



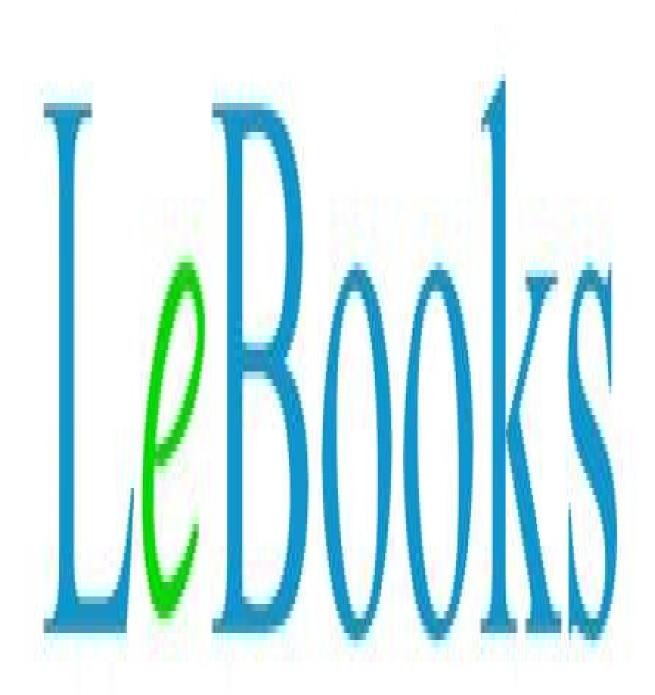
#### Edições LeBooks

# **EMPREENDEDORISMO NA INTERNET**

# Como agarrar essa oportunidade de negócios

# **Dailton Felipini**

Material distribuído gratuitamente por:



ISBN: 9788583860532

contato@lebooks.com.br

# Sumário

I – A OPORTUNIDADE TRAZIDA PELA INTERNET
O fim dos empregos
O caminho do empreendedorismo
Por que montar um empreendimento na internet
A força da novidade iguala as oportunidades
O empreendimento pode ser implantado aos poucos e testado
O momento é agora
Faturamento do e-commerce no Brasil

Como funcionam os negócios na internet

Um empreendimento na Internet demanda um investimento menor
Necessidade de menor infra-estrutura
O que você precisa saber sobre e-commerce
II- OS SEGREDOS DO ECOMMERCE
Escolher um bom nicho de mercado
O que vender?
Para quem vender?
Planejar muito bem o negócio
O que é um plano de negócios?
Estrutura típica de um plano de negócios
Montar uma loja virtual eficaz

O conceito de loja virtual eficaz
Trazer muitos visitantes para a loja
Inserção nos sites de busca
Email-marketing
Anúncios na Internet
Programas de afiliados
Ações em Mídias Sociais
SOBRE O AUTOR
Outras coleções de sucesso da LeBooks:

#### I – A OPORTUNIDADE TRAZIDA PELA INTERNET

# O fim dos empregos

Com o surgimento da economia da Informação, ampliou-se o descompasso existente entre as expectativas dos profissionais e a realidade do mercado de trabalho e parte disso tem origem cultural. Os pais se esforçam para pagar uma boa escola, para que os filhos possam, no futuro, conseguir um bom e estável emprego com um bom salário todo fim de mês, carteira assinada, férias, 13° e fundo de garantia – e também a Universidade, na maioria absoluta dos cursos, os prepara para serem apenas bons empregados.

Mas emprego é definitivamente uma "espécie em extinção", o que torna imprescindível uma mudança de enfoque daqueles que almejam um futuro mais promissor. O objetivo desse e-book é apontar um caminho alternativo que pode ser trilhado com sucesso pelos profissionais de espírito jovem e de absolutamente qualquer idade.

# O caminho do empreendedorismo

Na nova economia, é preciso pensar menos em emprego e mais em trabalho. O fundamental é adquirir o conhecimento que vai gerar valor no mercado, não importando a forma com a qual esse conhecimento é transacionado, se por meio de carteira, consultoria, terceirização, contrato de compra e venda de serviço, ou outra. Esqueça o velho e surrado bordão de "arrumar um bom emprego com carteira assinada". Troque-o pela possibilidade de adquirir conhecimento que venha gerar valor para os outros, empacote o seu conhecimento com competência e ofereça-o ao mercado na forma que ele deseja. Procure sempre pensar como empreendedor, ser dono de seu destino e nunca abandonar um sonho por medo de se arriscar num empreendimento. E mesmo que você trabalhe durante algum tempo como empregado em uma empresa, tente pensar nela como se fosse o dono. Na pior das hipóteses, será um bom treino para quando isso realmente vier a ocorrer. Lembre-se de que, embora ainda tenha muitos problemas, o Brasil também está repleto de oportunidades que aguardam por seu talento. Neste e-book queremos mostrar a você que grandes oportunidades de negócios estão surgindo a cada dia no bojo de uma fantástica tecnologia chamada Internet.

# Por que montar um empreendimento na internet

Muito provavelmente, você já está familiarizado com a Internet em seu cotidiano, seja para trocar emails, buscar informações, lazer, entre outras. Realmente, ela mudou de muitas maneiras o comportamento de nossa sociedade. Mas, talvez, você não tenha notado que ela está mudando também a forma como as pessoas compram e realizam transações. Devido, principalmente, à conveniência e o menor custo, as pessoas estão comprando cada vez mais pela Internet, o que tem levado o e-commerce a ultrapassar a barreira dos 30 milhões de consumidores, como você verá mais adiante. Isso significa uma excelente oportunidade para quem quer vender seu produto através do novo canal e tem conhecimento e competência para fazê-lo. É muito mais fácil se estabelecer – e ser bem-sucedido – em um setor que está em acentuado crescimento, do que em outro que está estabilizado. Veja, a seguir, mais algumas razões para você pensar seriamente em um empreendimento na Internet.

# A força da novidade iguala as oportunidades

O conhecimento relacionado a esse novo ambiente de negócios, o chamado "know-how", ainda não está plenamente difundido. Na verdade, empresários, pesquisadores e estudiosos do e-commerce ainda estão buscando conhecimento e aprendendo com os erros e acertos ao longo do caminho. Isso funciona como uma espécie de nivelador e diminui a distância entre quem já está no jogo há mais tempo e quem entrar nele agora, o que é positivo para o novo empreendedor da Internet. Aliado à questão da novidade da área está o fato de que ainda existem muitos nichos de mercado interessantes para serem explorados. Pequenos segmentos que, eventualmente, não interessaram às grandes empresas, ou passaram despercebidos, ou que ainda não estão totalmente maduros, podem representar uma excelente oportunidade de negócios para um empreendedor com visão e mente aberta.

# O empreendimento pode ser implantado aos poucos e testado

Diferentemente de uma empresa tradicional, em que o início das operações ocorre somente com o empreendimento totalmente estruturado, um negócio na Internet pode ser implantado em etapas, o que dilui o investimento e facilita a correção de erros. Imagine que você queira montar, por exemplo, uma tabacaria. Se você montar sua loja em um shopping ou na rua, poderá receber o primeiro cliente somente depois de a loja estar totalmente pronta, e se não entrar ninguém, paciência! Lá se vai praticamente todo o investimento "por água abaixo". Na Internet, você pode montar um site de conteúdo, com ou sem sua marca definitiva, testar a aceitabilidade de seu modelo de negócio e produtos, avaliar a visitação e, somente depois, começar a vender. É evidente que esse processo demanda tempo, mas é um tempo muito bem gasto, que pode representar a diferença entre ganhar ou perder "o jogo" depois. E essa questão do tempo nos remete ao nosso próximo argumento a favor do empreendedorismo na Internet.

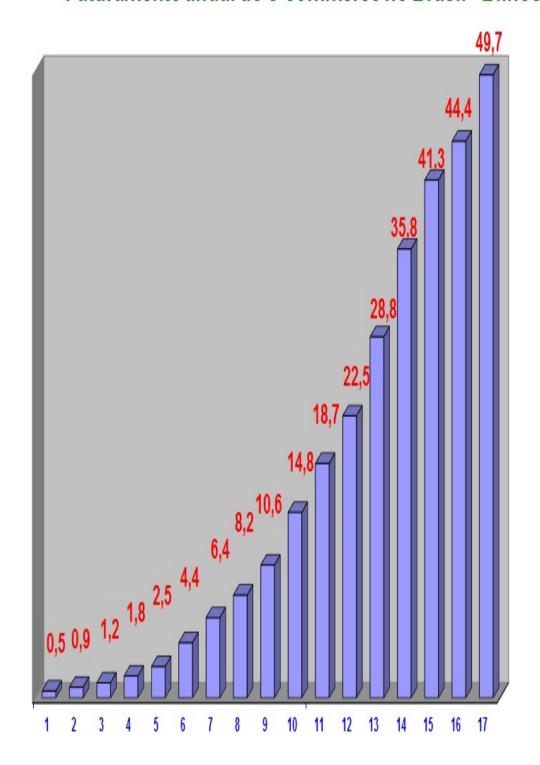
# O momento é agora

Conforme você verá a seguir, os números do e-commerce no Brasil são extremamente positivos, com mais de trinta milhões de pessoas comprando de forma rotineira pela Internet e um faturamento crescente. É claro que, quando tivermos 80 milhões de compradores, vai ser ainda melhor. O problema para o empreendedor na Internet é que, quando esse momento chegar, o comércio eletrônico não será mais novidade, e boa parte das vantagens anteriormente assinaladas terá desaparecido. O conhecimento estará mais disseminado, muitos empreendedores estarão estabelecidos, já não haverá tantos nichos de mercado à disposição e assim por diante. Logicamente, o grau de incerteza será menor, em contrapartida, a competição será muito mais acentuada. Por essa razão, agora é o melhor momento, e o tópico seguinte vai lhe mostrar isso com clareza.

#### Faturamento do e-commerce no Brasil

Em 2012, o faturamento do ecommerce, no Brasil, ultrapassou 22 bilhões de reais, um aumento de 20% em relação ao faturamento do ano anterior. É bom frisar que estamos falando do e-commerce "puro", em que não são consideradas as vendas de automóveis, leilões e passagens aéreas. Trata-se de milhares de lojas virtuais vendendo roupas, bebidas, remédios, livros, CDs, eletrodomésticos, entre outros. É um excelente faturamento e o mais importante é que esse número mostra uma forte tendência de crescimento, que pode ser visualizada claramente no gráfico a seguir:

# Faturamento anual do e-commerce no Brasil - Bilhões



O ecommerce no Brasil vem crescendo a taxas ao redor de 30% ao ano, desde 2001. Conhece algum setor que cresça sequer próximo dessa proporção? Então, o que você está esperando para navegar nesse crescimento?

# Como funcionam os negócios na internet

#### **Aspectos legais**

Ao contrário do que muita gente pensa, um negócio na Internet não é juridicamente diferente de um negócio tradicional. Você terá de abrir uma empresa legalmente constituída, terá de contratar um contador para elaborar as demonstrações contábeis exigidas e deverá pagar os tributos decorrentes dessa atividade comercial. Exceções a essa regra são os sites de conteúdo que não vendem mercadorias, apenas oferecem um conteúdo qualificado em determinado assunto, geram um grande volume de tráfego e buscam receitas advindas de anúncios e comissões sobre indicações. Mas, mesmo nesse caso, no momento em que o faturamento se tornar expressivo, será conveniente regularizar o empreendimento como pessoa jurídica.

# Um empreendimento na Internet demanda um investimento menor

Nesse aspecto, os negócios na nova economia levam enorme vantagem sobre os negócios tradicionais. Quanto é necessário para a montagem de uma loja tradicional em um bom ponto? É difícil pensar em algo muito abaixo de 100 mil reais. Por outro lado, você pode implantar uma boa loja virtual na Internet gastando algo ao redor de R\$ 5 mil. Quanto representa o custo de hospedagem de um site num shopping virtual em relação ao aluguel e às luvas de uma loja num shopping center? Você gastará aproximadamente de 300 a 600 reais por mês com a manutenção de sua loja virtual e de 5 mil a 25 mil reais em uma loja de tijolos. Portanto, sem dúvida alguma, o desembolso de recursos é sensivelmente menor para o empreendedor na Internet, particularmente no caso do varejo. É claro que, se você quiser, poderá gastar muito em um site -- e muita gente faz isso --, porém, o fato é que o empreendedorismo na Internet é muito mais vantajoso do que o tradicional, nos quesitos investimento e custo operacional, um aspecto extremamente relevante para um empreendedor que, normalmente, dispõe de poucos recursos.

#### Necessidade de menor infra-estrutura

Outra diferença importante a favor da empresa na Internet é que a infra-estrutura necessária é muito menor. Eu próprio mantive, durante mais de dois anos, como sede de meu negócio, um dos quartos de meu apartamento. Você vai precisar apenas de uma escrivaninha, estantes para seus livros, material de escritório e o imprescindível computador, que uma vez conectado a Web, literalmente coloca o mundo ao alcance de suas mãos. No que se refere a pessoal, inicialmente, você necessitará apenas de um profissional, preferencialmente terceirizado, na área de tecnologia para montar e/ou dar manutenção em seu site. Você verá essa pessoa esporadicamente, embora ela possa ser contatada de forma rápida, via Internet, e vá destinar o tempo estritamente necessário para atender à sua solicitação de suporte e manutenção.

### O que você precisa saber sobre e-commerce

Na essência, vender pela Internet não é muito diferente do que vender por meio de outro canal de comercialização. O fundamental é conhecer muito bem o seu produto e seus clientes. No entanto, o e-commerce tem algumas peculiaridades que deverão ser consideradas na implantação e gestão do empreendimento. No próximo tópico, você vai conhecer os fundamentos do e-commerce, as principais variáveis que determinam o sucesso ou o fracasso de um empreendimento na Internet e para as quais você deverá ficar atento. O texto foi extraído do e-book "Os quatro segredos de um negócio bem-sucedido na Internet".

# Os segredos e-commerce

#### II- OS SEGREDOS DO ECOMMERCE

#### Escolher um bom nicho de mercado

De todas as decisões tomadas por um empreendedor no que se refere a sua empresa, é provável que a mais importante seja a escolha do segmento de atuação. Isso significa definir que produtos vender e para quem oferecer esses produtos.

Uma decisão acertada aqui representa um passo muito importante em direção ao sucesso pela seguinte razão: se você tem um bom produto, para o qual existe uma boa demanda, todo o restante se torna mais fácil, na medida em que mais e mais pessoas conhecerão seu produto, divulgando-o de forma positiva a outros consumidores potencialmente interessados.

# O que vender?

Afinal, o que seria um bom produto para ser comercializado na Internet? Pensemos em um produto de uma forma mais ampla: qualquer coisa oferecida na Internet em troca de pagamento. Pode ser um bem tangível, como um livro, uma obra de artesanato ou um DVD; pode ser digital, como um software ou e-book; pode ser um serviço de webdesign ou tradução, e assim por diante. Um bom produto é algo que atende a alguma necessidade ou algum desejo de seu público potencial. É algo que os consumidores on-line precisam ou, pelo menos, gostariam de adquirir.

"Perfeito", diria você. No entanto, como saber se o meu produto é um bom candidato à venda on-line? No e-book "Oportunidades de Negócios na Internet", que aborda esse assunto em profundidade, encontramos a seguinte dica:

"Antes de mais nada, é importante você conhecer os produtos que já estão fazendo sucesso na Internet, verificar suas características e atributos e, a partir daí, verificar se o produto que você pretende comercializar possui características similares. Por exemplo: portabilidade, que implica facilidade de manuseio e baixo custo de frete; padronização, que representa segurança ao comprador pelo conhecimento prévio do que está comprando; custo relativamente baixo, que diminui a sensação de risco por parte do comprador; e identificação com o internauta, que, como vimos, tem boa formação, nível de renda mais alto e familiaridade com tecnologia."

# Para quem vender?

Essa é a segunda pergunta de fundamental importância a ser respondida por você, pois um produto só pode ser considerado bom se atender a alguma necessidade de alguém. O desafio, portanto, é buscar consumidores on-line que, preferivelmente, estejam ávidos por adquirir o produto que você oferece, ou seja, encontrar nichos de mercado que, por alguma razão, não estão plenamente atendidos e nos quais você pode se firmar como líder. E como encontrar esses nichos e avaliar a possível demanda por seu produto?

Você pode ver abaixo uma síntese das principais variáveis que devem ser consideradas na busca pela resposta. Ela serve como um roteiro para você avaliar o mercado potencial para seu produto.

#### Quem é seu cliente-alvo? Ele está na Internet?

O fato de um produto ser bem vendido nas lojas tradicionais não significa necessariamente que será bem vendido também na Internet. O consumidor online representa uma parcela relativamente pequena, mas poderosa, dos consumidores tradicionais. Ele compõe a elite dos consumidores e ainda está no topo da pirâmide nos quesitos renda e escolaridade. O que você vai precisar descobrir, por meio de pesquisas e comparações, é se o consumidor típico de seu produto faz parte desse seleto grupo.

#### Qual é o tamanho do mercado?

Você deve descobrir também a quantidade estimada de consumidores que compõe esse mercado. Muitas vezes, essa quantidade torna inviável o negócio e não justifica o investimento.

#### O volume de concorrência é aceitável?

Além de um levantamento da demanda, você precisa fazer outro da oferta de fornecedores de seu produto. Às vezes, o mercado é grande, mas a concorrência é feroz e predatória, o que representa um sinal amarelo para sua entrada naquele segmento.

#### Existem restrições legais que dificultam a comercialização?

Alguns segmentos de negócios parecem extremamente interessantes no que se refere aos aspectos citados acima. No entanto, uma análise mais atenta pode revelar que essa aparente facilidade é decorrente de barreiras naturais ou legais que dificultam ou até inviabilizam o negócio. É necessário avaliar se essas barreiras podem ser superadas ou se é melhor escolher outro segmento.

Como vimos, essa decisão é crucial e está diretamente relacionada ao sucesso ou não de seu negócio. Procure se informar: converse com quem já atua na área, visite as principais lojas virtuais do segmento e pesquise bastante.

Dica: Para encontrar um bom nicho de mercado, avaliar as chances de seu produto e a analisar o mercado potencial, veja o ebook: Oportunidades de Negócios na Internet – LeBooks Editora

# Planejar muito bem o negócio

Segundo dados do Sebrae, no Brasil, 56% das pequenas e médias empresas fecham as portas até o terceiro ano de vida, e esse percentual ultrapassa a marca dos 70% no quinto ano de existência. Sem dúvida, é um número exageradamente alto. É claro que existem muitas barreiras a serem vencidas pelo empreendedor, e é natural que elas existam. A questão é: será que a maior parte dessas dificuldades não poderia ter sido prevista antes do início das atividades e, para cada uma delas, encontrada a solução mais adequada? É provável que sim, uma vez que, ainda de acordo com o Sebrae, a maior parte dos problemas é relacionada às questões internas da empresa e ao próprio empreendedor.

Para evitar que sua empresa faça parte dessa triste estatística, é importante que você planeje muito bem o seu negócio. A principal função do planejamento é estimular o gestor a se antecipar aos possíveis problemas e a se preparar para eles, de tal forma que não seja necessário consertar o navio durante a travessia, como geralmente acontece. Uma ferramenta muito útil de planejamento é o chamado plano de negócios.

# O que é um plano de negócios?

Um plano de negócios é basicamente um instrumento de planejamento, no qual as principais variáveis envolvidas em um empreendimento são apresentadas de forma organizada. Obviamente, o processo de fazer planos para a criação de um novo negócio sempre existiu, mesmo que de forma empírica ou apenas na mente do empreendedor. Mas, a montagem de um documento com a análise das principais variáveis do negócio, ordenadas segundo um modelo, ou uma ordem lógica, é relativamente recente e popularizou-se com o surgimento da Internet e das chamadas empresas "ponto-com", a partir da década de 1990.

Hoje, o "business plan", ou plano de negócios, faz parte de nosso cotidiano, e, quando se fala em um novo empreendimento, quase que fatalmente se fala na elaboração de um plano de negócios como o primeiro passo a ser dado.

Para a maioria dos empreendedores, a elaboração do plano tem como principal objetivo apresentar o empreendimento a possíveis futuros parceiros comerciais, como sócios, incubadoras e investidores. Porém, embora o plano sirva muito bem para essa finalidade, é importante você saber que o principal benefício da montagem de um plano de negócios está no conhecimento adquirido durante esse processo.

A elaboração do plano nos induz a realizar o planejamento de forma organizada, estimulando a reflexão. Questões como: quem é o comprador de meu produto? É possível produzi-lo a um custo comercialmente viável? Quem é meu público-alvo? Como chegarei até ele? E muitas outras questões a serem analisadas, são determinantes para o sucesso ou fracasso do empreendimento. A busca por essas respostas vai levá-lo a um maior conhecimento do negócio, diminuindo incertezas e, conseqüentemente, os riscos inerentes a ele.

# Estrutura típica de um plano de negócios

Pode-se pensar no plano como uma série de questões que deverão ser respondidas por você, como forma de prepará-lo para a montagem efetiva do negócio. O quadro a seguir mostra a estrutura de um plano de negócios que segue esse conceito. Para cada questão estrutural, existe um módulo com perguntas que cobrem cada uma das variáveis importantes associadas a ela.

Estrutura do modelo de plano de negócios ABC-COMMERCE

#### Questões estruturais

#### Módulo

O QUE vai ser feito? POR QUEM vai ser feito?

1. EMPREENDIMENTO

O QUE vai ser oferecido ao mercado?

2. O PRODUTO

A QUEM vai ser oferecido e QUEM vai competir conosco?

3. O MERCADO

COMO o cliente vai ser atendido?

4. MARKETING

QUANTO gastaremos e QUANTO teremos de retorno?

5. FINANÇAS

QUANDO realizaremos as atividades e atingiremos as metas?

6. CRONOGRAMA DE ATIVIDADES E METAS

Note que, de uma forma sintética, praticamente todos os aspectos relevantes de um empreendimento foram contemplados nesse modelo. Um empreendedor que seja capaz de planejar e responder satisfatoriamente a essas questões, com certeza, estará mais preparado para enfrentar o mercado. Evidentemente, a montagem de um bom plano de negócios não é garantia de sucesso de seu empreendimento, mas, sem dúvida, representa um enorme passo nessa direção.

Dica: O KIT PLANO DE NEGÓCIOS da LeBooks Editora poderá auxiliá-lo a

montar o seu plano de negócios com facilidade.

# Montar uma loja virtual eficaz

Quando você visita uma loja no Shopping Center em busca de um produto qualquer, espera encontrar facilmente o que procura, ser bem atendido pelos vendedores, poder pagar sua compra sem burocracia na opção que escolher e assim por diante. Na Internet, não é diferente, pois o visitante, embora não seja atendido por pessoas, vai interagir com um sistema de compras que também deve levá-lo a concluir sua compra da forma mais agradável, rápida e fácil. Há, no entanto, uma agravante: o consumidor on-line é extremamente exigente, bem informado e sabe muito bem o que quer. Isso significa que, para ser bemsucedido na Internet, você deve contar com uma boa loja virtual. Mas o que é uma boa loja virtual?

# O conceito de loja virtual eficaz

Um site de e-commerce, conhecido como loja virtual, tem como objetivo a venda de bens e serviços, portanto, uma loja virtual eficaz é aquela que consegue transformar seus visitantes em compradores. Para conhecê-las um pouco mais, vamos conferir algumas de suas características, extraídas do e-book "Lojas Virtuais: como vender com sucesso na Internet" e apresentadas aqui de forma resumida.

#### Lojas que oferecem informações precisas sobre o produto.

Diferentemente das lojas tradicionais, as lojas virtuais não possuem vendedores, e as informações relevantes são oferecidas por meio do texto. Por isso, é fundamental que o texto forneça todas as informações possíveis sobre o produto, de forma objetiva, para que o visitante possa se convencer da conveniência da compra.

#### Lojas que ajudam o visitante a tomar decisões.

Conforme dissemos, o consumidor típico das lojas virtuais é bem informado, tem boa formação educacional e capacidade de discernimento para saber o que é bom para si. Mais do que tentar convencê-lo a realizar compras, temos que fornecer o contexto e as informações que o ajudem a se decidir. Por exemplo, eventualmente, o produto X é um bom produto para determinado cliente, porém, o produto Y atenderia melhor aos seus anseios e poderia estabelecer uma relação custo-benefício mais interessante para ele. As lojas virtuais devem, então, ajudar esse cliente a tomar a melhor decisão, explicitando as reais características de cada produto e seus benefícios, para cada necessidade específica. Na medida em

que o objetivo não é apenas vender um produto, mas ganhar um cliente que vai retornar várias vezes, o foco deve ser, sempre, maximizar o benefício oferecido a ele.

### Lojas que transmitem confiança aos visitantes.

O fato de seu visitante gostar do produto e considerar o preço compatível com o benefício que ele espera obter é necessário para a realização da compra, mas, nas lojas virtuais, não é garantia de que ela seja realizada, pois, muitas vezes, o cliente não se sente suficientemente seguro para realizar a transação. A novidade da Internet é, por si só, um inibidor. Comprar on-line demanda a aquisição de um novo hábito, tendo em vista que nós nascemos antes do surgimento das lojas virtuais e estávamos habituados a fazer compras numa loja tradicional e a ser atendidos por uma gentil e solícita vendedora. O objetivo da loja virtual deve ser o de criar um ambiente de compras que transmita confiabilidade, e isso pode ser feito por meio de procedimentos como: fornecimento de informações de forma clara e honesta; orientação com relação às medidas de segurança adotadas nas lojas virtuais (uma seção de apoio ao usuário e esclarecimento rápido de dúvidas); garantias de devolução de produtos; depoimentos de clientes; entre outras.

# Lojas que ajudam o visitante a romper a inércia.

Assim como ocorre nas compras tradicionais, o cliente, muitas vezes, fica indeciso no momento de concretizar a transação, mesmo que ele esteja confiante com relação a todos os aspectos tratados anteriormente. A indecisão é comum no consumidor on-line e, geralmente, existe uma propensão a adiar a compra. Por essa razão, é importante que as lojas virtuais ofereçam um estímulo ao usuário, para que ele rompa a inércia e realize a ação desejada naquele momento. A recompensa pode ser um desconto especial, um outro produto de baixo custo, ou qualquer outro tipo de prêmio que faça com que o visitante realize a ação esperada e clique na maravilhosa tecla "Comprar".

Essas são apenas algumas das características das lojas virtuais bem-sucedidas. Note que todas estão focadas no cliente, o que faz sentido, porque o atendimento à necessidade do cliente é a razão da existência de qualquer loja, seja ela na esquina, no Shopping Center ou na Internet.

Dica: Você encontra um ebook com praticamente todas as informações relevantes sobre a implantação e o gerenciamento eficiente de lojas virtuais em: Lojas Virtuais como vender na Internet — LeBooks Editora

# Trazer muitos visitantes para a loja

Imagine que você tenha se preparado muito bem para montar seu negócio na Internet: elaborou um bom plano de negócios; escolheu um bom nicho de mercado e os produtos adequados ao perfil do público-alvo; colocou, no ar, uma loja virtual bem montada, eficaz na transformação de visitantes em clientes. Está tudo perfeito, mas ainda falta algo fundamental: trazer os visitantes! Para isso, existem diversas estratégias de marketing on-line (via internet), também conhecido como "webmarketing", que você pode utilizar. Vamos ver, agora, as principais formas de geração de tráfego na Internet.

# Inserção nos sites de busca

Cerca de um terço das visitas às lojas virtuais é originado em sites de busca como Google, Yahoo, MSN, entre outros. Uma pesquisa recente da empresa Double Click, realizada nos Estados Unidos, indica que cerca de 50% dos consumidores on-line pesquisaram seus produtos nos sites de busca, antes de efetivar a compra. É um número muito expressivo e mostra por que essa estratégia de web-marketing deve ser prioritária para o lojista virtual.

Além disso, existem duas grandes vantagens na utilização dessas ferramentas. A primeira é que o visitante vindo dos sites de busca é potencialmente interessado em seus produtos, tendo em vista que, para chegar até a loja virtual, ele procurou por produtos associados a ela digitando palavras-chave relacionadas com o negócio. Assim, a chance desse visitante vir a tornar-se um cliente é muito boa. Outro aspecto positivo da utilização dos sites de busca é o baixo custo da inserção, que em algumas situações é próximo de zero.

Dica. Para entender a lógica de funcionamento dos sites de busca, aprender a otimizar seu site e multiplicar o número de visitantes de seu site, veja o ebook: Google Top 10 – LeBooks Editora

# **Email-marketing**

O email é uma ferramenta poderosa na geração de tráfego, no suporte aos clientes e também no fortalecimento da marca. Não se trata do envio massivo de emails não autorizados, o chato "Spam", que causa grandes danos ao ecommerce e que não deve ser utilizado por lojas virtuais sérias. A grande força do email é sua agilidade como canal de comunicação por meio de promoções e newsletter, junto ao usuário que autorizou a abertura desse canal (opt-in). Sabese que o recebimento e o envio de emails são as atividades mais realizadas pelos internautas, seguidas, de longe, pela leitura de notícias e por diversão, o que indica que não é possível imaginar lojas virtuais bem-sucedidas que não utilizem, de forma eficiente, esse canal de comunicação com seus usuários.

Dica, Para aprender a implantar um programa bem-sucedido de email-marketing, veja o ebook: Email Marketing Eficaz – LeBooks Editora

# **Anúncios na Internet**

O mercado de propaganda on-line tem acompanhado o crescimento do ecommerce e a relação é direta: como temos mais consumidores on-line e mais empresas atuando no ecommerce e divulgando seus produtos, o valor do espaço publicitário na Internet se torna cada vez maior. Este é um quadro muito positivo para os empreendedores que trabalham com sites ou blogs que vendem espaço publicitário, ou serviços de criação ou intermediação de publicidade, uma vez que o volume de recursos destinado pelas empresas ao canal Internet é cada dia maior.

Para quem anuncia, o importante é não perder de vista a relação custo/benefício, ou seja, a receita efetivamente auferida em relação ao custo da campanha. Note que existe um benefício adicional à geração de tráfego, que é a divulgação da marca. Os anúncios têm esse efeito na medida em que, para cada pessoa que clicou, provavelmente outras 99 pessoas viram a comunicação e o nome de sua loja. Os links patrocinados (anúncios Pay Per Click), nos quais você paga um valor cada vez que o anúncio é clicado, é a forma mais comum se fazer anuncio na Internet. Essa estratégia deve fazer parte do leque de ações de divulgação praticadas pelo empreendedor.

# Programas de afiliados

O conceito é bem simples: o site que enviar um visitante que realize uma compra receberá de você uma comissão sobre o valor da venda. Esse tipo de programa de parceria ainda não é muito utilizado no Brasil, mas tende a crescer. Provavelmente isso se deva à necessidade de um software mais sofisticado, que faça o controle e o gerenciamento de cada compra, quem indicou o visitante, o valor de comissão a ser paga, entre outras funções. Com um maior acesso a essa tecnologia por parte de lojas virtuais menores e com o pagamento de melhores comissões, esse meio de geração de tráfego tende a florescer e a se tornar uma das principais ferramentas nos sites de ecommerce. O fato é que ela é uma interessante estratégia não somente para o lojista, mas também para o parceiro afiliado que receberá um percentual das vendas realizadas.

Dica: Para conhecer a fundo os programas de afiliado e implantar o programa em sua loja, tornar-se um afiliado e monetizar seu site de conteúdo ou Blog conheça o ebook: Programa de Afiliados – LeBooks Editora

# **Ações em Mídias Sociais**

Mídias sociais são ambientes na Internet onde as pessoas se encontram e, portanto, estão potencialmente expostas a um bom apelo comercial. Ambientes como o Facebook, o Twitter, o You tube, dentre outros, vem sendo estudadas e trabalhadas de forma a atrair a atenção de seus usuários para uma determinada marca, ou produto. Não é conveniente ficar de fora das mídias sociais. Ações mercadológicas nesse ambiente, desde que feitas com muito cuidado e zelo com o usuário, tendem a trazer um bom retorno para o empreendedor.

Veja o exemplo da LeBooks, uma Editora e Livraria especializada em eBooks, e que recentemente inaugurou sua página no facebook.

Como destacado no início, existem numerosas maneiras de trazer visitantes para as lojas virtuais. As citadas acima são extremamente importantes e, quase que certamente, serão utilizadas por você, em sua loja virtual, em algum momento.

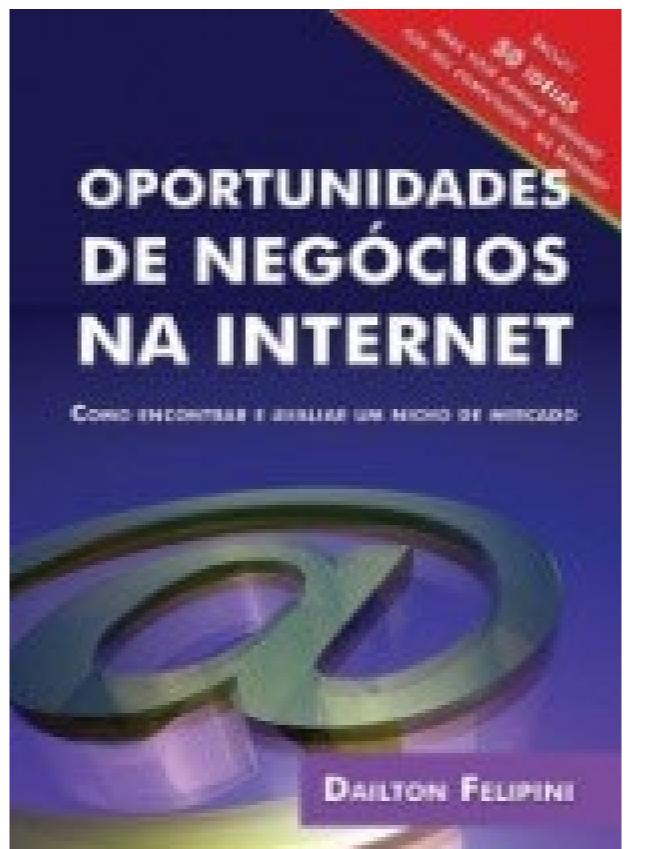
Última dica: Para saber mais sobre e-commerce visite: www.e-commerce.org.br

Mãos à obra e sucesso em seu empreendimento!

**Dailton Felipini** 

### **BIBLIOGRAFIA UTILIZADA**

Conheça a COLEÇÃO COMPLETA de ebooks sobre e-commerce, nas melhores eBookstores



OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS NA INTERNET: Como encontrar e avaliar um nicho de Mercado. Conheça os produtos que estão fazendo sucesso nas vendas on-line. Com o ebook, você receberá grátis: 100 IDÉIAS DE NEGÓCIOS NA INTERNET.

# DAILTON FELIPINI



# ESTE KIT CONTÉM:

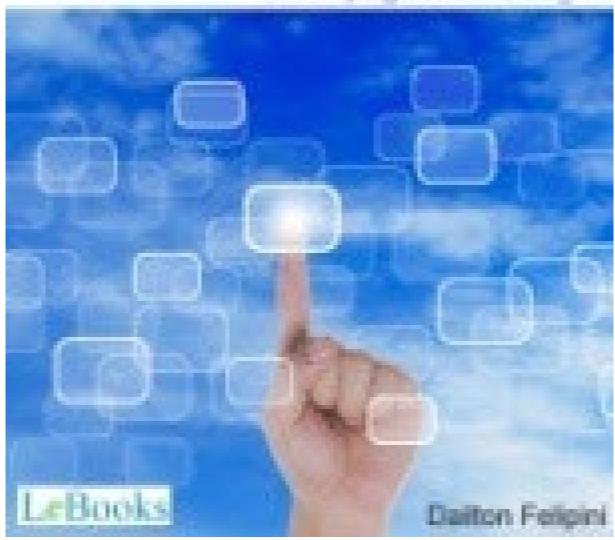
- ➤ Plano de Negócios Pronto
- ▶ Planithes financeiros em Excet
- ► Estrutura do plano no formato Word

O ABC do E-COMMERCE

KIT PLANO DE NEGÓCIOS. Monte seu Plano de Negócios de forma profissional e completa. Utilize o Plano de Negócios Pronto para uma loja Virtual, como modelo de planejamento de seu empreendimento e ganhe as Planilhas Financeiras.

# Google TOP 10

Como colocar o seu site na 1º pagina do Google



GOOGLE TOP 10: Como colocar o seu site na 1ª página do Google. Com este ebook você aprenderá a colocar o seu site na primeira página do Google, facilitando, assim, as suas vendas pela web

# LOJAS VIRTUAIS

COMO VENDER COM SUCESSO NA INTERNET

0010101011011101101101



DAILTON FELIPINI

LOJAS VIRTUAIS: Como vender na Internet. Para quem deseja vender pela Internet, este ebook oferece uma excelente visão do que é, e como montar uma Loja Virtual de sucesso e muito mais.

# DAILTON FELIPINI Google COMO GERAR RECEITA DOM SEU BITE OU BLOG

GOOGLE ADSENSE: Como gerar receita com seu site ou blog. Neste ebook você aprenderá a utilizar com facilidade o AdSense, sistema de gerenciamento de anúncios no qual qualquer site de conteúdo ou blog, pode tornar-se uma fonte de renda.



PROGRAMA DE AFILIADOS: Como implantar e gerenciar. Este eBook apresenta uma das mais eficazes estratégias de marketing Digital: o Programa de Afiliados. Um guia prático para implementação e gerenciamento de um projeto bem-sucedido para lojistas e afiliados.

Dollar Felipini

# BRID HEWS

EMAIL MARKETING EFICAZ: Como conquistar e fidelizar clientes com uma newsletter Com este ebook você aprenderá a montar um programa de email marketing bem-sucedido por meio de uma newsletter. São 59 páginas de conteúdo útil e prático, com tudo o que você precisa saber para planejar, implantar e gerenciar com sucesso campanhas de email marketing.

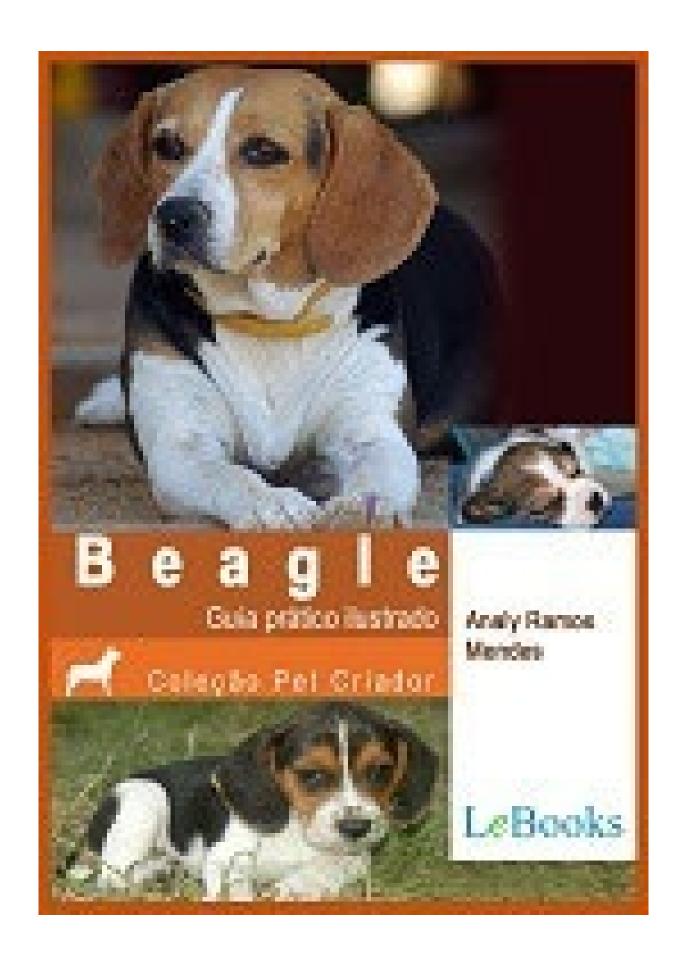
# Para receber novos ebooks como este

Curta a página da LeBooks no Facebook



# https://www.facebook.com/LeBooks

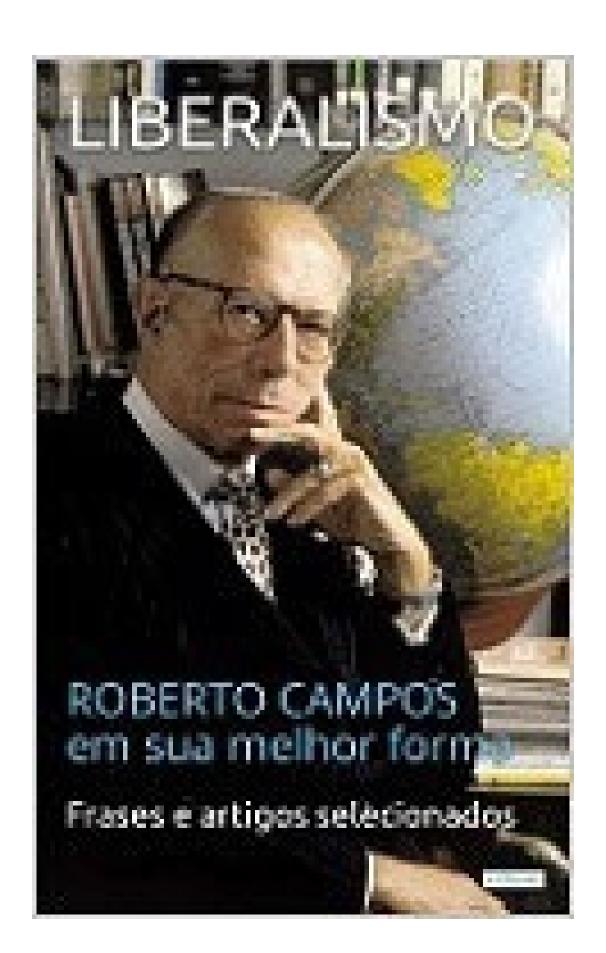
# Outras coleções de sucesso da LeBooks:



# Coleção Pet Criador



# Coleção Casa e Jardim



## Economia Política

Bem como os melhores clássicos da literatura.

Para conhecer todas as coleções, basta digitar LEBOOKS EDITORA na livraria digital de sua preferência.