1. **O que é o mercado digital?**

O mercado digital é o universo de vendas compras e quaisquer tipo de

Oportunidades comerciais dentro da internet . Ou seja , tudo que é possível

Fazer no mundo online que traga retorno financeiro

**2. o que é uma empresa virtual?**

Uma empresa virtual, por sua vez, é uma empresa que faz vendas através da internet. Essa companhia pode oferecer os mais variados produtos ou serviços, como, por exemplo, atendimento ao cliente, produção de sites, gestão de redes sociais, anúncios para buscadores, venda de software, etc.

A grande diferença é que todo o trabalho é executado de forma online, sem que o consumidor precise ir até o escritório de quem está contratando. Aliás, uma empresa virtual não costuma ter escritório e quando conta com funcionários, faz com que a relação de trabalho também seja estabelecida de forma remota

**3. Como funciona uma empresa virtual?**

A empresa virtual tem muitos pontos de semelhança com uma empresa física. Por exemplo, ambas devem realizar um controle financeiro, estabelecer contato com fornecedores e [atender os clientes](https://www.dlojavirtual.com/dicas/atendimento-ao-publico-como-criar-um-metodo-eficaz-para-seu-negocio/) da melhor forma possível. Porém, também existem alguns pontos de divergência entre uma empresa virtual e física.

As empresas virtuais não têm um endereço para atender os clientes e podem, inclusive, guardar o estoque de produtos na residência do gestor. Além disso, todo o contato com os clientes acontece de forma remota, o que exige algumas estratégias de divulgação diferentes das lojas de rua.

Além disso, o fluxo de trabalho entre os próprios funcionários também ocorre de forma remota. Para isso, são usados recursos como e-mail, telefone e videoconferência. Neste tipo de negócio há um grande nível de confiança, já que um funcionário é independente na sua área, mas depende do outros para que um projeto possa ser concluído por inteiro.

**4. vantagens e desvantagens das empresas virtuais?**

### **Desvantagens**

⠀⠀⠀⠀⠀⠀⠀⠀⠀  
Custos. Há custos altos com aluguel ou com a compra de um ponto de venda, com a segurança adequada, a contratação de funcionários e despesas diversas referentes a que um local físico precisa para funcionar (como por exemplo, a conta de água e luz).

**Localização**. A localização é fundamental e pode determinar se as vendas serão boas ou ruins. O ideal é que se tenha um grande fluxo de pessoas passando na frente da loja todos os dias com o perfil desejado para os produtos e serviços que você oferece. E, às vezes, uma boa localização implica em pagar um aluguel mais caro.

**Disponibilidade.** O funcionamento de uma loja física tem horários fixos e não flexíveis. Sem contar que, para manter a loja funcionando em hora fora do horário comercial há custos a mais, pois requer pagamento por horas extras aos funcionários.

### **Vantagens**

⠀⠀⠀⠀⠀⠀⠀⠀⠀  
Atendimento. Um atendimento cara a cara com o vendedor, para muitos ainda é fundamental. Muitas vezes o cliente fica mais seguro quando o atendimento ocorre pessoalmente. E, um bom atendimento com funcionários dispostos a ajudar o cliente em caso de dúvidas e demonstrar como o produto funciona ajuda na hora de realizar a venda.

**Sem custo de frete**. Um ponto positivo da loja física é que não há custos adicionais para os clientes além do preço do produto a ser levado para casa, como ocorre com o frete, por exemplo, nas lojas virtuais. E, muitas vezes, esse ponto faz com que as pessoas prefiram comprar em uma loja física.

**Experiência**. Um local físico permite que, antes de realizar a compra, o cliente experimente, toque e sinta o produto, analisando seu material e qualidade. Ou seja, a experiência é mais real do que ver pela tela de um computador, como acontece quando a loja é virtual.

**5. dicas para ter uma empresa virtual?**

## 1. Certifique-se de que seu produto ou serviço faz parte de um nicho

As melhores ideias nascem de passatempos, interesses e paixões, em que o proprietário da loja eletrônica viu uma oportunidade porque ninguém mais estava presente nesse nicho específico. Ou melhor ainda, eles sabiam, de fato, que, com muito trabalho e dedicação, poderiam fazê-lo melhor!

Não subestime o poder do nicho.

## 2. Pesquise sua concorrência

Antes de abrir uma loja online, é melhor investigar a concorrência. Faça uma busca pela Internet inserindo duas ou três palavras-chave ou frases que seus clientes-alvo provavelmente usarão para encontrar os tipos de produtos ou serviços que você pretende vender online. Em seguida, note as centenas de milhares (ou milhões) de páginas já online fazendo o mesmo.

Se os números são esmagadores, você precisará se tornar ainda mais de nicho ou planejar ser um comerciante competitivo e agressivo - o que custará tanto em dinheiro quanto em tempo.

Veja o que seus concorrentes já estão fazendo com sucesso (note se há uma abertura para fazer algo melhor) e como você pode integrar esses conceitos de uma maneira única ou diferente.

## 3. Crie seu perfil de precificação

Você pode ser competitivo e ainda obter lucro depois de levar tudo em consideração? Certifique-se de incluir todos os seus custos para obter uma resposta: Certificado SSL, hospedagem, plataforma, domínio, e-mail, temas, plugins, extensões, complementos de módulos, taxas mensais, gateways de pagamento, taxas de processamento de cartão de crédito, publicidade, inventário, material de embalagem, etc.

## 4. Desenhe seu programa de envio

O processo de envio e entrega dos produtos pode ajudar a criar ou a quebrar uma loja de comércio eletrônico. Ao se preparar para abrir uma loja online, pergunte a si mesmo:

* Quais opções de transportadora você vai oferecer?
* O produto será enviado de acordo com o peso e a localização ou você irá trabalhar com taxa fixa?
* A sua fórmula de envio é baseada no tipo de produto?
* E quanto a uma taxa de manuseio?
* Você estará enviando globalmente?
* Em caso afirmativo, quais procedimentos e políticas alfandegárias você precisa considerar?
* O envio não deve ser um centro de lucro e precisa ser razoável. A percepção de tarifas de transporte excessivamente elevadas é uma das principais razões pelas quais os clientes abandonam seus carrinhos de compras.

Existem ferramentas de e-commerce no mercado que possuem opções de métodos de envio embutidos, ou permitem que você adicione rapidamente suas preferências - desde o transporte gratuito até a transportadora em tempo real e calculado.

## 5. Defina sua política de devolução

Isso precisa ser claro, detalhado e prático, de modo que, se você tiver experiência de retorno, seus clientes podem facilmente encontrar o que precisam e saber quais são os critérios para que um retorno seja aceito.

6. Crie sua política de privacidade.

Você deve ter uma política visivelmente publicada que indique o que você faz com a informação do seu cliente. Isso facilita a construção da confiança. Nunca coloque uma coisa nesta política e depois faça outra. Seja honesto, direto e indique exatamente como você gerenciará, distribuirá e usará informações do cliente.

## 7. Reforce sua política de segurança

Sua política de segurança deve explicar o que você faz, em detalhes, para proteger as informações de pagamento do seu cliente. Explique que você está em servidores seguros com SSL e por quê. Você é protegido por um serviço de verificação de terceiros? Quanto mais informações você puder fornecer, melhor para passar a confiança que seus clientes precisam para que eles compartilhem seus dados sensíveis com você.

## 8. Garanta fotos dos produtos

Quando se trata de vender online, os detalhes visuais podem fazer toda a diferença. Seus produtos devem ter fotos de qualidade. Existem muitos recursos excelentes para aprender a tirar as melhores fotos do produto.

Você também pode verificar com seus fornecedores para ver se eles têm fotos que você pode usar.

## 9. Escreva as descrições dos produtos

As descrições genéricas não são o suficiente, e nem as que são iguais às de todo mundo que vende a mesma coisa que você. São necessários detalhes, tamanhos, cores e dimensões, juntamente com alguns bons trocadilhos de marketing que fazem com que o cliente potencial perceba que eles precisam, querem, devem ter esse item!

Você vai acessar e organizar seus produtos você mesmo? Caso contrário, planeje contratar alguém para criar uma planilha ou fazer a entrada de dados para você (a terceirização pode ser sua melhor opção).

## 10. Desenvolva um plano de marketing e orçamento

Desenvolva um plano e orçamento de tempo e de dinheiro para divulgar sua nova loja online. O que você vai fazer para colocar o seu site "lá fora"? Não existe apenas "construí-lo e eles virão" no mundo online - você terá sorte se você for encontrado com essa abordagem. Sim, depois de abrir uma loja online, você pode começar a promovê-la sem gastar um centavo.

Se você quer levar muitos clientes de forma mais rápida para o seu site de comércio eletrônico, porém, talvez seja necessário investir em algum marketing.