



*Tenha sucesso para
vender na internet*

Anunciar

Oferecer multicanais ao cliente

Ser verdadeiro e legal

Venda pelo Facebook



Há muitas maneiras de fazer anúncios na internet: por links patrocinados (destaques do empreendimento em mecanismos de busca como Google e Yahoo) ou pelas mídias sociais (canais nos quais se pode ter uma segmentação de público-alvo mais refinada – também se paga por clique).

Título. Deve conter palavras-chave, que identifiquem facilmente e ajudem na busca do produto. Simbologismos são desnecessários;

Fotos. Devem ser variadas, mostrando todos os ângulos e detalhes dos produtos, além de estar sempre em alta resolução e de preferência com fundo branco, para destacar os produtos

Descrição. Colocar detalhes e informações técnicas do produto ofertado, aproveitando para antecipar dúvidas frequentes dos compradores;

Preço. Esse o ponto é fundamental na hora da venda. Na

Oferecer multicanais ao cliente *il é composto pelo preço do*

É muito importante facilitar ao máximo o acesso do cliente ao negócio, pois o comprador pode sentir a necessidade de contatar a loja antes, durante e depois da compra. E todos os canais precisam efetivamente funcionar. Se algum não funciona, é melhor não ter.

É necessário estar presente nas redes sociais, ter um chat ou um e-mail específico para o atendimento ao cliente, colocar o número de telefone bem visível no site. e forma bem clara, uma empresa multicanal é uma empresa que oferece aos seus clientes diversas opções de canais de compra e de comunicação. Trata-se do fato de dar ao cliente a oportunidade de realizar sua compra através do canal que lhe for mais conveniente.

*Bem, acredito que todo o conceito e a importância do multicanal tenha ficado bem claro. Agora, a questão passa a ser **como fazer a sua empresa ser multicanal.***

Como transformar a sua empresa em multicanal?

O primeiro passo é estudar e entender o comportamento do seu cliente ideal. Ou seja, entender a maneira como eles preferem realizar suas compras, quais fatores consideram decisivos para escolher entre uma empresa e outra, quais as quantidades que costumam adquirir, qual o cargo das pessoas que realizam as compras e assim por diante.

Uma vez conhecidas as respostas ligadas ao comportamento dos clientes, já é possível escolher os canais com o qual a empresa trabalhará e quais serão as abordagens utilizadas.

É importante ressaltar que ao optar por mais de um canal, a empresa deve ter o cuidado de não utilizar a mesma abordagem e linguagem em todas eles. Veja, não faz sentido ficar empurrando a mesma informação em todos os canais, cada um deles possui suas próprias características, assim como os clientes que as utilizam.

Ser verdadeiro e legal

Deve-se evitar prometer o que não se pode cumprir. Também é bom não deixar o cliente confuso, por exemplo, sobre cobrança de frete ou prazo de entrega.

Isso dará confiabilidade ao site e poderá ser fator decisivo de compra. Já em termos legais, o empreendimento deve alinhar-se às regras obrigatórias para funcionamento de lojas virtuais (nome, CNPJ, atendimento ao cliente etc.).

tendimento ao consumidor

Deve haver um canal de atendimento ao cliente de fácil acesso, seja chat, e-mail ou telefone, que facilite o envio de reclamações, questionamentos sobre contratos ou dúvidas sobre a mercadoria. O prazo para resposta estabelecido pela nova regra é de cinco dias.

O Decreto determina ainda que em todos os casos deve haver a confirmação imediata do recebimento das solicitações do consumidor,

mesmo que de forma automática. Não havendo resposta, poderão ser aplicados eventuais ônus para a empresa.

e aumentar suas vendas

O Facebook ainda é a rede social com mais usuários ativos no mundo. Só no Brasil são quase cem milhões de perfis ativos, o equivalente a 8 em cada 10 brasileiros.

Existem duas formas, basicamente, para vender pelo Facebook: a primeira é através do conteúdo, postando fotos, descrição do produto e artigos que acompanhem um link direcionando a chamada para ação (tráfego ao seu site de vendas e até mesmo a conversão propriamente dita). A outra maneira é usar um dos aplicativos existentes no mercado que promete transformar a Fan Page em uma loja online mesmo, através da configuração de uma das abas para que as vendas sejam concretizadas na própria plataforma.

Conhecer o perfil do seu consumidor é muito importante. Não estamos falando apenas de dados básicos como faixa etária, sexo ou classe social. Você precisa conhecer a fundo quem é o seu consumidor para ajudar a definir, também, qual audiência você deseja atingir. Isso significa analisar quais são as expectativas dele ao buscar

e optar pelo seu produto, o que ele gosta de

1. **Saiba o que você vai vender. O primeiro passo é consumir** – e isso não se trata apenas de produtos, mas também quais blogs ele acessa,

2. **Entenda o seu público alvo. ...**

3. **Planejamento financeiro. ...**
relacionadas ao comportamento de uma forma geral.

4. **Prepare o seu estoque. ...**

5. **Pense nas entregas.**

6. **Faça essa pesquisa e ter acesso a estas**

7. **Terça um sistema para vender.** fácil com a Internet

8. **Saiba o que você vai vender** e com as redes sociais. Depois que ele curte sua

9. **mesmo alguns comportamentais sobre este**
página, você obtém dados demográficos e até

10. **O primeiro passo é o planejamento. Que tipo de**
cliente através do Facebook Insights, ferramenta

11. **de análise de dados da rede social.**

12. **produtos que você vai oferecer? Se eles forem de**

13. **fabricação própria, você precisa ter espaço físico para**
guardar o seu estoque.

Caso queira revender, é necessário preparar uma lista de possíveis fornecedores com as características de cada um (preços, prazos, localidade).

Você também precisa saber quanto cobrar. E, para isso, a melhor estratégia é conhecer bem a concorrência, tanto no mundo físico quanto no virtual.

Você precisa, ainda, esquematizar como irá administrar o estoque de sua loja. Vai produzir uma quantidade inicial e guardar? Ou a produção irá acontecer sob encomenda? Tente descobrir como funcionará melhor para o seu tipo de negócio.

Não é preciso de grandes investimentos para começar: o comércio eletrônico tradicional, que necessita de estoque e logística redondos, não é mais a única opção para os empreendedores.

Não confie apenas na sua intuição

A primeira dica para quem quer abrir um empreendimento online é não se basear apenas em suas próprias opiniões.

Desapegue de ser o dono da verdade e, antes de abrir seu negócio, faça sessões de perguntas com potenciais consumidores e busque informações pela internet.

“O empreendedor acha que sua ideia é única, a melhor de todas, e se decepciona quando apresentamos dados do mercado. Confie em quem pagará suas contas, e não apenas em sua intuição”

Faça campanhas planejadas

Uma estratégia importante para todo negócio online é investir em campanhas em sites como o Google e redes sociais como o Facebook e o Instagram. Mas, se essa campanha não for bem planejada, seu investimento pode ir pelo ralo.

Novamente, a intuição é inimiga do empreendedor nesse caso. “Ele acha que seu público são mulheres, por exemplo, mas sua campanha tem uma conversão baixa. Isso porque essa é uma estratégia genérica: no lugar, faça várias ações com mulheres de diferentes faixas etárias e regiões”

