



ESCOLA DE  
E-COMMERCE

SmartHint

# 17 ESTRATÉGIAS

## QUE VÃO TURBINAR SUAS VENDAS ON-LINE

# INTRODUÇÃO

---

Cada vez mais, o comércio eletrônico vem tendo um crescimento acelerado, mas esse mercado é dinâmico e novas tendências surgem quase que diariamente. Além disso, a concorrência na internet é muito grande e o consumidor tem mais e mais opções e informações, literalmente, na palma da mão. Por isso, é preciso investir nas estratégias certas.

Pensando nisso, listamos algumas dicas de atração, experiência e relacionamento essenciais para o seu e-commerce vender mais.

Boa leitura e boas vendas!

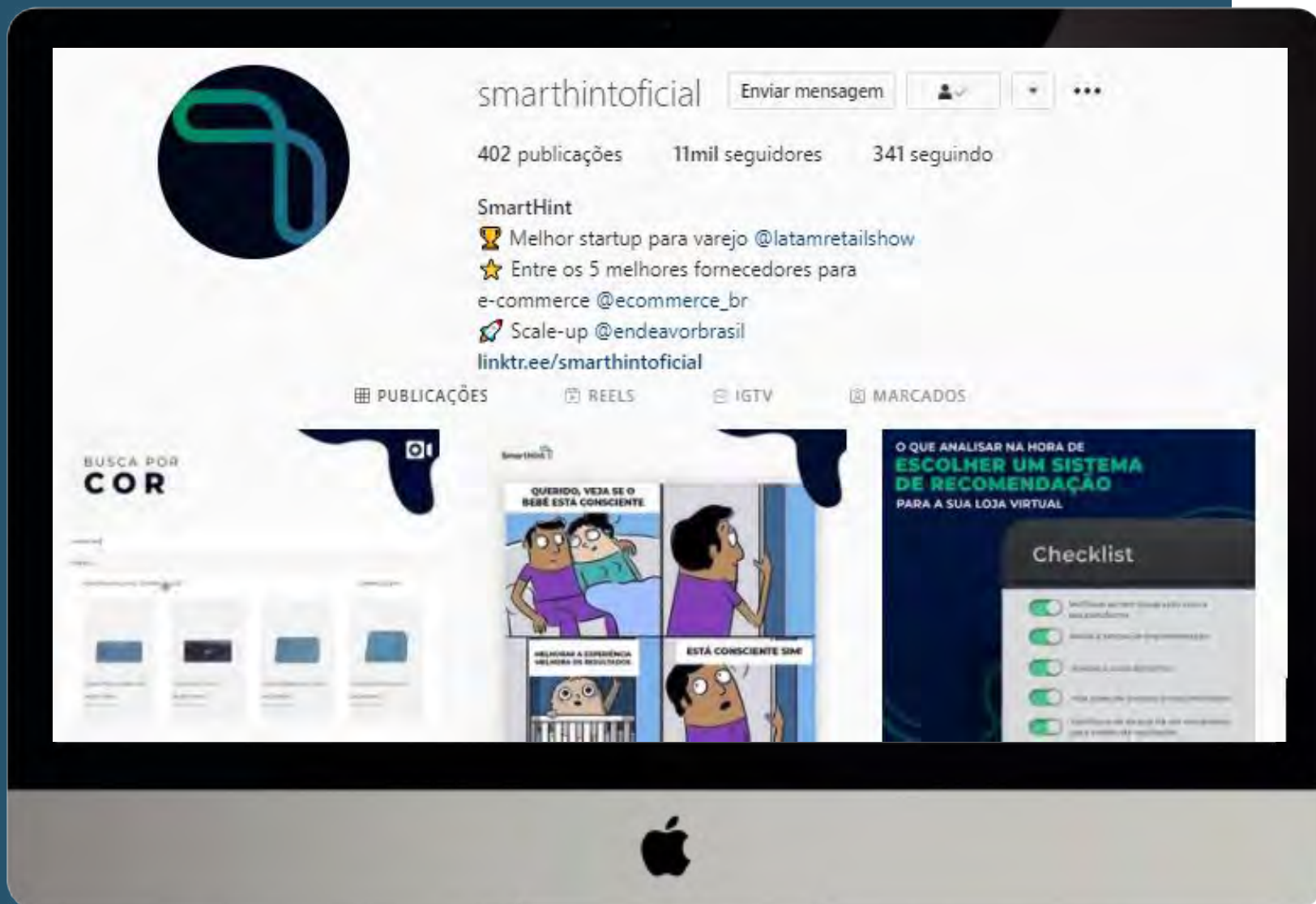
# 1 APAREÇA NAS REDES SOCIAIS

Marcar presença em redes sociais, como o Instagram e o Facebook, é muito importante para a **visibilidade** da marca e para o **relacionamento** com os clientes. Não é necessário estar em todas: basta entender qual é o perfil do seu consumidor e investir bem em uma ou algumas delas.

Este canal pode servir para:

- compartilhar conteúdo de interesse do seu público;
- divulgar os produtos ou uma linha nova;
- divulgar promoções;
- comunicar novidades ou mudanças no atendimento, na entrega etc.

E não se esqueça de manter visíveis os endereços da sua loja virtual nesses canais.

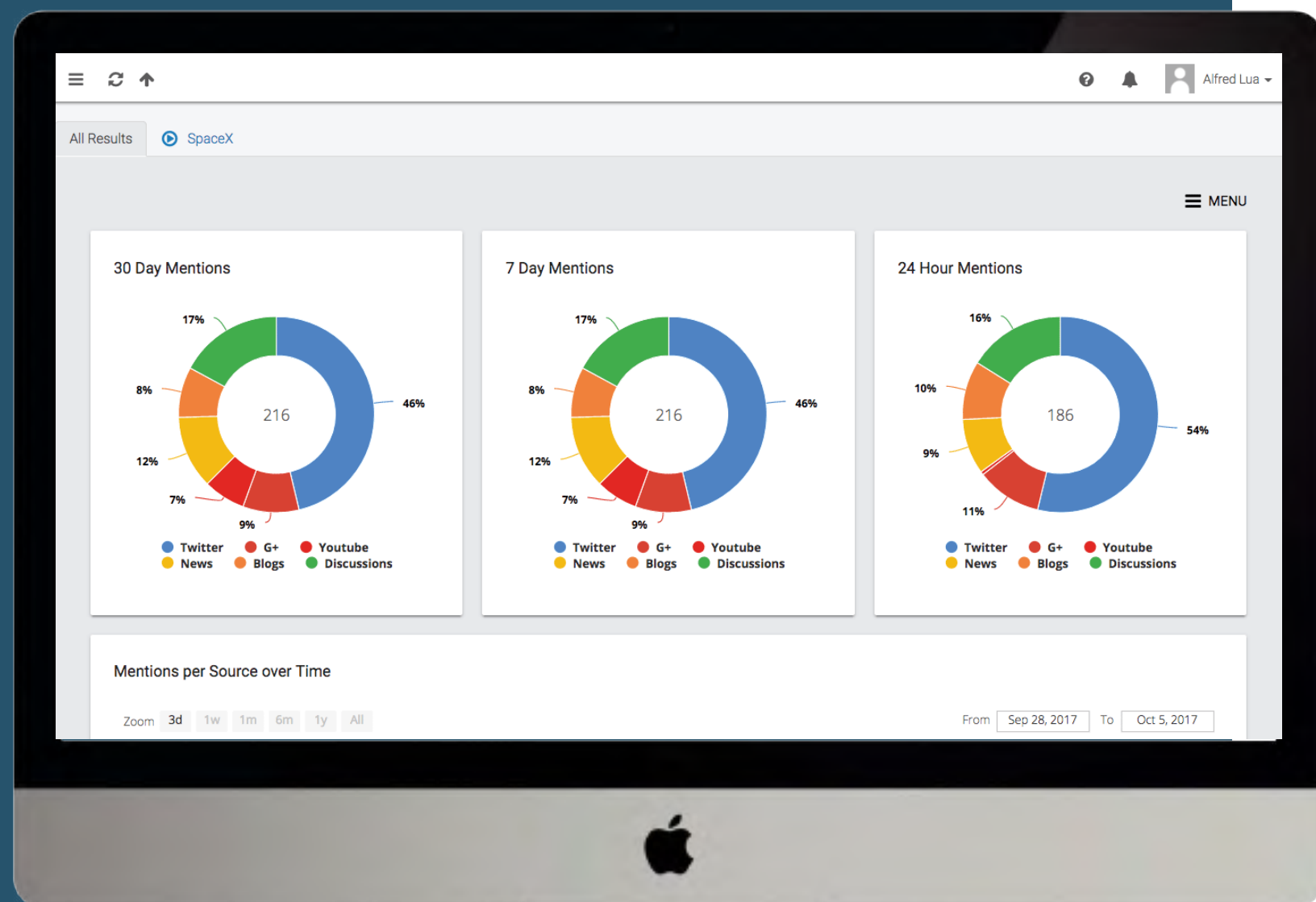




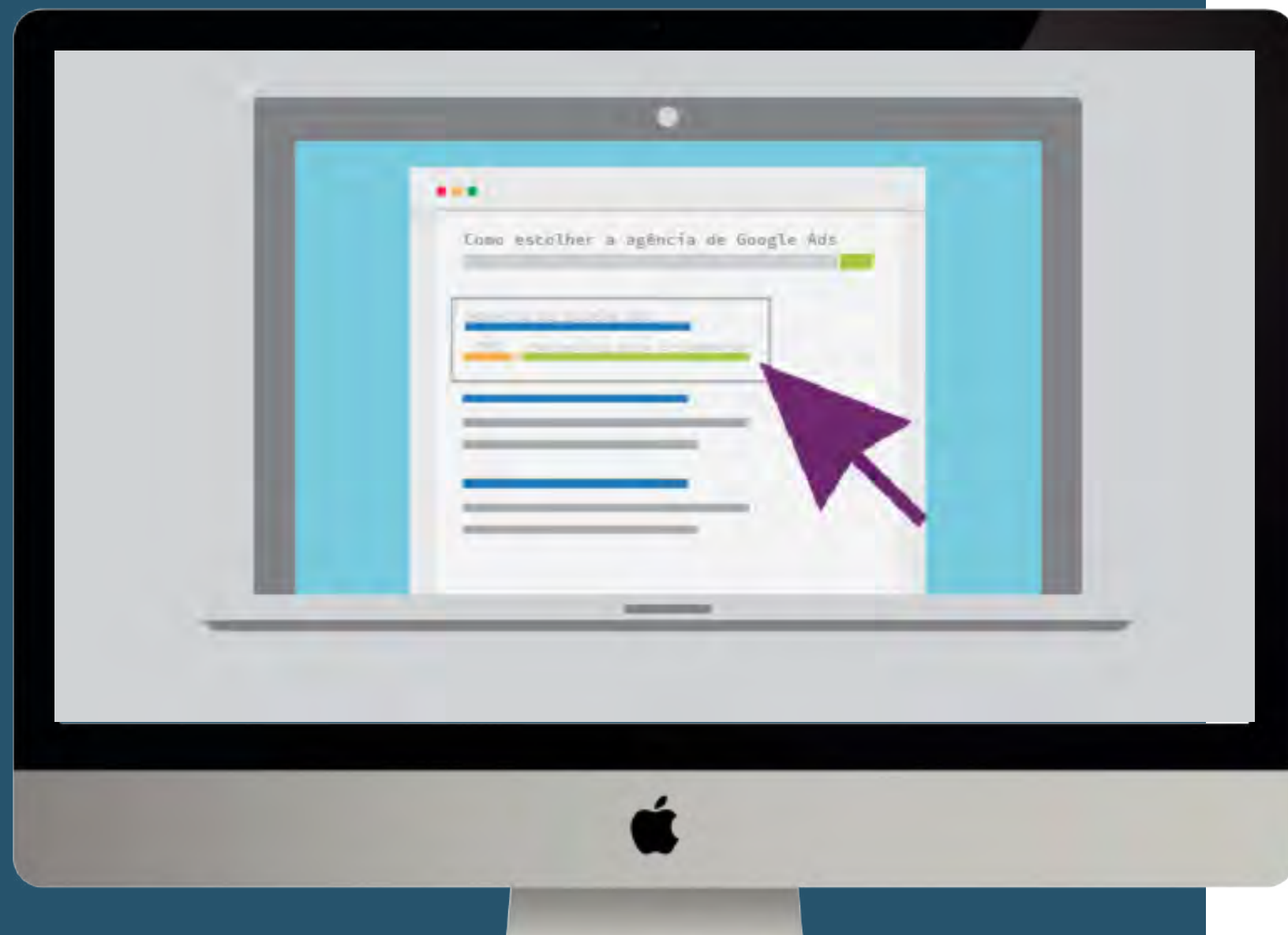
# 2 USE O SOCIAL MONITORING

Use o social monitoring para identificar oportunidades e aprender mais sobre o seu público. Esse monitoramento consiste em observar e analisar o que estão falando a respeito da marca nas redes sociais. Trata-se de um acompanhamento e tratamento desses dados de forma assertiva, a fim de gerar ações que façam diferença para o negócio e para o consumidor.

Entender como está a reputação da empresa e trabalhar para que ela se mantenha forte é essencial para manter a saúde da marca.



# 3 APOSTE EM MÍDIAS PAGAS



As mídias pagas, como Google Ads, Facebook Ads e Instagram Ads, servem para aumentar a sua exposição na internet, seja no Google, dentro das redes sociais, aplicativos ou até mesmo dentro de sites de terceiros. Elas aumentam o **tráfego** para o seu site e têm um **alcance grande e imediato**. Se são importantes para lojas físicas, imagine para as lojas que têm o mundo digital como habitat.

# 4 INVISTA EM TÉCNICAS DE SEO

Investir em técnicas de SEO (search engine optimization ou otimização para mecanismos de busca) também é uma forma de **aumentar o tráfego** da sua loja, porque elas melhoram o posicionamento do seu site em buscadores como o Google.

Você recebe **mais visitas** sem pagar por isso e atrai visitantes mais **engajados** e mais propensos a comprar. Confira algumas técnicas de SEO que devem ser levadas em conta para otimizar a sua loja virtual.

**URLs amigáveis:** é importante que todos os URLs do seu site sejam amigáveis — ou seja, sem números e letras ilegíveis — e também que contenham a palavra-chave escolhida para aquela página.

**Meta title e meta description:** todas as páginas do seu site devem ter meta title e meta description com a palavra-chave que deseja ranquear.

**Responsividade:** é essencial que o seu site esteja disponível e seja apresentável em qualquer tipo de dispositivo, adaptando o layout de acordo com o tamanho da tela em que ele é acessado, seja desktop, smartphone ou tablet. Lembrando que isso também interfere na experiência dentro da loja.

**Velocidade:** o site da sua loja virtual deve carregar as páginas rapidamente, caso contrário, o cliente pode querer abandonar a loja, aumentando a taxa de rejeição e influenciando no ranqueamento.

# 4 INVISTA EM TÉCNICAS DE SEO

Investir em técnicas de SEO (search engine optimization ou otimização para mecanismos de busca) também é uma forma de **aumentar o tráfego** da sua loja, porque elas melhoram o posicionamento do seu site em buscadores como o Google.

Você recebe **mais visitas** sem pagar por isso e atrai visitantes mais **engajados** e mais propensos a comprar. Confira algumas técnicas de SEO que devem ser levadas em conta para otimizar a sua loja virtual.

**Links internos:** através dos links internos você pode direcionar o usuário para outras páginas dentro do seu site e, com isso, fazer com que passem mais tempo dentro dele. Mas é importante que esses links estejam relacionados ao conteúdo ou produto da página em que estão inseridos.

**Palavras-chave:** pesquise quais são as palavras-chave mais utilizadas pelo seu público para buscar o que você oferece e utilize-as nos títulos e subtítulos das páginas, nas descrições de produto, URLs, conteúdos etc. Mas cuidado: você deve explorar apenas uma palavra-chave por URL.

**Produção de conteúdo focado em SEO:** produzir conteúdo de qualidade, no seu site ou em um blog, é uma ótima forma de atrair o seu público, engajá-lo com a sua marca e ganhar autoridade na internet. A autoridade é um dos critérios de ranqueamento do Google, então isso também pode te ajudar a ganhar maior visibilidade. Mas para aparecer nos primeiros resultados de busca com o seu conteúdo, é preciso seguir todas as orientações de SEO mencionadas anteriormente.

**Imagens otimizadas:** as imagens precisam ter tamanho adequado e devem ser otimizadas para não ficarem muito pesadas, o que dificulta o carregamento do site e acaba interferindo no ranqueamento.

# 5 TENHA UM SITE SEGURO



É imprescindível que a sua loja seja um site seguro! Assim, os clientes podem ter confiança em fornecer seus dados de cobrança para concluir a compra, como número do cartão de crédito e CPF.

Para criar um site seguro, é preciso investir em um certificado SSL, que garante uma camada de segurança à programação da página. Ao obter essa certificação, um cadeado é exibido antes do URL da página, mostrando que o ambiente é confiável.



# 6 CRIE UMA IDENTIDADE VISUAL



Ter uma identidade visual dá mais credibilidade para a sua marca, além disso, contar com um design agradável em sua loja faz com que os usuários passem mais tempo dentro dela, isso influencia nas vendas e também é um fator de ranqueamento nos mecanismos de busca.

# 7 GARANTA A QUALIDADE DAS FOTOS

Sabe aquele ditado “uma imagem vale mais que mil palavras”? Ele é ainda mais verdadeiro para o e-commerce, pois as pessoas gostam de visualizar em detalhes os produtos que pretendem comprar.

Por isso, use fotos de qualidade, preferencialmente profissionais e, como já mencionamos, com tamanho adequado para uma boa visibilidade dos produtos.



# 8 CAPRICHE NA DESCRIÇÃO DOS PRODUTOS



Invista em uma boa descrição! Quanto mais detalhes, mais os clientes serão estimulados a comprar.

E, além de utilizar palavras-chave para que a página seja bem posicionada nas buscas orgânicas do Google, se a descrição também for educativa de alguma forma, já vai ser uma ação de **marketing de conteúdo**.

Você também pode utilizar técnicas de **copywriting**, ou seja, escrita persuasiva para envolver o leitor e convencê-lo a comprar.

# 9 GARANTA UM CARREGAMENTO RÁPIDO DE INFORMAÇÕES

Os textos, fotos, vídeos e demais conteúdos do e-commerce precisam carregar rapidamente. Por isso, além de otimizar imagens e vídeos, é importante contar com um servidor de hospedagem de qualidade.

Normalmente, as lojas virtuais têm bastante conteúdo cadastrado, por isso, geralmente recomenda-se a contratação de um servidor dedicado. Mas, hoje, já existe uma tecnologia mais avançada, o **cloud computing** (computação em nuvem). Trata-se de uma estrutura virtual de servidores que trabalha de forma dedicada, mesmo utilizando máquinas compartilhadas. Isso barateia o processo todo. Então, se for possível, escolha essa opção.





# 10 OFEREÇA UM CARRINHO FÁCIL



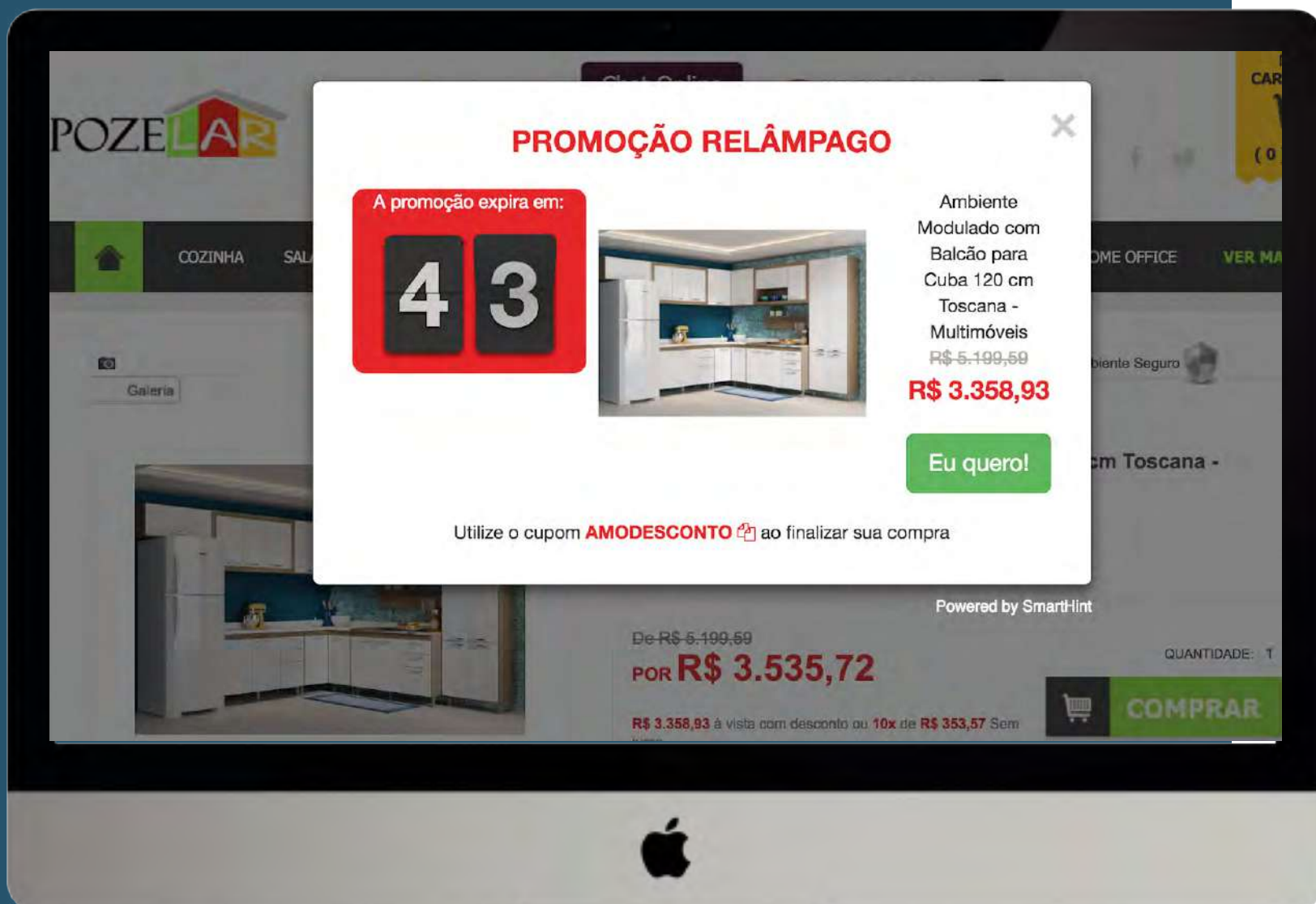
De nada adianta fazer um trabalho excelente em todos os aspectos do site e pecar no carrinho de compras! Por isso, é preciso que esse campo seja bastante intuitivo e fácil de ser utilizado, para evitar os famosos carrinhos abandonados.

Além disso, peça somente as informações necessárias e disponibilize o valor do frete logo no início da compra.

# 11 APOSTE EM POP-UPS DE RETENÇÃO

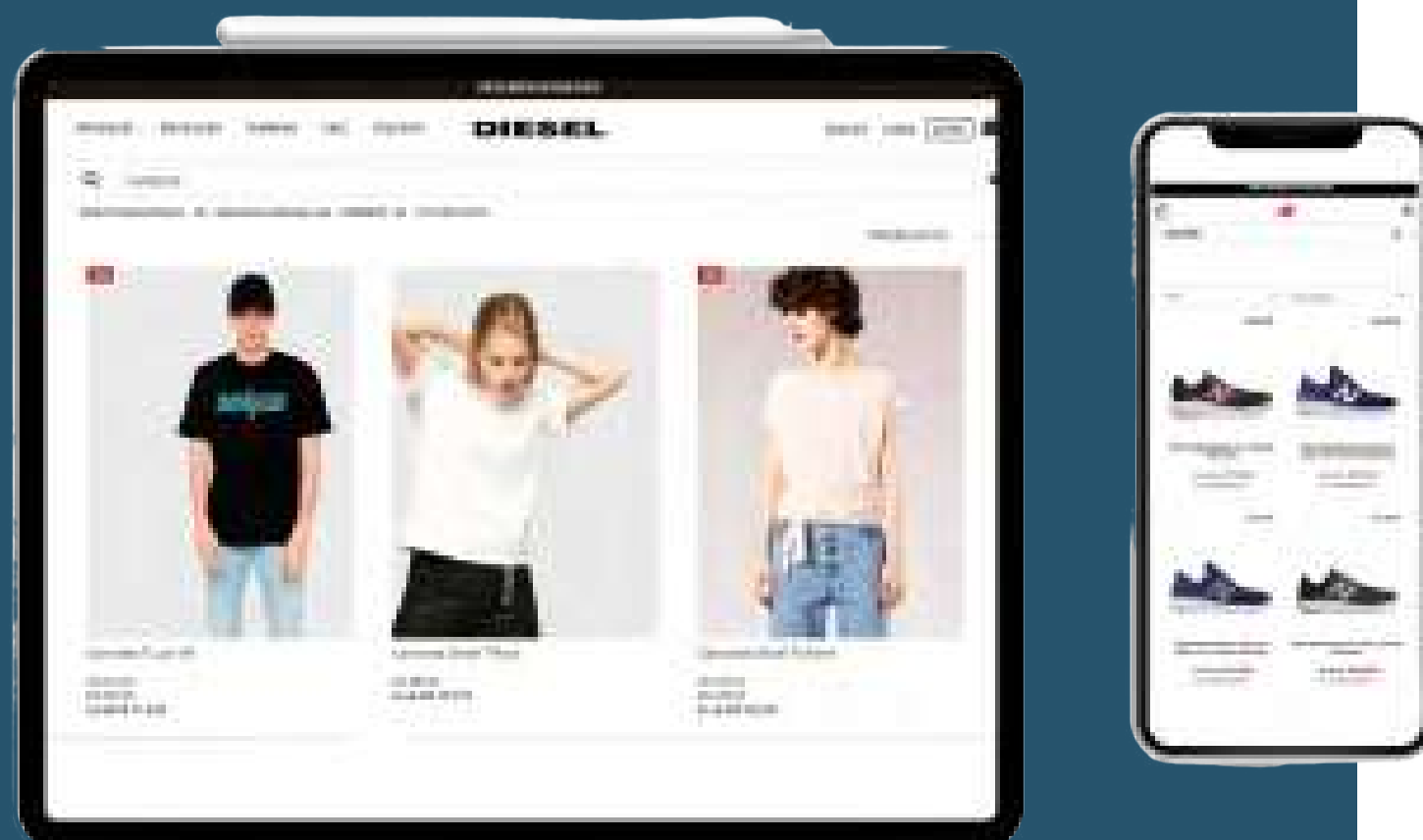
Uma boa estratégia para **chamar a atenção** dos seus clientes é apostar em pop-ups de retenção. A ideia é mostrar produtos relevantes para ele e até oferecer algum desconto quando ele der indícios de que vai abandonar a loja ou o carrinho de compras.

Há pop-ups que oferecem o desconto com contador regressivo, isso aumenta as chances de conversão, pois desperta o sentimento de urgência no cliente e faz com que ele não queira perder a oferta.



# 12 TENHA UMA BUSCA INTELIGENTE

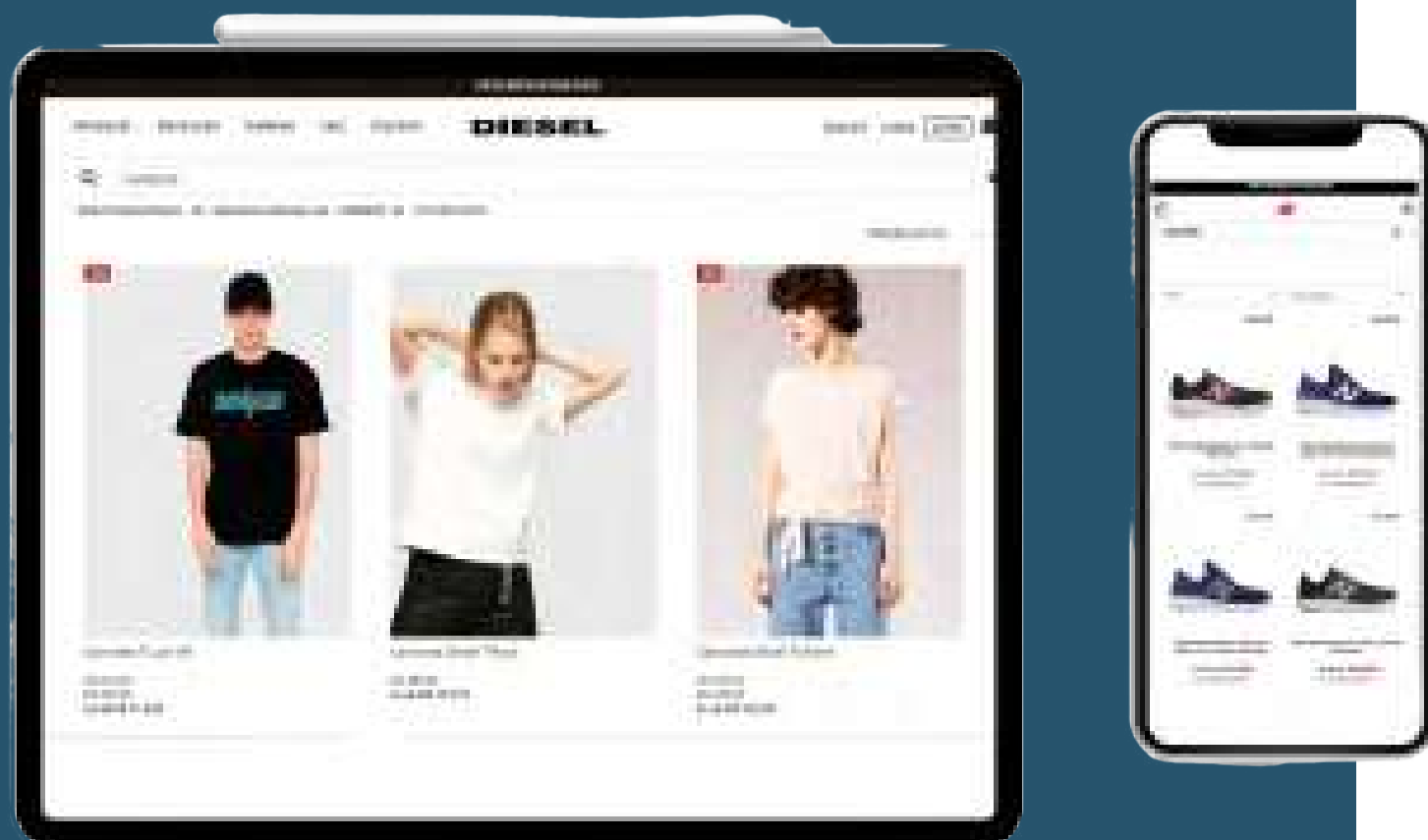
O campo de busca é responsável por **60% das vendas on-line**, portanto, é uma ótima oportunidade investir em uma busca inteligente. Essa tecnologia conta com:



- 1. Alta velocidade:** segundo a Amazon, a cada 100 milissegundos de demora, as vendas caem 1%. Portanto, quanto mais rápida for a sua busca, maiores serão as suas vendas.
- 2. Similaridade fonética:** é importante ter uma busca que reconheça a similaridade de som e escrita entre as palavras, assim, mesmo que o cliente digite o nome do produto com a grafia errada, ele será encontrado. Lembre-se: a responsabilidade de mostrar os produtos é sempre do lojista. Se o usuário não encontra o que procura, vai buscar em outro site.
- 3. Busca por cor:** há clientes que buscam por um objeto de cor específica. Ter uma busca que identifica a cor da imagem automaticamente, através do reconhecimento de imagem, independentemente de estar cadastrada no nome ou descrição do produto, é um diferencial que pode fazer toda a diferença e contribuir para fechar a compra.

# 12 TENHA UMA BUSCA INTELIGENTE

O campo de busca é responsável por **60% das vendas on-line**, portanto, é uma ótima oportunidade investir em uma busca inteligente. Essa tecnologia conta com:



**4. Busca comportamental:** hoje, com inteligência artificial, já é possível **personalizar** até mesmo as buscas dentro da loja virtual, com base na **análise comportamental de navegação do usuário**. Ou seja, cliques, buscas, tudo o que a pessoa faz dentro da loja é levado em conta. Se ela clicou em fotos de tênis de corrida, por exemplo, quando digitar “tênis” na busca, os primeiros resultados serão de tênis de corrida. Isso aumenta as chances de **conversão**, pois mostra o que realmente interessa para o consumidor.

**5. Busca por voz:** ter um recurso como esse dentro da loja virtual facilita e acelera a jornada de compra, pois além de ser mais rápido, o cliente não precisa digitar nada, basta clicar no microfone e falar o que deseja. É uma ótima pedida para produtos com nomes difíceis de escrever e/ou estrangeiros. Além disso, por ser uma tecnologia nova no mercado, é um **diferencial** para a sua marca.



# 13 CONTE COM UM SISTEMA DE RECOMENDAÇÃO

Ter um sistema de recomendação ativo na sua loja é super importante para elevar a **experiência** do consumidor, pois facilita a jornada de compra e, conseqüentemente, a tomada de decisão.

Nele, as vitrines de recomendação, ou vitrines inteligentes, como “Mais vistos”, “Mais comprados”, “Recomendado para você”, “O que os outros estão comprando”, “Lançamentos”, selecionam e sugerem os produtos em alta ou mais relevantes para cada cliente, assim ele não demora horas até decidir o que comprar.

Algumas recomendações também ajudam a aumentar o valor do **ticket médio**, pois sugerem a compra em conjunto de produtos complementares.

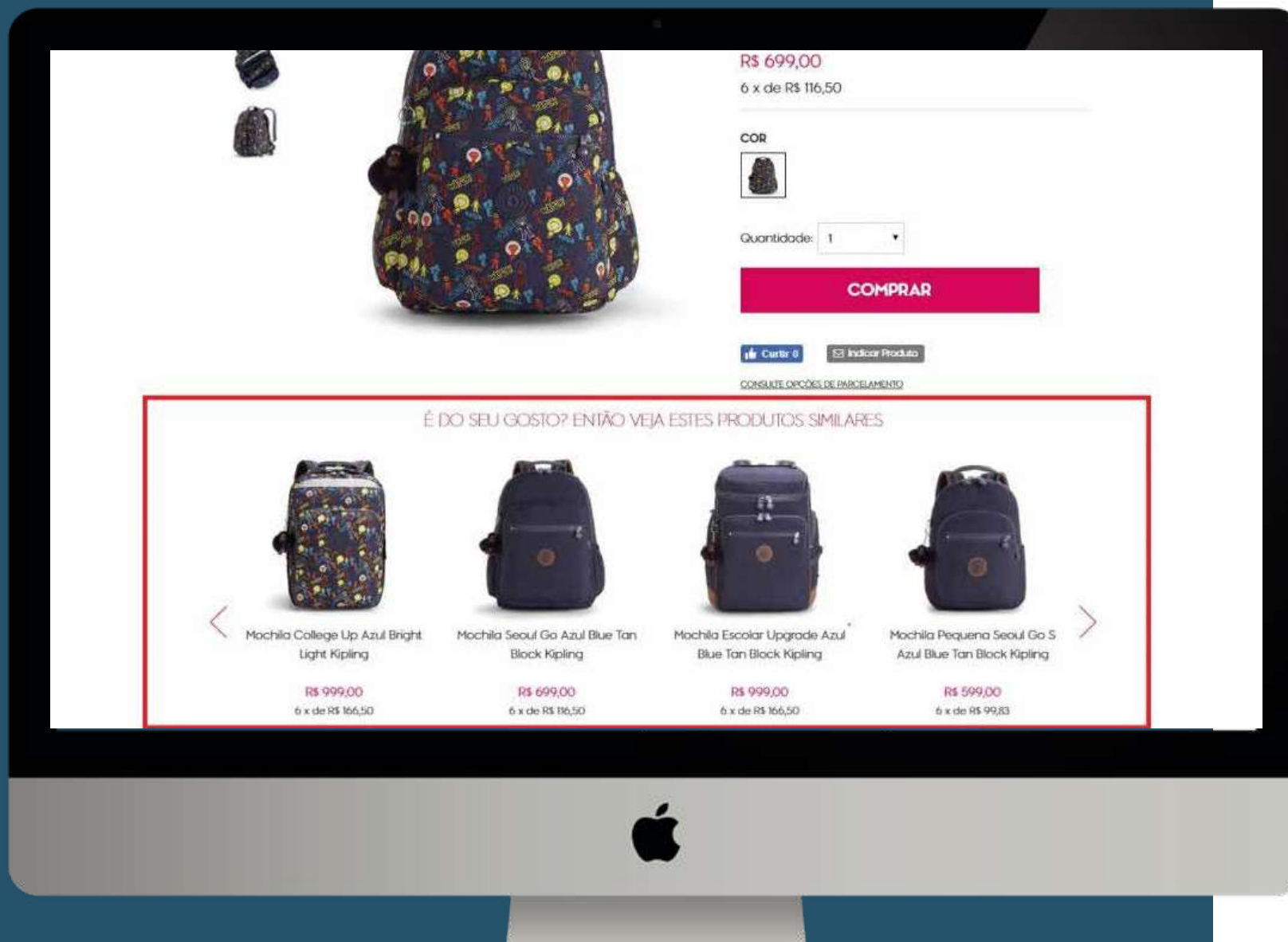
## RECOMENDADO PARA VOCÊ





# 14 INVISTA EM VITRINES VIRTUAIS AUTÔNOMAS

Se possível, invista nas vitruines de recomendação autônomas, baseadas em inteligência artificial. Assim, tudo fica mais rápido e eficiente, pois não é preciso um analista para configurá-las nem para esperar o resultado de testes com as melhores posições e produtos a serem colocados em cada vitrine. Com a inteligência artificial, tudo é feito de modo automático, constante e sem precisar de mão de obra especializada.

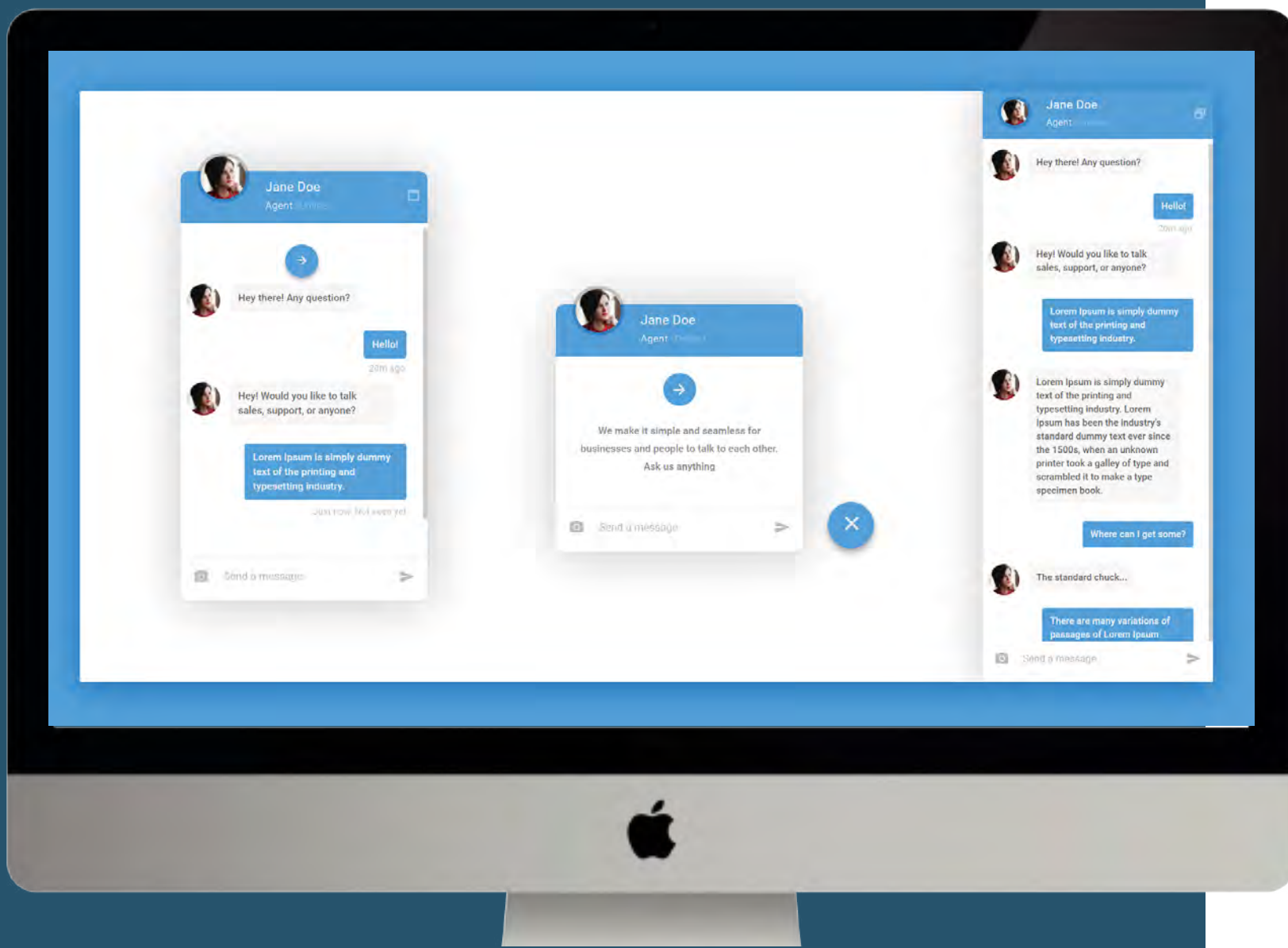


# 15 TENHA VÁRIOS CANAIS ON-LINE DE ATENDIMENTO

Hoje, a maioria das pessoas tem um smartphone e utiliza a internet para se comunicar, por isso é cada vez mais necessário ter canais on-line de atendimento, como **chat no site**, **WhatsApp**, **e-mail** e até mesmo **redes sociais**.

Para uma loja virtual — que já atua no meio digital —, é mais do que obrigatório ter canais de atendimento on-line ativos e eficientes. Mas algumas pessoas preferem se comunicar por um meio e outras por outros, então aposte em uma variedade de canais para atender a todos.

É essencial que a marca esteja pronta para responder aos clientes em todos os canais com a agilidade esperada. Entenda onde está a audiência e volte a atenção para essas redes. As empresas capazes de atender os clientes ganham um grande diferencial competitivo no mercado.

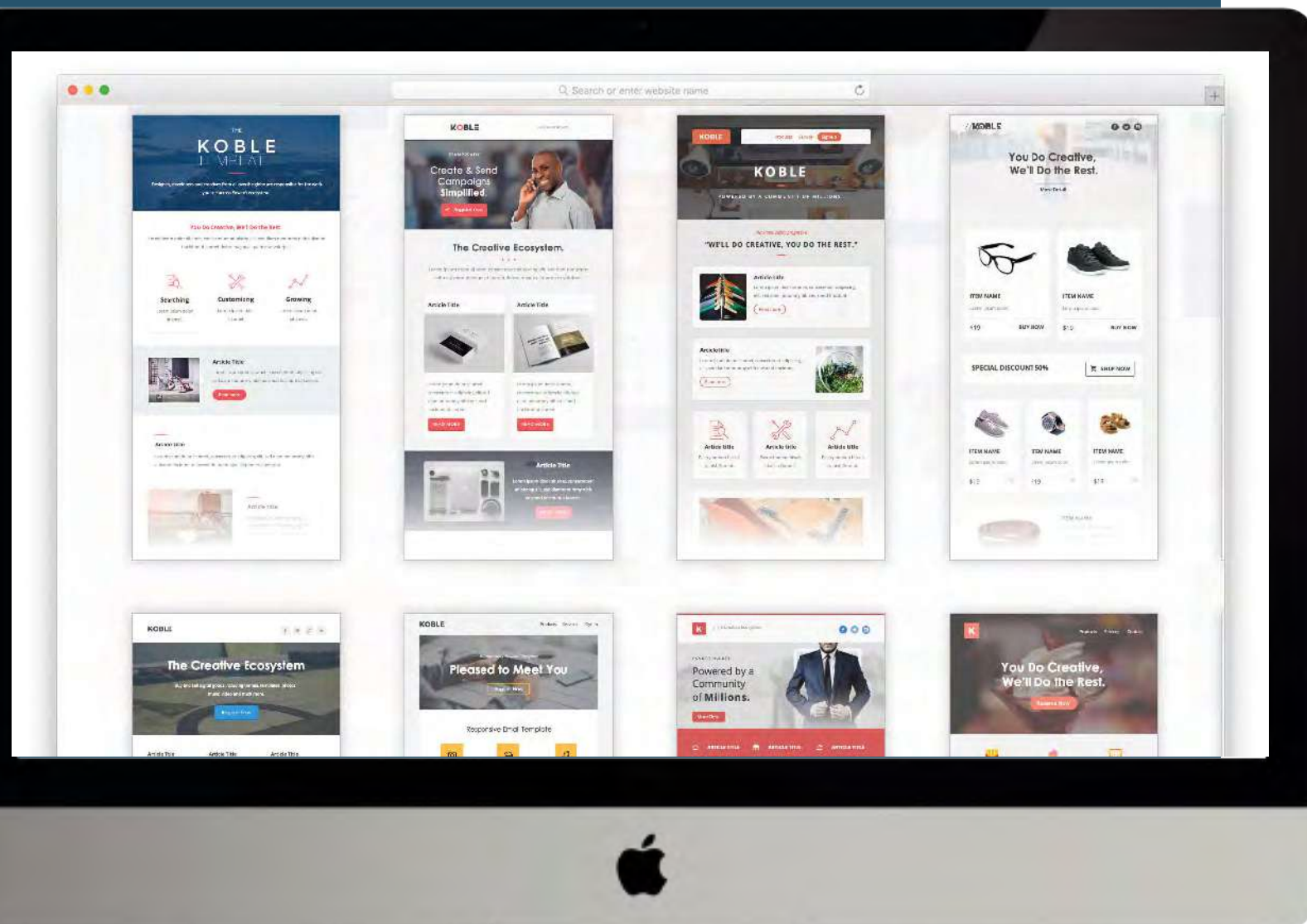




# 16 FAÇA E-MAIL MARKETING

O e-mail é um ótimo **canal de comunicação** com o seu público, afinal, qualquer pessoa que utilize a internet no dia a dia precisa ter um e-mail e acessá-lo com frequência. Através dele, você pode divulgar novidades, ofertas e até conteúdo de qualidade. Também pode divulgar horários de atendimento, tempo de entrega, condições de pagamento etc.

Mas é muito importante que os usuários forneçam os endereços de e-mail por vontade própria. Uma forma de convencê-los a fazer isso é através de um **pop-up de desconto** no seu site ou em troca de acesso a **materiais relevantes**, como e-books, infográficos etc.





# 17

## DEFINA E ACOMPANHE MÉTRICAS

As métricas são todos os resultados relacionados à performance de uma empresa. São elas que apontam se uma ação está dando certo ou se precisa ser modificada para que seja mais efetiva.

As principais métricas que devem ser acompanhadas em um e-commerce são:

- custo de aquisição de clientes;
- abandono de carrinho;
- taxa de conversão;
- ticket médio.

O Google Analytics é ideal para monitorar o resultado das campanhas de marketing, taxas de conversão e outras métricas do site.





A SmartHint é o maior sistema de busca inteligente e recomendação para e-commerce da América Latina. O nosso principal foco é elevar a experiência de compra on-line e, conseqüentemente, **aumentar as vendas**. Para isso, contamos com a busca inteligente, vitrines de recomendação autônomas e pop-ups de retenção.

Quer saber mais? Fale com um dos nossos consultores.

**FALAR COM UM CONSULTOR**



A Escola de E-commerce é um portal de conteúdos relacionados ao comércio eletrônico e oferece materiais de apoio para empreendedores e empresas de pequeno, médio e grande porte do segmento.

Dentro de sua gama de materiais oferecidos gratuitamente para o empreendedor online estão: artigos, notícias de mercado, e-books, webinars, cursos, vídeos e inúmeros materiais que são publicados diariamente.

**SAIBA MAIS**