito melhor do que propaganda paga é a espontânea. A amiga que conta para a outra no WhatsApp, a tia que compartilha na página da sobrinha uma loja bacana que descobriu há pouco tempo (no caso a sua), a moça que comenta na hora do almoço com a colega de trabalho sobre a sua loja e assim por diante.

Mas criar uma promoção não é assim em um piscar de olhos. É preciso que se tome alguns cuidados para que ela funcione perfeitamente e traga os resultados esperados. Veja o que fazer antes de colocar a promoção no ar:

Compartilhe:



DETERMINE OBJETIVOS E PRAZOS

Qual a sua intenção com essa promoção? Quantas pessoas você espera que participem? Quanto você pretende faturar? Essas e outras perguntas relevantes para nortear a promoção precisam ser respondidas.



Em um papel, exponha todas essas questões, mas sempre tendo em mente a sua realidade atual. Por exemplo, não adianta você definir um número alto de participação ou de valor arrecadado, sendo que é sua primeira promoção e pouca gente te conhece.

Seja coerente e estipule metas que estão ao seu alcance. É importante, também, já definir o prazo de duração. A promoção não pode iniciar no “dia que você acordou com vontade” e terminar em uma data aleatória qualquer. Planeje o início e encerramento.

ESTABELEÇA PLANOS DE COMUNICAÇÃO

De nada adianta uma promoção, se ninguém souber que ela existe, não é mesmo? Portanto, é preciso divulgá-la. Aproveite o levantamento e planejamento que você fez para a [divulgação](#) da sua inauguração e tente adaptá-lo para essa nova ação.



Compartilhe:



LEVANTE OS RESULTADOS

Para saber se deu certo sua primeira promoção, você precisa analisar os resultados. Portanto, após o término, faça um levantamento dos números (vendas, faturamento, clientes, visitas e o que mais quiser analisar) e compare-os com o período anterior.



Como sua loja é nova, pode ser que não exista ainda um período anterior razoável para comparação. Nesse caso, guarde os dados da promoção, espere encerrar um novo mês e então, terá números para comparar. Mesmo postergando essa análise, é importante que você a faça. É ela quem irá guiar as suas próximas promoções.



Compartilhe:



Com os números em mãos, faça a comparação entre os períodos e veja se houve aumentos significativos em algum deles. Se perceber que houve um crescimento de qualquer índice durante a promoção, é um bom indicativo de que sua estratégia foi pelo caminho certo.

Aproveite e veja, também, quais resultados não foram tão bons quanto os esperados e foque seus esforços neles na próxima promoção.

Sim, na próxima! Está pensando que acaba por aqui? Não mesmo! É importante que essas ações não sejam realizadas só nesse momento. As promoções devem fazer parte do seu calendário e serem sempre planejadas com antecedência.

Na Academia UOL Host você encontra, frequentemente, [dicas de promoção](#), além das datas importantes para o seu e-commerce planejar essas ações. Então, já sabe, acompanhar os nossos artigos também faz parte de sua nova empreitada.



Compartilhe:




CHECKLIST

Agora que você já sabe de tudo que precisa para abrir uma loja virtual de sucesso é só correr para o abraço!

Mas, calma aí! Nunca é demais lembrar. Portanto, preparamos esse checklist com os principais pontos abordados nesse e-book. Para criar uma loja virtual de sucesso, é preciso que você cumpra todos os passos abaixo.

Acompanhe os tópicos e bom trabalho!



- 
- ☒ Fazer o planejamento detalhado de seu negócio
 - ☒ Escolher e registrar o nome da loja
 - ☒ Escolher uma boa plataforma de loja virtual
 - ☒ Registrar o domínio e hospedagem de seu site (ao escolher o UOL Host Loja Virtual, não é preciso se preocupar com esses itens. Eles já fazem parte do pacote)
 - ☒ Formalizar sua empresa na Receita Federal e na Junta Comercial
 - ☒ Escolher o tipo de estoque ideal e abastecê-lo
 - ☒ Conhecer e contratar fornecedores para fazer a entrega dos seus produtos vendidos
 - ☒ Determinar os meios de pagamento que irá oferecer em sua loja (clientes UOL HOST podem pular essa etapa, pois a loja virtual já vem integrada com o sistema PagSeguro UOL)
 - ☒ Dar um "tapa" no visual da loja e organizar os seus produtos
 - ☒ Divulgar a sua loja
 - ☒ Planejar sua primeira promoção

Compartilhe:



PASSO A PASSO

PARA CRIAR SUA LOJA VIRTUAL NO UOL HOST

Veja como é fácil criar e configurar a sua primeira loja virtual no UOL HOST. Em poucas horas, você já estará com tudo pronto para sair vendendo seus produtos. Para isso, é só seguir o passo a passo abaixo:



4

Digite seu nome de usuário e senha cadastrados

5

Comece a configurar sua loja.



Atenção, esse dado é diferente do usado para acessar o "Painel do Cliente". Aqui, você deve inserir o login e senha da sua loja virtual (que já foi criado lá na etapa 2).

Digite o nome da empresa, que nem sempre é o mesmo que o domínio. Por exemplo, o domínio pode ser www.lojavirtualabc.com.br e o nome da loja: ABC da Moda. O importante é que você cadastre, aqui, o nome que você irá utilizar para sua marca perante o público.



6

Escolha, também, o ramo de atuação da sua loja e faça uma breve descrição dela. Por fim, insira seu e-mail de contato. É ele que será apresentado aos seus clientes quando procurarem por um meio de se comunicar com a loja.

7

Na próxima etapa, você irá configurar os métodos de entrega. Para tanto, digite o CEP de localização de sua loja. Importante ressaltar que não estamos falando de loja física e, sim, de onde suas mercadorias sairão com destino ao cliente. Selecione as opções de frete com as quais você pretende trabalhar (todas são intermediadas pelos Correios).

Cadastro de produtos



9

No Painel de acesso de sua loja, clique em "cadastrar produtos". Um formulário será aberto, preencha-o com os dados da mercadoria como nome e descrição.

Prossiga e complete seu endereço com número e complemento, se houver. Feito isso, a loja já está configurada.

8



Compartilhe:





10

Crie uma categoria para melhor organização dos produtos. Nas primeiras vezes, essas categorias terão que ser criadas. No entanto, nos próximos produtos é só selecionar as categorias desejadas, de acordo com o que você criou anteriormente. Insira, também, palavras-chave que remetam ao seu produto.

11

Parta para a aba ao lado "preços e variações" e insira o valor do produto. Se for o caso, coloque também o preço promocional no campo indicado.



Se o seu produto tiver variações (diferentes tamanhos e cores, por exemplo), selecione a opção "produto físico com variações" e preencha as informações.

12



14

Informe a quantidade de cada produto em estoque. Escolha com quantas peças restantes você quer ser avisado de que o produto está acabando. Selecione, também, se você prefere que o produto saia da lista quando estiver esgotado ou apareça como indisponível para o cliente.



13

Caso você venda produtos para downloads, como e-books, por exemplo, selecione a opção "produtos para download" e preencha os dados.



15

Ainda nessa aba, insira as dimensões dos produtos (peso, altura, comprimento e largura). Essas informações são importantes para o cliente e para o cálculo de frete.

16

Por fim, insira até 5 imagens do produto cadastrado.



E pronto, o produto está no ar!



Compartilhe:





18

Nessa etapa você poderá definir o topo da sua loja, as cores, o plano de fundo, a ordem na qual os produtos serão apresentados em sua vitrine virtual, além de poder incluir as suas redes sociais para que sejam exibidas em sua página.

17

Selecione a última aba do painel: "preferências", em seguida, escolha a opção "personalizar loja".

Personalização

19

Na opção "gerenciar páginas" você pode criar e personalizar as páginas "**Sobre Nós**" e Serviços ao Cliente".

20

Na opção "forma de pagamento" você já encontra o sistema PagSeguro integrado. Você pode, ali, determinar as formas de parcelamento que serão oferecidas aos seus clientes.

21

Na opção "configurações de frete" você irá determinar as formas de entrega disponíveis, e habilitar, ou não, as opções de frete grátis e embalagem para presente.

Pronto!
Está configurada
sua loja virtual
UOL HOST!

Compartilhe:



Agora que você já acabou de conhecer todas as etapas para começar uma loja virtual, é hora de pôr a mão na massa e tornar o seu sonho realidade. Faça cada passo com cuidado e não pule nenhum deles, pois todos são importantes para construir uma estrutura sólida de negócio.

O começo pode parecer complicado, mas vale a pena persistir. Nesse caminho, conte com o UOL HOST. Nossos produtos são criados para ajudar o empreendedor a vender com muito mais simplicidade e eficiência pela internet.

E você ainda pode acompanhar as principais tendências do e-commerce e dicas para ter um negócio de sucesso na [Academia UOL Host](#).

Boas vendas!

ACESSE:

UOLHOST.COM.BR/LOJAVIRTUAL



 **E-MAIL MARKETING**

 **SITE PRONTO**

 **HOSPEDAGEM DE SITES**

 **CLOUD COMPUTING**

 **SEUENDEREÇO.COM.BR**

 **E-MAIL**

Compartilhe:

