



GUIA DO EMPREENDEDOR:

SAIBA COMO MONTAR A SUA LOJA ONLINE

ÍNDICE

>> Introdução.....	3
>> Sobre a escolha da plataforma	4
>> Como receber pagamentos?	8
>> De olho na segurança	11
>> Captando novos clientes	13
>> Suporte aos clientes	15
>> Regras para as lojas virtuais	17
>> Conclusão	19
>> Sobre a Boxloja	21

INTRODUÇÃO



O mercado de lojas online já se tornou uma **realidade muito positiva** quando falamos do varejo brasileiro. Segundo o relatório do E-bit, o faturamento em 2014 superou a marca de R\$35,8 bilhões, somando mais de 103 milhões de pedidos. Por isso, se você está em busca de um empreendimento de sucesso com resultados escaláveis, apostar em uma **loja online** é a opção ideal.

Pensando nisso, desenvolvemos este ebook, que trata dos **principais pontos** que devem ser observados na hora de montar uma loja virtual. Se você se interessou pelo comércio eletrônico, mas não sabe qual é o caminho a seguir, confira aqui **excelentes dicas** e dê o primeiro passo rumo ao **sucesso** com as vendas online.

SOBRE A ESCOLHA DA PLATAFORMA



Ao pensar em uma loja virtual, a escolha da **plataforma** precisa ser **uma das prioridades**. Vale lembrar que existem vários tipos de sistemas para a criação das lojas virtuais como plataformas alugadas, proprietárias e open source.

Por isso, é preciso estudar bem as **opções do mercado**, entendendo qual é a ideal para o seu modelo de negócio. Para lhe ajudar, **separamos alguns critérios** que você deve considerar antes de optar por alguma plataforma:

Permitir a customização do layout

Antes de escolher a plataforma para desenvolver a sua loja, certifique-se de que ela permitirá que você opte pelo layout que tem tudo a ver com a sua marca, com a sua identidade visual e, principalmente, que esteja de acordo com as **expectativas** e **comportamento** do seu **público consumidor**.

Dessa forma, **evite** lojas que ofereçam **templates engessados**, dando preferência a plataformas mais flexíveis para layouts customizados.

Integração com diversas formas de entrega

Para que a sua loja virtual tenha sucesso é preciso que você ofereça **vários tipos de entrega** para os seus consumidores. Por isso, a plataforma precisa ter integração com o sistema de entrega dos **Correios**, considerando que ainda seja a melhor opção para entregar em todo o país.

Também é interessante que o sistema permita a definição de regras de **entrega personalizadas** para o seu tipo de negócio, caso seja necessário.

Oferecer várias opções de pagamento

Além de considerar as formas de entrega, para escolher a plataforma ideal você deve se preocupar também com os **meios de pagamento**. É essencial que a ferramenta seja integrada a intermediadores de pagamento, a bancos para emissão de boleto bancário e permita, por exemplo, o **depósito** ou a **transferência**.

Quanto **mais opções de pagamento** forem oferecidas aos consumidores, menor a chance de eles desistirem de uma compra.

Deve ser fácil administrar os seus pedidos

A **forma de gerenciar** os pedidos da sua loja virtual também deve ser um fator decisivo na hora de escolher a plataforma certa. Busque um sistema que permita uma **visualização geral** de todas as informações de forma integrada, em um só lugar e sem complicações.

Além disso, é importante que a plataforma permita que você **ajuste preços**, mude o status dos pedidos manualmente, **redefina os prazos de entrega**, ofereça descontos, entre outras ações essenciais para o comércio eletrônico.

Flexibilidade no cadastro de produtos

Uma boa plataforma lhe dará **opções flexíveis** para cadastrar os produtos de sua loja, por isso, analise este ponto com cuidado antes de escolher a **melhor ferramenta**. Dependendo do **nicho** em que você atuar, você deve ter a opção de inserir tabela de medidas, por exemplo, assim como variações de cor, tamanho, entre outras.

Se você tiver todos os produtos cadastrados em uma planilha ou em um sistema ERP, a plataforma deve permitir que você importe-os, sem precisar recadastrar um por um. Outra funcionalidade importante na hora de pensar o cadastro dos produtos é a **alteração de preços** de acordo com **especificidades**, como por exemplo atacado e varejo, quantidade mínima, promoções, etc.

Disponibilidade e eficiência no suporte técnico

Na hora de escolher a plataforma para a sua loja virtual você não deve se prender somente às funcionalidades. **Busque mais informações** sobre o suporte técnico, a disponibilidade da empresa em lhe ajudar nos

aspectos técnicos de configuração, esclarecimento de dúvidas e solução de eventuais problemas. Além disso, a política de suporte deve ser **clara** e **bem definida** no momento de contratação da plataforma.

Considere também os custos

Qual será o valor para iniciar o projeto de desenvolvimento da sua loja online? Existe alguma mensalidade para manutenção e suporte? Essas e outras perguntas também devem ser respondidas na hora de escolher a plataforma para sua loja virtual. Escolher uma empresa que esteja **dentro do seu orçamento** será a melhor opção para evitar dores de cabeça.

COMO RECEBER PAGAMENTOS?



O processo de pagamento em lojas virtuais é diferente do mercado convencional. Por isso, é importante **ficar por dentro** dos processos e especificidades. **Confira a seguir** os principais e mais indicados métodos de pagamento disponíveis para **vender online**:

Intermediador de pagamento

Os principais intermediadores de pagamento com cartão de crédito são o **PagSeguro**, o **Paypal**, o **B!Cash**, o **Mercado Pago**, o **Moip** e a **Akatus**. Por isso, a sua plataforma de e-commerce deve ser integrada a esses sistemas para que você **ofereça várias opções** e garanta que não vai perder vendas.

Vale ressaltar que os intermediadores são responsáveis por garantir a **segurança das transações**, além de permitir que o lojista receba integralmente o que o consumidor pagou de forma parcelada, entre outras vantagens. Para isso, contudo, os intermediadores costumam cobrar algumas taxas que variam de acordo com a empresa. Por isso, recomenda-se a **consulta prévia** desses valores com o intermediador que você for utilizar no seu negócio.

Boleto bancário

Alguns clientes não trabalham com pagamento via cartão de crédito, por isso, não deixe de oferecer outras opções para eles. O **boleto bancário** é uma excelente alternativa, pois além de permitir que o cliente pague com dinheiro, você pode oferecer diversas condições especiais de **desconto**, por exemplo. Você recebe o valor mais rápido do que quando o consumidor paga com cartão e ainda pode definir estratégias de preço e promoções diferenciadas, garantindo a **satisfação do seu cliente** virtual.

Depósito em conta

Este método de pagamento ainda não é muito difundido no comércio eletrônico brasileiro, porém, dependendo do nicho de atuação do seu negócio, **vale a pena investir**. Como funciona? O cliente fará um depósito ou transferência bancária e enviará o comprovante para o lojista, que deverá conferir o sucesso da transação e, só então, enviar o produto.

O depósito em conta é uma boa alternativa para pagamentos em tempo real, ideal para **produtos de grande valor**, por exemplo. Vale dizer que a sua plataforma deve oferecer uma integração plena para essa funcionalidade, garantindo **segurança** e **transparência** durante todo o processo.

Pagamento na loja física

Essa é uma modalidade relativamente nova, mas que está fazendo **muito sucesso** no comércio eletrônico. Como temos, cada dia mais um consumidor **omni-channel**, que é aquele que visualiza na loja virtual para efetuar a compra na loja física, ou vice-versa, é essencial que você pense omni-channel também nos seus meios de pagamento. Por isso, se você possui um **negócio offline** com uma loja física, ofereça também a opção de pagamento na loja, que seja válido para a loja virtual também. É essencial que este **processo** seja totalmente **integrado**, evitando problemas de sincronização de dados ou de informação.

Você pode aproveitar esta opção de pagamento para oferecer também a opção de **compra virtual, pagamento e entrega** na **loja física**. Vale analisar se este tipo de modelo vale a pena para seu e-commerce.

DE OLHO NA SEGURANÇA



Dentre os fatores mais importantes para um e-commerce de sucesso, a **segurança** merece um destaque especial. Por isso, separamos alguns elementos que você deve destacar para garanti-la e **deixar claro que se preocupa** com isso para o seu cliente:

Invista nos selos de segurança e certificação

O **certificado digital SSL** é muito importante para garantir a segurança e a confiabilidade de todas as transações ocorridas na sua loja virtual. Contudo, saiba que não bastará ter o certificado na sua loja virtual e não deixá-lo visível. Por isso, deixe um espacinho na sua página reservado para expor os **selos de segurança** e **certificação**.

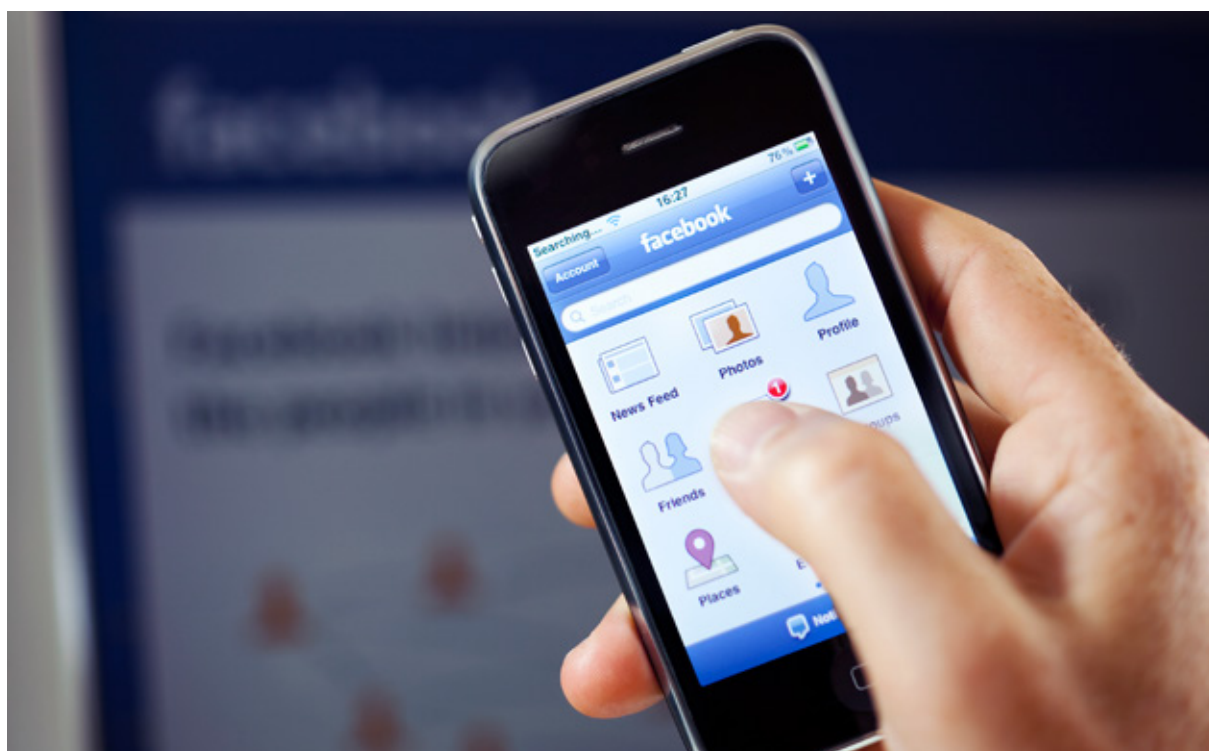
Deixe os dados da sua empresa à vista

Disponibilize os dados da sua empresa como **CNPJ**, **razão social**, **endereço da sede**, caso possua, entre outros. Até mesmo o fato de ter um telefone para contato que não seja um 0800 já garantirá maior sensação de segurança para o seu público consumidor.

Política e termos da loja virtual

Reserve também uma **seção especial** na sua loja virtual para expor as **políticas** de **compra**, **troca** e **pagamentos** de forma clara e transparente, bem como os termos de serviço da sua loja online. Quando você deixa claro para o seu **consumidor** que conhece e respeita os direitos dele, ele se sente mais **seguro** para comprar com você.

CAPTANDO NOVOS CLIENTES



Depois de escolher a plataforma, investir nos meios de pagamento e entrega, prezando pela qualidade dos serviços e produtos, está na hora de **captar novos clientes** para o seu **e-commerce**. Para isso, aposte em algumas ações de marketing e trace um caminho assertivo rumo ao **sucesso do seu negócio online**.

Aumente a sua base de contatos

Se algum consumidor visitou a sua loja, isso quer dizer que de alguma forma ele já é um **potencial cliente**. Por isso, você deve captar o seu contato e inseri-lo em sua base de e-mails. Para isso, ofereça **cupons de desconto**

para cadastramento em newsletters ou algum outro **benefício** para que ele forneça o e-mail à sua loja. Aumentar a sua base para alimentá-la posteriormente é o **primeiro passo para vender mais e melhor**.

Invista em e-mail marketing e newsletter

Além de aumentar a base é preciso investir em **campanhas eficientes** de e-mail marketing e newsletter. Segmente a sua base de contatos por gênero, região ou outros critérios que forem relevantes para o seu negócio e **trace estratégias personalizadas** de promoção digital. Uma dica de ouro é: não fale só de você. Não fique naquela de mandar somente produtos, promoções ou dados que deixem claro o quanto sua loja virtual é maravilhosa. Envie também **conteúdos interessantes**, que atraiam a atenção do consumidor para sua loja da forma correta, com conteúdos que tenham afinidade às vontades dele.

Aposte nas redes sociais

Não deixe de ter uma fanpage, um perfil no Instagram ou mesmo uma conta no Twitter. A regra de não falar só de você também se aplica, por isso, use a lógica do 80/20: falando **80%** sobre assuntos que são de **interesse do seu público** e apenas **20%** sobre **o que você vende**. Cabe dizer que você não precisa estar presente em todas as redes, mas deve escolher de acordo com a resposta à pergunta: **“onde o meu público está?”**.

Invista em links patrocinados

Campanhas de **links patrocinados** são uma excelente forma de direcionar o público que busca na internet o que você vende direto para a sua loja virtual. Contudo, tenha um planejamento minucioso para não desperdiçar dinheiro tentando alcançar o público errado.

SUPOORTE AOS CLIENTES



O pós-venda também é muito importante para garantir bons resultados em sua loja online. Por isso, **capacite sua equipe** ou prepare-se para dar um **atendimento** nada menos do que **excelente** para o seu consumidor.

Prepare-se para tirar dúvidas de forma clara e paciente, esteja **sempre disponível** e seja muito cortês. Vale ressaltar que estar disponível não quer dizer que você estará 24hs do dia, 7 dias da semana online, respondendo a todos os e-mails, interagindo nas redes sociais ou mesmo

em um chat da loja. Isso significa que você **nunca deixará um cliente sem resposta**, que entrará em contato com ele o quanto antes e que será solícito para resolver problemas.

Focar no **atendimento de qualidade** garantirá a satisfação, lembrando sempre que um cliente satisfeito tem grandes chances de comprar novamente, de falar bem de você para sua rede de amigos e assim se tornar a sua melhor propaganda. Por isso, sempre acompanhe de perto o **grau de satisfação** do seus clientes, fique de olho no atendimento que está sendo dado a eles, como as dúvidas são sanadas e os **problemas resolvidos**.

REGRAS PARA AS LOJAS VIRTUAIS



Assim como no comércio tradicional, o **direito do consumidor** deve ser respeitado pelas empresas que atuam no comércio eletrônico. Além disso, existem alguns pontos específicos que regulamentam a relação entre os lojistas online e os e-consumers. Para não enfrentar problemas com as regras e leis das lojas online, é preciso ficar de olho nas **obrigações e deveres** para com o mercado e para com os clientes.

Para ficar por dentro da lei, vale conhecer e entender bem a fundo o **Decreto nº 7962/2013**, que veio complementar o **Código de Defesa do Consumidor**, especificando as obrigatoriedades do e-commerce. Seguem então alguns pontos de destaque:



Todas as **informações** precisam ficar **muito claras** para o consumidor, por isso, o lojista virtual deve se preocupar com a descrição dos produtos ou qualquer outro elemento que descreva-os;



Os **dados** sobre a loja devem ficar **claros** e **posicionados no topo ou rodapé** da página: razão social, CNPJ, endereço da sede, entre outros;



Qualquer **taxa adicional** deve ser **especificada** na página do produto — não vá deixar o frete escondido somente para o checkout;



O cliente deve ter acesso ao **status do pedido** de forma simples e rápida;



É preciso oferecer pelo menos **1 canal de comunicação direta** entre o cliente e a loja, seja um chat, telefone ou e-mail;



Não é obrigatório responder o cliente em 24hs, mas é preciso **não deixá-lo sem retorno**;



O cliente fica resguardado pelo direito à desistência de compra, podendo devolver o produto comprado em até 7 dias sem ônus. Além disso, o **frete de devolução** deve ser **bancado pelo lojista**.

CONCLUSÃO



Para garantir que a sua loja virtual será um sucesso, **comece escolhendo a melhor plataforma**, considerando o que o seu negócio precisa, o que o mercado tem a oferecer e o que está dentro da sua realidade no momento. Lembre-se também de **priorizar a flexibilidade** e a **parceria**, contando com uma empresa desenvolvedora que dê suporte e total respaldo em todos os processos.

Invista nos **melhores produtos**, diferencie-se dos concorrentes e não deixe de divulgar o seu negócio. Esteja **presente nas redes sociais**, mas o faça com bom senso e qualidade. Tenha em mente também que o importante é que você adote as **melhores práticas do mercado**, ofereça um bom atendimento ao seu consumidor, potencial cliente ou mesmo a

qualquer curioso que esteja de passagem em sua loja virtual. Você será lembrado como um **e-commerce que respeita o cliente e o mercado**. Para isso, não deixe também de garantir a segurança das transações da sua loja, **protegendo as informações dos seus clientes** e garantindo que não haja nenhum problema com o quesito financeiro.

Aproveite nossas dicas, mãos à obra e boas vendas.



A [Boxloja](#) é uma plataforma de loja virtual descomplicada, voltada para micro e pequenas empresas. Seus principais recursos são a facilidade de uso, o controle de estoque inteligente, diversos relatórios gerenciais, frente de loja com layout personalizável com suporte a dispositivos móveis, páginas otimizadas para o Google com URL amigável e loja virtual no Facebook.



Acesse www.boxloja.com