

COMO PLANEJAR E ESTRUTURAR SUA LOJA VIRTUAL

e-book interativo

Clique aqui





Começar um e-commerce é um sonho para muitos empreendedores, mas o caminho até o sucesso pode ser cheio de desafios. A concorrência acirrada, a necessidade de se destacar em um mercado digital cada vez mais competitivo e a constante evolução das tecnologias, exigem planejamento e preparação.

Antes de mergulhar no mundo do comércio eletrônico, é fundamental ter em mente que o sucesso não acontece da noite para o dia. É preciso investir tempo e recursos no planejamento e estruturação da sua loja, na escolha dos produtos certos, na otimização de um site eficiente e em estratégias de marketing eficazes.

Mas não se preocupe! Separamos aqui algumas das principais dicas e recursos disponíveis no mercado, para facilitar o seu caminho e começar essa jornada!



START



Selecione:

01 O que vender no seu e-commerce: os primeiros passos 

02 Analise seus concorrentes 

03 Estruture o seu e-commerce 

04 Você conhece o plano de negócios Canva? 

05 Criando a loja virtual: plataformas de e-commerce 

06 Facilitando a gestão da sua loja: ERP e Backoffice 

07 Pensando nas vendas: Gateway de pagamentos 

08 Para não se preocupar: sistemas antifraude 

09 Fale com a gente! 

01^x

Os primeiros passos: o que vender no seu e-commerce



Definir quais produtos vender no seu e-commerce é uma das decisões mais importantes para o sucesso do seu negócio on-line. E se você ainda tem dúvidas, saiba que isso é normal!

O primeiro passo é definir qual será o foco das suas vendas. As suas vendas serão focadas em um tipo de produto específico ou você irá incluir uma gama de produtos diversificados, com uma amplitude de mercado maior?

Trabalhar com a venda de uma variedade de produtos vai exigir uma boa gestão de estoque para pronta entrega e mais mão-de-obra envolvida, ao passo que, com foco em um tipo de produto, a faixa de abrangência é menor, no entanto, os custos também são menores. E no caso dos nichos de mercado, ainda é possível ter a concorrência reduzida.



PRÓXIMO ▶





Além disso, as próprias características dos produtos que você pretende vender devem ser levadas em conta. Produtos menores e mais leves também terão custos menores de embalagem, manuseio e de frete, enquanto que alguns produtos grandes poderão ter restrições de envio em transportadoras.

Considere, ainda, fazer uma precificação correta, pois assim como uma loja física, a loja virtual também possui alguns gastos, como: embalagens, impostos, envio, e tudo isso deverá ser considerado no preço final.

E por último, tenha um diferencial em relação às outras lojas, preste um atendimento de qualidade, responda dúvidas, faça recomendações e seja uma autoridade no seu nicho de atuação. Isso trará mais credibilidade e confiança para a sua loja e para os seus produtos.

Aproveite as vantagens de ter um contrato com os Correios: portfólio completo de serviços para enviar e receber as encomendas, preços e prazos atrativos, ferramentas que facilitam o seu dia a dia e muito mais.

Saiba
mais+

◀ VOLTAR

MENU ▶

02^x

Analise seus concorrentes

Agora que você já definiu quais produtos farão parte das suas vendas, é preciso começar a pensar em como isso será feito, as etapas necessárias, passando por outras decisões importantes, como o estilo de relacionamento com seus clientes e as estratégias para realizar vendas. Essas definições ajudarão não somente a estruturar o seu negócio, mas também oferecer alguns diferenciais importantes para que a sua marca se destaque da concorrência.

E é justamente analisando a concorrência que você poderá obter alguns insights importantes, como por exemplo, as estratégias adotadas por eles, qual a experiência dos clientes em suas lojas, seus erros e acertos, e quais os seus diferenciais de mercado.

Em sua análise, tente identificar com mais detalhes em quais personas os concorrentes estão focados, as faixas de preços praticadas, as estratégias de marketing, apresentação do produto, prazos de entrega, atendimento online e tudo que for relevante para a sua realidade. Uma boa dica é se cadastrar nas newsletters e acompanhar suas publicações nas redes sociais. Use como inspiração e seja criativo nas suas ideias.



Passo-a-passo



1

Faça o levantamento dos principais concorrentes de acordo com a sua área de atuação.

2

Defina uma lista com os principais tópicos que serão avaliados nas lojas, como por exemplo a navegação, apresentação dos produtos, promoções, frete, formas de pagamento e outros que achar importante.

3

Faça uma análise comparativas das informações, destacando pontos fortes e fracos.

4

Cadastre-se nas newsletters de concorrentes.

5

Acompanhe as publicações nas redes sociais.

6

Implemente suas próprias estratégias com base nas análises

Retorne periodicamente às análises

7

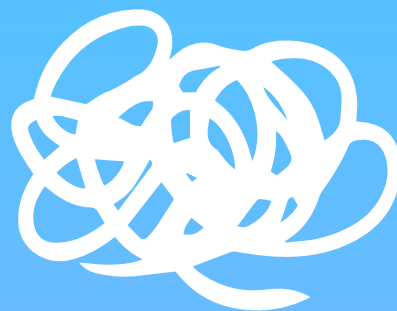


VOLTAR

MENU

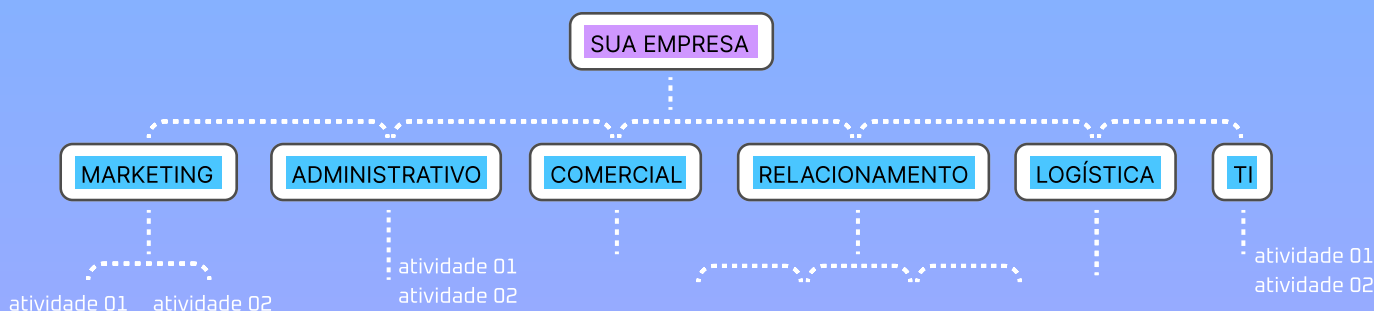
03^x

Estruture o seu e-commerce



Para que um e-commerce funcione de forma eficiente, é preciso estruturar e cuidar corretamente de todas as funções e tarefas essenciais para o andamento do negócio, sem o risco de deixar de lado atividades importantes.

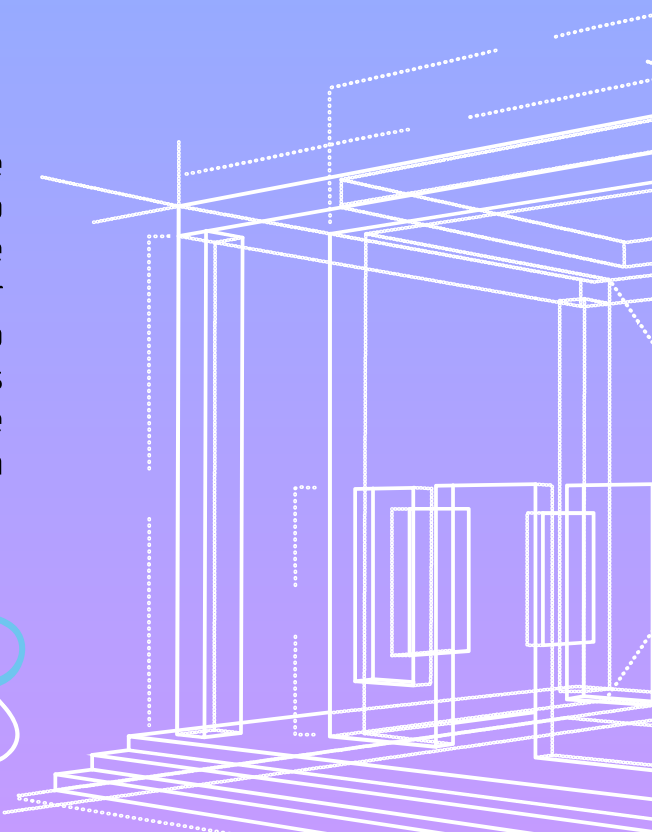
Uma boa dica para ter tudo isso muito bem mapeado, é montar graficamente um funcionograma, com as principais áreas da empresa, as seções que fazem parte delas e, logo abaixo, as atividades que elas precisam realizar para que tudo funcione em harmonia.



Empresas maiores podem se dar ao luxo de implementar um funcionograma mais detalhado e melhor distribuído para as várias equipes. Se você está apenas começando, pode estar pensando que essa forma de organização não pode ser aplicada para a realidade de empresas menores. Mas isso não é verdade, ela pode muito bem ser adaptada para as atividades da sua loja e trazer bons resultados!



saiba como



O que você pode fazer é estabelecer um cronograma semanal, no qual cada dia é dedicado a uma área de atuação da empresa, assim, no decorrer de uma semana, todas as áreas serão atendidas de forma satisfatória. Veja um exemplo:

Imagem: Freepik.com

CRONOGRAMA PARA A SUA LOJA



Você conhece o AproxIME?
Ele foi criado para apoiar micro e pequenos empreendedores no seu dia-a-dia e nas estratégias de e-commerce.

◀ VOLTAR

MENU ▶

04^x

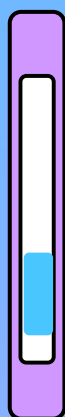
Você conhece o plano de negócios Canva?

Esse é um modelo visual e intuitivo para mapear os componentes chave do seu negócio, em forma de um diagrama, no qual são inseridas algumas informações importantes para a empresa, o que permite ter uma visão geral e facilita um planejamento adequado. É um modelo muito mais objetivo, ágil e que estimula a inovação e a organização de ideias.



PRÓXIMO ▶

Monte um quadro como esse e insira as informações abaixo:



- **Parcerias principais:** fornecedores e parceiros para o seu negócio;
- **Atividades principais:** atividades que a empresa deve realizar;
- **Recursos principais:** recursos (físicos ou financeiros) para a empresa funcionar
- **Proposta de valor:** o que faz o seu produto se destacar, quais necessidades satisfaz;
- **Relacionamento com clientes:** como a empresa vai se relacionar com clientes;
- **Segmento de clientes:** quais clientes quero atingir;
- **Canais:** canais para atingir esse público;
- **Estrutura de custos:** custos fixos e variáveis;
- **Fontes de receita:** de onde virão as receitas e os valores.

Agora que você tem um Canva montado, fica muito mais fácil visualizar os pontos chave de sucesso da sua loja e elaborar estratégias criativas para cada uma delas!



◀ VOLTAR

MENU ▶

Criando a loja virtual: plataformas de e-commerce

É nesse sistema que a sua loja virtual será criada e gerenciada, podendo ser personalizada de acordo com as suas necessidades. De forma geral, os itens que compõem uma loja virtual são: cadastro e inclusão de produtos, gerenciamento de estoques e preços, recebimento de pedidos, acompanhamento das vendas, além de outras funcionalidades necessárias no dia a dia do seu e-commerce.

Dentro das plataformas, o **front-end** é a parte visual em que os clientes interagem na loja virtual, como escolher os produtos e clicar em comprar. Já o **back-end** são todas as operações não visíveis para processar e realizar essas ações.

No mercado existem vários tipos de plataformas, como Open Source, Proprietária (híbrida), Própria, OnPremises e Licenciadas (SaaS), sendo que esta última é a mais comum. O que vai diferenciar cada uma é o nível de personalização, funcionalidades e custos de desenvolvimento e manutenção.

E qual delas escolher?

Para chegar a uma conclusão de qual delas é a ideal para a sua loja, você precisa se perguntar quais as principais necessidades que precisam ser atendidas e, principalmente, o quanto de caixa terá disponível para isso.



O que avaliar?

- **O grau de personalização permitido:** opções que permitam alterar facilmente a aparência da loja virtual e incluir funcionalidades;
- **Integrações com outros sistemas:** possibilidade de integrar com ERPs, gateways de pagamento, CRM, empresas de logística e demais que atendam suas necessidades;
- **Funcionalidades:** oferecer recursos para gerenciar e impulsionar as suas vendas;
- **Flexibilidade:** para incluir novas funcionalidades e integrações, a medida que o seu negócio cresce;
- **Suporte:** assistência no dia a dia e rapidez na resolução de problemas;
- **Segurança:** proteção de dados dos clientes e certificados de segurança como SSL.

Veja



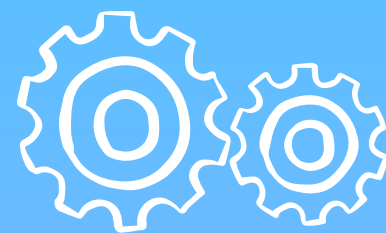
No nosso canal oficial do Youtube você encontra uma playlist com tudo que é #EssencialPraVocê se aproximar do seu cliente e impulsionar o seu negócio, com as melhores dicas de especialistas do mercado!

Saiba
mais+

◀ VOLTAR

MENU ▶

Funcionalidades básicas



Gestão de Layout: facilidade para modificar páginas existentes ou incluir páginas de destaque para produtos.

Gestão de produtos: criar e administrar um catálogo de produtos.

Promoções / descontos: gestão de vendas e campanhas

Geração de Cupons: para estimular conversões e fidelizar clientes

Gestão de Pedidos: processamento automático de pedidos, acompanhamento de estoque, emissão de notas fiscais...

Gestão de Fretes: integração com transportadoras, gestão dos valores cobrados...

Filtros de Categoria: para facilitar a busca de produtos pelos clientes.

Search: campo de busca de produtos

No-Search: gerar relatório com as palavras pesquisadas e não encontradas

Checkout transparente: na mesma página da loja, sem redirecionamento.

Carrinho abandonado: acompanhar os abandonos para trazer clientes de volta e estimular conversões.

◀ VOLTAR

MENU ▶

06^x

Facilitando a gestão da sua loja: ERP e Backoffice



O **ERP**, ou Enterprise Resource Planning, é um sistema que possibilita a Integração entre diversas áreas da empresa, como finanças e estoque. Além disso, ele viabiliza a centralização dos dados para facilitar o acesso e a gestão de todos os processos, com maior automação e agilidade.

Em outras palavras, a sua função é justamente centralizar todos os processos de uma loja virtual, facilitando a sua gestão. Assim, é possível melhorar a produtividade, otimizar processos e reduzir custos.



PRÓXIMO ▶

Principais Funcionalidades

- Gestão das vendas
- Acompanhamento dos pedidos
- Controle de estoque
- Gestão de colaboradores
- Gestão de clientes
- Integração com CRM
- Controle de contas a pagar e a receber
- Fluxo de caixa
- Acompanhamento das obrigações fiscais
- Emissão de Nota Fiscal e boletos
- Relatórios de desempenho



Na hora de escolher um ERP, é muito importante levar em conta o tamanho do seu negócio, as necessidades específicas da sua loja, as funcionalidades disponíveis e as integrações com outros sistemas.



Backoffice

O objetivo de um Backoffice é o mesmo que de um ERP. Porém, é uma versão mais simplificada e focada nos processos de uma loja virtual. Por ter recursos pontuais, envolve custos de aquisição menores.

Principais funcionalidades

- **Gestão de produtos:** cadastro, organização e atualização de informações sobre os produtos;
- **Gerenciamento de estoque:** controle dos níveis de estoque, reposição de produtos e acompanhamento de movimentação;
- **Processamento de pedidos:** recebimento, conferência e emissão de notas fiscais;
- **Logística:** empacotamento, envio e acompanhamento das entregas;
- **Atendimento ao cliente:** resolução de dúvidas, trocas e devoluções;
- **Marketing digital:** gestão de campanhas, análise de resultados e otimização de conversões;
- **Financeiro:** gestão de pagamentos, emissão de boletos e controle de custos.



Aqui você encontra a solução que precisa para o seu negócio ou aplicativo, conhece as nossas APIs e sabe mais sobre a integração com os Correios!

Saiba
mais+

VOLTAR

MENU

07^x



Pensando nas vendas: Gateway de pagamentos

Esse é o software que conecta a sua loja virtual com as instituições financeiras permitindo que seus clientes façam pagamentos de forma segura e prática. É uma ferramenta essencial para qualquer loja virtual.

Após o cliente escolher a forma de pagamento e efetuar a compra, o gateway se comunica com a instituição financeira e verifica se há saldo disponível no banco, ou bandeira do cartão, e recebe a confirmação para autorizar a operação.

Em linhas gerais, o gateway traz:

- **Rapidez e praticidade:** na conexão com bancos e operadoras.
- **Automatização do processo:** simplifica a execução.
- **Variedade de formas de pagamento:** o cliente tem diversas opções como cartões de crédito, débito, boleto e pix.
- **Segurança:** protege os dados da loja e dos clientes e permite a integração com sistemas de proteção de fraudes.

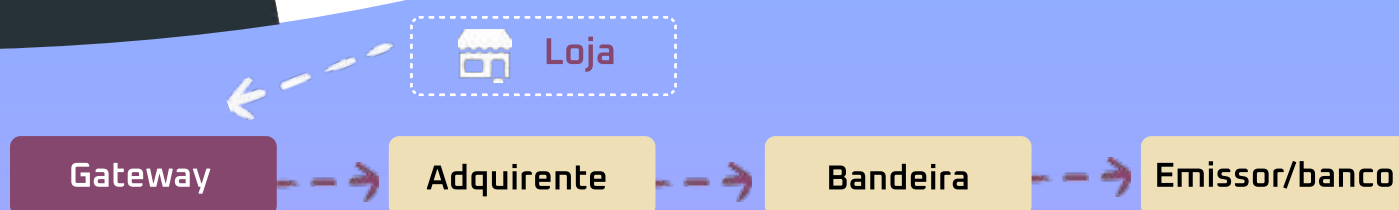
PRÓXIMO ▶



O que avaliar

- A taxa de aprovação e a reputação;
- As funcionalidades para a sua loja;
- Se integra com a sua plataforma ou ERP;
- Se há opção de pagamento recorrente;
- Segurança, criptografia e certificações;
- Suporte, equipe de atendimento.

Imagem: Freepik.com



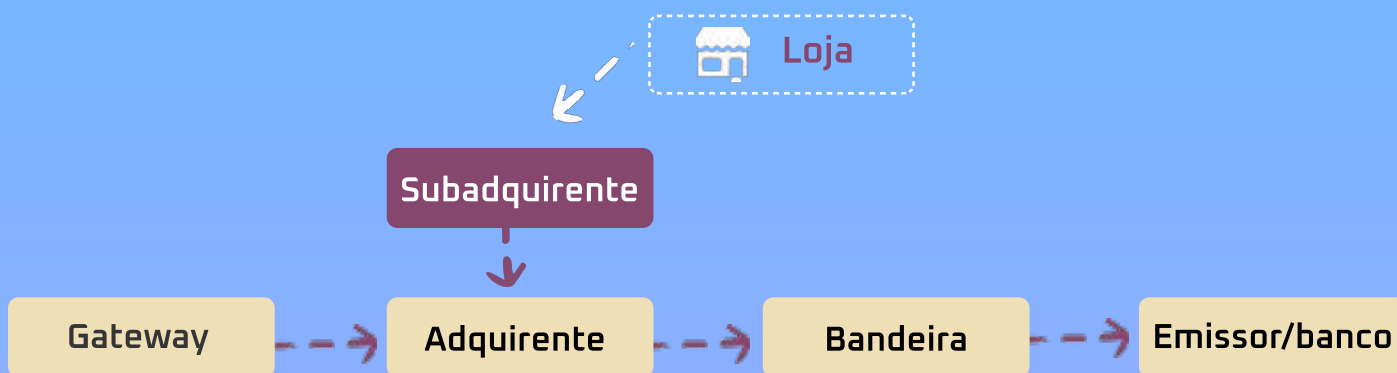
Adquirente ou **credenciador** é que faz a comunicação com as bandeiras de cartões e bancos e após a aprovação da transação repassa o dinheiro recebido do banco para o lojista.

◀ VOLTAR

PRÓXIMO ▶

Intermediadores de pagamentos

Também conhecidos como subadquirentes, os intermediadores são uma solução de pagamentos que concentram as funcionalidades de gateway, análise de fraudes e conciliação financeira, em um mesmo sistema, trazendo maior praticidade para quem vende no e-commerce.

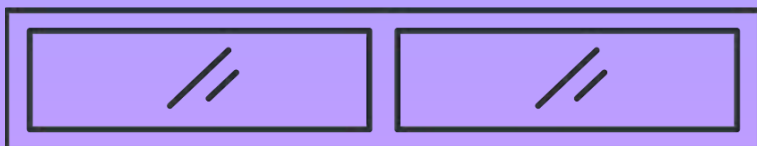


Prós:

- Simplificação do processo integração com as instituições de pagamento;
- Menor burocracia na gestão financeira;
- Taxas mais reduzidas e mais atrativas;
- Atendimentos focados em pequenos negócios.

Contras:

- Por não ser uma empresa especializada em antifraude, pode ter uma taxa de recusa das transações maior, resultando em vendas não concluídas.



Para não se preocupar: sistemas antifraude

O chargeback ocorre quando um cliente contesta uma compra realizada no seu cartão de crédito ou débito junto à sua instituição financeira, e o valor do pedido é estornado ao titular. Em alguns casos pode envolver meios fraudulentos ou má fé por parte do comprador. Nessa situação específica, a loja tem como prejuízo o produto vendido e o valor da venda.

Para ajudar a prevenir fraudes nas compras realizadas em lojas virtuais, você pode optar pela contratação de um sistema antifraudes, que por meio de uma análise automatizada e aprofundada faz o bloqueio de uma transação, quando é constatada alguma inconsistência, evitando transtornos e prejuízos financeiros ao seu negócio.



PRÓXIMO ▶

Por que utilizar um sistema antifraude?

- **Maior taxa de aprovação:** de transações legítimas, reduzindo o número de falsos positivos.
- **Menor tempo de resposta:** de forma rápida e eficiente, sem demora para o cliente.
- **Redução do chargeback:** reduz fraudes e chargebacks também.
- **Vendas mais seguras:** aumenta a segurança e a confiança dos clientes.
- **Preservação da reputação:** muitas fraudes prejudicam a reputação de uma loja virtual.



EXTRA:

Pensou em estoque, integração entre sistemas, embalagem, manuseio e envio, tudo em um só lugar? O Correios Log+ é a operação de fulfillment ideal para você.



Dê um play



Assista a live

Saiba
mais+

MENU

VOLTAR

 [correiosoficial](https://www.instagram.com/correiosoficial)

 [correios](https://www.facebook.com/correios)

 [correiosbr](https://twitter.com/correiosbr)

 [correios](https://www.linkedin.com/company/correios)



[correios.com.br](https://www.correios.com.br)

Soluções para o seu negócio.

Informações sobre celebração de contrato e atendimento comercial.

4003 8212 - Todo o Brasil (fixo e celular).

SAC - Serviço de Atendimento dos Correios

Informações sobre produtos e serviços, sugestão, elogio, reclamação e denúncia.

4003 8210 - Capitais e Regiões Metropolitanas (fixo e celular) e Demais localidades (celular)

0800 881 8210 - Demais localidades (fixo)

