



Dicas para um e-Commerce bem sucedido

Comércio Eletrônico ou e-Commerce

O que é? Como funciona?

A LocaWeb responde!

Pensando nas dúvidas mais freqüentes de clientes E Parceiros sobre comércio eletrônico, a LocaWeb desenvolveu este "guia" que explica o que é, como funciona e como obter o melhor resultado neste novo mercado/canal de vendas e, sobretudo, como estruturar o seu e-Commerce de forma segura e eficaz.

• VOCÊ SABE O QUE É COMÉRCIO ELETRÔNICO?

E-Commerce provém de "Electronic Commerce", que em português significa "Comércio Eletrônico" - termo usado para identificar um sistema comercial montado por uma empresa para atender aos seus clientes através da internet.

Com uma estrutura de vendas por Comércio Eletrônico você poderá ter mais tempo para se divertir, ficar com a família, viajar ou mesmo continuar trabalhando em seu atual emprego e desenvolver uma segunda fonte de renda. Isso é possível porque com o Comércio Eletrônico a sua loja estará no ar 24 horas por dia, 365 dias por ano, vendendo por você!

Tudo o que você precisa para ser bem sucedido em Comércio Eletrônico é preparar-se e planejar cuidadosamente seu negócio. Isso significa:

- Escolher um bom nicho entre as oportunidades de negócios existentes na internet hoje;
- Montar um plano estratégico para seu negócio;



- Montar uma Loja Virtual que seja atraente e eficaz em transformar os seus visitantes em clientes;
- Divulgar sua loja na internet por meio dos conhecidos sites de busca;
- Estabelecer relacionamento duradouro e gerador de vendas através de e-Mail Marketing (Mala Direta) e Newsletter (informativo) com clientes.

E o melhor disso tudo é que todo o conhecimento necessário para montar um negócio vencedor está aqui, à sua disposição, no "Guia de Comércio Eletrônico – LocaWeb"!

O comércio pela internet já consagrou-se como um canal alternativo de vendas, caracterizado pela facilidade e conveniência da compra. É também uma forma barata de aumentar a exposição da sua marca e suas vendas. Em alguns casos, pode ser o único canal de vendas, como na Amazon.com e no Submarino.

No Brasil, o processo de conhecimento e credibilidade do Comércio Eletrônico amplia à medida que se divulgam boas experiências de compra. Hoje são mais de 9,5 milhões de e-consumidores, com acréscimo de 2,5 milhões de novos compradores com relação ao ano de 2006.

As principais preocupações dos consumidores são quanto a prazos de entrega e segurança das transações pela internet; em contrapartida, alguns fatores estão levando as pessoas a comprarem mais pela internet, mudando assim aquele comportamento tradicional de comprar nas lojas físicas: a conveniência da compra on-line, principalmente em grandes cidades e aquelas mais afastadas dos centros distribuidores; e a economia de recursos, uma vez que, invariavelmente, o preço dos produtos adquiridos na Internet é menor do que o preço praticado nas lojas físicas e existe também a facilidade nas pesquisas de preços e comparação dos produtos. Juntos, esses fatores representam uma motivação para as compra on-line.

COMÉRCIO ELETRÔNICO NO BRASIL

- 2005 – faturamento de R\$ 2,5 bilhões
- 2006 – faturamento de R\$ 3,9 bilhões
- 2007 – faturamento de R\$ 6,3 bilhões
- 2008 – faturamento esperado de R\$ 8,8 bilhões



• O QUE É UMA "LOJA VIRTUAL"?

Imagine uma loja convencional, como as de rua ou de shopping, só que esta funciona "virtualmente" na internet, acessível pelo seu computador, de qualquer parte do mundo. Uma loja virtual nos permite comercializar produtos e serviços pela internet de maneira prática e rápida com catálogos de diversos produtos, capacidade para cadastro de clientes, cálculo de frete para envio e controle de pagamentos on-line. É ideal para empresas e profissionais que desejam realizar vendas diretamente pela internet, apresentando seus produtos e serviços de forma completa, clara e objetiva, possibilitando aos visitantes do site maior agilidade na aquisição dos mesmos.

Benefícios:

- Serviços totalmente integrados;
- Diversas formas de pagamento on-line disponíveis para seus clientes;
- Acompanhamento integral da compra;
- Emissão de cupons de desconto para um determinado cliente, grupo de clientes ou produtos;
 - Sistema de entrega SEDEX (ECT) já integrado, facilitando a vida na entrega dos seus produtos.

• O QUE PRECISO PARA TER UMA LOJA VIRTUAL?

Antes de ser virtual, sua empresa precisa ser real. O procedimento é padrão para qualquer empresa:

- Escolha de um nome
- Escolha de um segmento de atuação
- Registro na Junta Comercial
- Obtenção de um CNPJ e Inscrição Estadual

Uma boa fonte de informações é o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE (www.sebrae.com.br).



• QUAIS OS MEIOS DE PAGAMENTO DISPONÍVEIS?

Milhares de lojas virtuais já utilizam o serviço de Comércio Eletrônico da LocaWeb. São micro, pequenas, médias e grandes empresas beneficiadas pela rapidez, segurança e conforto das transações on-line*.

Seus produtos e/ou serviços poderão ser comercializados através de:

- Boleto Bancário via Internet
- Visanet (Cartões Visa)
- Redecard (Cartões Mastercard e Diners)
- American Express (Cartões American Express)
- Itaú Shopline
- Pagamento Fácil Bradesco
- BB Office Banking do Banco do Brasil
- Clique Pague Unibanco

*** Necessário possuir contrato de uso de serviço, ou ser filiado junto à instituição financeira ou operadora de cartões de crédito.**

IMPORTANTE: Este serviço contempla apenas uma configuração para cada meio de pagamento disponível. Caso a loja necessite de mais de uma configuração de um mesmo meio de pagamento citado acima, é necessário que contrate um novo serviço de comércio eletrônico.

• COMO POSSO DIVULGAR MEUS SERVIÇOS E/OU PRODUTOS PELA INTERNET?

A LocaWeb conta com diversos recursos de marketing disponibilizados para suas soluções de e-Commerce, tais como:

- Newsletter – mala-direta (jornal, informativo) para clientes e visitantes cadastrados em sua loja;
- Estatística dos acessos – controle total das visitas realizadas à sua loja*.
- Indique Site - para seus clientes divulgarem o seu endereço;
- Indique Produto - para seus clientes indicarem um produto a um amigo.

*** Disponível para clientes que possuem plano de hospedagem contratado junto à LocaWeb.**



Newsletter (mala-direta por e-mail)

Utilizado para enviar aos clientes e visitantes novidades, ofertas e promoções da sua loja. É a ferramenta ideal para a fidelização de seus clientes, pois é direcionada diretamente ao e-mail do usuário, estabelecendo, assim, um contato mais próximo a seus consumidores.

Benefícios:

- Administração total;
- Painel de controle para cada usuário gerenciar a própria inscrição;
- Permite a utilização de qualquer modelo de Newsletter;
- Envio de mensagens em HTML ou texto;
- Sistema de edição online da Newsletter;
- Possibilidade de personalizar as Newsletters com nome do usuário;
- Gerenciamento completo dos usuários.

Indique o site

É um recurso de recomendação de sites. Com ele, os visitantes da sua loja poderão indicá-la para outras pessoas, em um eficiente marketing "boca-a-boca". O marketing de recomendação é o mais valioso que existe, pois é feito por uma pessoa conhecida e tem muito mais credibilidade do que qualquer anúncio que se possa fazer.

Indique um produto

É um recurso de recomendação de produtos. Com ele, os visitantes da sua loja poderão indicar a um amigo um produto que seja de interesse ou recomendação.



Estatísticas de Acesso (via Urchin)

Medição da audiência de visitas de sua loja: ferramenta que indica quantas vezes o seu site foi acessado, disponibilizando relatórios estatísticos. Esta ferramenta já está integrada ao código de cadastro da sua loja junto à LocaWeb.

Benefícios:

- Análise completa de visitas da sua loja;
- Relatórios estatísticos de alto valor estratégico-gerencial;
- Simples de manusear e entender.

• COMO FAÇO PARA CONTROLAR MINHAS VENDAS PELA INTERNET? O QUE É UM CATÁLOGO ELETRÔNICO?

O catálogo eletrônico é um recurso onde você pode determinar que suas vendas pela internet sejam realizadas apenas por clientes já cadastrados em sua loja. Como administrador você pode liberar ou não um cliente para ver preços e efetuar pedidos em seu catálogo eletrônico.

Através desta ferramenta, todas as informações de seus produtos e/ou serviços são armazenadas em uma única base de dados que pode ser alterada de forma rápida, sem necessidade de treinamento prévio.

Principais características do Catálogo Eletrônico:

- Controle de estoque dos produtos cadastrados;
- Organização do catálogo de produtos;
- Aceitação das principais formas de pagamento do mercado;
- Serviço de ajuda e suporte ao usuário;
- Controle do status dos pedidos efetuados;
- Emissão de relatórios de acompanhamento dos pedidos;
- Manutenção do cadastro de usuários;
- Histórico completo de vendas com relatórios;
- Carrinho de compras;
- Cálculo automático das despesas de envio.



Além das compras reais faturadas, você também acompanha as compras “negadas” e os motivos para que isto tenha acontecido.

- **A INTERNET É REALMENTE UM CANAL VIÁVEL DE VENDAS?**
- **QUAIS BENEFÍCIOS O E-COMMERCE OFERECE, QUE UMA FORÇA DE VENDAS ATUANTE E BEM TREINADA NÃO POSSA ME OFERECER?**

Vejamos algumas características de um comércio eletrônico:

- A internet é um setor abrangente e atraente;
- A concorrência é acirrada, e a busca por um diferencial para seu serviço se torna importantíssima;
- O conceito de fidelização de clientes é fundamental;
- Embora o faturamento da sua loja virtual possa ser alto, é importante trabalhar os conceitos de gerenciamento de negócios.

● **QUEBRANDO PARADIGMAS**

1º Paradigma: **TECNOLOGIA e INFORMAÇÃO**

Será que clientes localizados no Amazonas poderão acessar minha loja virtual, hospedada aqui em São Paulo, na LocaWeb? Há suporte tecnológico possível para “integrá-lo” a minha carteira de clientes?

Sim. Em recente pesquisa realizada junto a clientes nessa posição, verificou-se que o grau de informatização dos clientes não é mais um problema: clientes têm o hábito de usar a internet, com mais frequência que imaginamos.

Quanto ao suporte tecnológico, fique tranquilo! Sua loja está hospedada na empresa líder em seu segmento de mercado: LocaWeb - Serviços de Internet. Atualmente, a LocaWeb hospeda mais de 3.500 lojas virtuais; com equipe técnica capacitada para atender aos clientes 24 horas por dia, 365 dias por ano.

2º Paradigma: **VOLUME x QUALIDADE**

Tenho que atingir todos os meus clientes para obter rentabilidade nesse canal?

Não necessariamente. Várias empresas acabam confundindo volume com qualidade. É preferível que 10 clientes que compretem visitem seu site do que 100 que não compretem. Estabelecer metas do tipo "atingir 5 mil clientes em 1 ano", neste caso, não se aplicam.



3º. Paradigma: DISPONIBILIDADE, CONECTIVIDADE

Tenho que oferecer disponibilidade completa, 24 horas por dia, do meu site de vendas na internet? Isso faz diferença para o meu cliente?

Um grande diferencial perceptível por todos que utilizam a internet é a disponibilidade das informações, o acesso ao site. Mais do que oferecer serviços ou produtos, o site deve contar com uma taxa altíssima de disponibilidade*. Outro ponto de grande valor é a confiabilidade. Ser um canal de confiança. Sendo assim, o site pode ter poucas funcionalidades, mas deve estar disponível e ser confiável.

***Para atender adequadamente a todos os seus clientes, a LocaWeb tem procedimentos que foram estabelecidos durante seus anos de aprendizado, e que continuam sendo aprimorados para garantir o mínimo de 99,5% de disponibilidade, além de possuir 9 Gbps (9000Mbps) de conectividade incluindo links com Telefônica e Portugal Telecom.**

4º. Paradigma: INTERNET: CANAL DE VENDAS BARATO?

Economizarei dinheiro vendendo meus serviços e/ou produtos pela internet?

Quem imagina que a internet vai substituir todo um canal tradicional de vendas, engana-se redondamente. Isso depende diretamente de outras variáveis, tais como produtos, cultura do setor, pessoas, etc. A internet pode ser um canal de menor custo (esqueçamos por um instante o custo de implementação), mas de nada adianta se o cliente coloca o pedido e depois tem que ligar para a empresa para confirmá-lo ou saber detalhes sobre o processo de envio.

5º. Paradigma: EXISTE FORÇA DE VENDAS PELA INTERNET?

Depende da sua estratégia, a idéia é modificar o perfil de atuação do vendedor, ele deve se transformar, passar de um "tirador de pedido" para um consultor de vendas, visando ao aumento de market share (participação de mercado) e customer share (captação de clientes). Como tratamos de pessoas, não existem formas lógicas, perfeitas e racionais para lidar com isso.

Quando se está ciente da quebra desses paradigmas, entendemos que a implementação de uma iniciativa de venda pela internet tem mais chances de sucesso.



Citamos abaixo alguns pontos de grande importância que devem ser considerados:

● **METAS X INICIATIVAS DE VENDAS**

Invista tempo em conhecer bem os seus clientes. Segmente-os quanto a tamanho, faturamento, frequência de compra, região, nível tecnológico, interesse, etc. Defina metas para cada grupo identificado e priorize campanhas de divulgação. Utilize o sucesso em um determinado segmento para alavancar a iniciativa nos segmentos seguintes.

● **FUNCIONALIDADE, PRATICIDADE, AGILIDADE**

Junto com a campanha anterior, defina o que é prioritário para os seus clientes em termos de funcionalidade. Você pode estar se preocupando demais em oferecer um catálogo de produtos colorido, quando na verdade o que o seu cliente procura é apenas uma forma rápida e prática de copiar o pedido do mês anterior, sem ter que digitá-lo novamente.

Descubra qual a informação mais importante para o seu cliente. Se for a data de entrega do seu pedido, trate de torná-la facilmente visível para ele no site. Caso contrário, ele vai continuar ligando para o vendedor para saber quando a mercadoria chegará. Entre um site "bonito" e outro "funcional e confiável", opte pelo segundo.

● **ACOMPANHAMENTO**

Toda iniciativa deve ser acompanhada e medida. Vários clientes que conhecemos implementam iniciativas de internet e não se preocupam em efetuar medições sobre a atividade no site. Algumas companhias utilizam pesquisas on-line para responder mais rápido às necessidades do cliente. É uma corrida para tornar o consumidor fiel e evitar perdê-lo para o concorrente.

● **RELACIONAMENTO COM CLIENTES**

Utilizando a internet como canal de vendas, devemos pensar em iniciativas para estreitar nosso contato e o relacionamento com o cliente. Por exemplo, se o seu pedido sempre é feito no dia 10 e segue um padrão, por que não pensar em um planejamento para os próximos 03 ou 06 meses, facilitando a sua vida e a de seus clientes? Existe alguma forma melhor para integrar nossos serviços? Um bom exemplo seria o monitoramento de estoques, evitando que seu cliente queira adquirir um produto e/ou serviço disponível para venda no seu site e, infelizmente, indisponível para entrega.



- **CAMPANHAS PARA E-COMMERCE (via e-mail)**

Através de campanhas promocionais via e-mail é possível:

- Avaliar a efetividade de campanhas para produtos ou serviços específicos, identificando características dos grupos de clientes envolvidos;
- Obter a diferenciação entre os clientes que chegam a uma mesma seção do site, conseguindo avaliar a efetividade por segmento de cliente;
- Comprovar quais clientes utilizam as promoções enviadas pelos e-mails e quem as ignora. Isso nos permite limpar/filtrar a base de dados da loja para o público que realmente está interessado nestas informações. Ou ainda, favorecer com promoções especiais o grupo que efetivamente lê seus e-mails e acessa o site, através dos mesmos.

- **SEGURANÇA, SITES SEGUROS**

A LocaWeb implementa todas as políticas de segurança necessárias para que seu Comércio Eletrônico funcione adequadamente, permitindo registro do tráfego de suas páginas seguras e seus serviços associados, sem interferir na navegação normal dos seus clientes.

- **RELATÓRIOS AUTOMÁTICOS**

Se seu tempo não lhe permitir acessar de maneira permanente suas estatísticas para revisá-las ou agilizar os processos diários de análise, você poderá receber automaticamente relatórios estatísticos referentes ao funcionamento do seu comércio eletrônico. É importante ter tempo para analisá-los, pois certamente encontrará informações importantes para tomada de decisões estratégicas para seus negócios.



O que é a "Loja-Exemplo" da LocaWeb? Como funciona?

Tudo fica melhor quando funciona de um jeito simples e integrado. Este é o objetivo por trás da "Loja-Exemplo" desenvolvida pela LocaWeb.

Todas as informações mais importantes para sua empresa (clientes, produtos, vendas, orçamentos, suporte, e-mails, etc.) reunidas em um mesmo lugar: Loja-Exemplo da LocaWeb. Uma experiência inovadora no mercado, colocando **VOCÊ** no controle, na gestão integral do seu negócio na internet.

Sua empresa com segurança na internet, só na LocaWeb!

É simples e você mesmo pode montar sua própria loja.

Conheça agora a "Loja-Exemplo" da LocaWeb, desenvolvida especialmente para você, acesse <http://www.lojaexemplo.com.br>

IMPORTANTE: Seu e-Commerce não é simplesmente uma "vitrine", é também um instrumento para melhorar a comunicação, otimizar a gestão de produtos e serviços e aumentar suas vendas.

Escolha a tecnologia para desenvolver sua loja, com total autonomia para configurá-la. Caso necessite de auxílio no processo de desenvolvimento, a LocaWeb disponibiliza aos seus clientes uma loja pronta, com todos os recursos necessários para funcionamento: a "Loja-Exemplo" da LocaWeb.

Faça o download da Loja-Exemplo e dos Guias de Implementação.

Caso necessite de ajuda profissional para desenvolvimento ou manutenção de sua loja/site, consulte nossa lista de desenvolvedores.

- <http://site.locaweb.com.br/desenvolvedor/desenvolvedor.asp>



VOCÊ SABIA?

A LocaWeb tem por um de seus principais objetivos explicar e familiarizar pessoas e empresas com o ambiente da internet, e para isso traz para seu conhecimento algumas informações importantes deste mercado:

A FORÇA DO E-COMMERCE

Segundo a E-Consulting e a Camara-e.net as lojas virtuais no Brasil tiveram um aumento de 29% na compras pela internet, o que levou as vendas no varejo on-line ao patamar de 5,74 bilhões de reais no primeiro trimestre de 2008, considerando setores como bilhetes e serviços de turismo, venda de automóveis e leilões.

Em síntese, o e-Commerce já é grande e caminha para se tornar cada vez mais representativo como canal de comercialização. Nos Estados Unidos as vendas pela Internet devem crescer em torno de 20 a 30 bilhões de dólares até 2012, segundo pesquisas da Forrester Research e JupiterResearch. Em 2007, houve um crescimento de 21% sobre o ano de 2006, sem contar o setor de turismo. Segundo a Forrester, as lojas virtuais ainda enfrentam a preferência dos consumidores pelas lojas físicas, embora 88% dos consumidores mundiais afirmam que já compraram algo através da internet. Estima-se que no período de 2007 a 2012 as vendas através das lojas físicas devem aumentar em 2,6%, enquanto nas vendas online devem aumentar em torno de 14%.

O CONSUMIDOR É O GRANDE VENCEDOR

A internet possibilita ao consumidor mais informação sobre produtos e mercado, o que gera maior poder de barganha. As pesquisas indicam que um percentual expressivo de pessoas que se dirigem ao balcão de uma loja já sabe exatamente o valor do produto no mercado e quanto estão dispostas a pagar por ele.

Em pesquisas realizadas, os livros foram os itens mais comprados, totalizando 41% de produtos, seguidos pelo setor de vestuários, acessórios e calçados, com 36%; setores como turismo, vídeos, DVDs e jogos, ficaram em 24%; e os eletrônicos 23%. A categoria que mais cresceu nos últimos anos foi a de vestuário, acessórios e calçados, que passou de 20% para 36%.

Podemos dizer que mais de 50% dos internautas são fiéis às compras em um site que possuem conhecimento e estão familiarizados com ele, entre eles existem compradores que usam recomendações pessoais para escolher uma loja virtual. Uma outra parte destes consumidores preferem motores de busca ou navegou para encontrar um portal.



Outro dado interessante é que muitas vezes o consumidor levanta informações sobre um determinado produto na internet, vai até a loja para conhecer e analisar o produto e volta para a internet para comprar na loja virtual que estiver oferecendo o melhor preço naquele momento.

As armas da loja virtual são: comodidade e menor custo na transação; a força da loja tradicional é a possibilidade do cliente observar melhor e "sentir" o produto. Em paralelo à competição, existe também a colaboração: as lojas tradicionais que realmente oferecem valor ao cliente recebem cada vez mais visitantes atraídos por meio do canal internet.

NÃO ESTAR NA INTERNET É MORRER LENTAMENTE

As empresas que não derem a importância devida ao seu comércio eletrônico podem estar cometendo suicídio. E isso é válido não somente para as empresas de varejo.

O comércio eletrônico é cada vez mais a porta de acesso às empresas. É onde ela fortalece sua identidade, consolida sua marca, interage com clientes e fornecedores e vende seus produtos. Um site inútil sugere ao consumidor a existência de uma empresa "fraca", e o concorrente estará sempre à espreita, à distância de um clique no mouse.

Muitos já estão ganhando dinheiro com o e-Commerce; você também pode vender seu produto ou serviço com sucesso na Internet.

Amplie seu negócio e seus lucros investindo apenas R\$ 60,00/mês!



CONHEÇA O COMÉRCIO ELETRÔNICO DA LOCAWEB

MAIS DE 3.500 LOJAS HOSPEDADAS NA LOCAWEB!

- EXCLUSIVO: 0% de taxas sobre transações! Com R\$ 60,00/mês você garante número ilimitado de transações. Não importa a quantidade de boletos emitidos e nem pagamentos realizados com cartões de crédito, você paga apenas sua taxa fixa mensal, sem nenhum adicional por transação, para até 5.000 transações mensais (excedido este limite, passará a ser cobrado R\$ 0,05 por transação).

- SOLUÇÕES COMPLETAS: Formas de pagamento disponíveis nas plataformas Windows e Linux. Gateway LocaWeb 100% compatível com o das Operadoras de Cartões de Crédito.

- SUPORTE INTEGRAL: Profissionais experientes e capacitados realizam interface entre clientes e Operadoras de Cartões. Suporte total* na escolha dos serviços adequados ao seu negócio, acompanhamento de todo processo de implementação/homologação do sistema.

***O suporte LocaWeb para clientes do Comércio Eletrônico destina-se ao auxílio nas configurações dos meios de pagamentos. Não há auxílio quanto a desenvolvimento ou implementação da Loja-Exemplo.**

A LocaWeb deseja sucesso em suas iniciativas!
