

PUBLICOU SUA LOJA VIRTUAL?

O TRABALHO ESTÁ APENAS COMEÇANDO.



ÍNDICE

Introdução	04	
Foco na 1ª Venda	05	
Na Prática: Como trazer acesso para o meu site?	06	
		○ Otimizando a página de detalhes dos seus produtos 06
		○ Invista em Google Adwords 08
		○ Esteja presente nas redes sociais 09
		○ Faça promoções criativas 10
		Quando o apelo é o desconto 10
		Utilize datas comemorativas com criatividade 10
		Não faça conteúdo que não tenha relação com seu negócio 12
		Pesquise bastante 12
		Faça postagens moderadas 13
		Facebook Ads 13
Como saber se as vendas estão compatíveis com minhas visitas	14	
		○ Revise a usabilidade do seu site 14
		○ Compare seus preços 15
		○ Ouça seu cliente 15

ÍNDICE

Link Building

16

- Como conseguir links 16
- Como fazer link building de forma segura? 17
 - Blog 17
 - Campanhas baseadas em desconto 17
 - Landing Page 18
 - Redes Sociais 19
- Jamais compre links 19

Conclusão

20

Créditos

21

INTRODUÇÃO

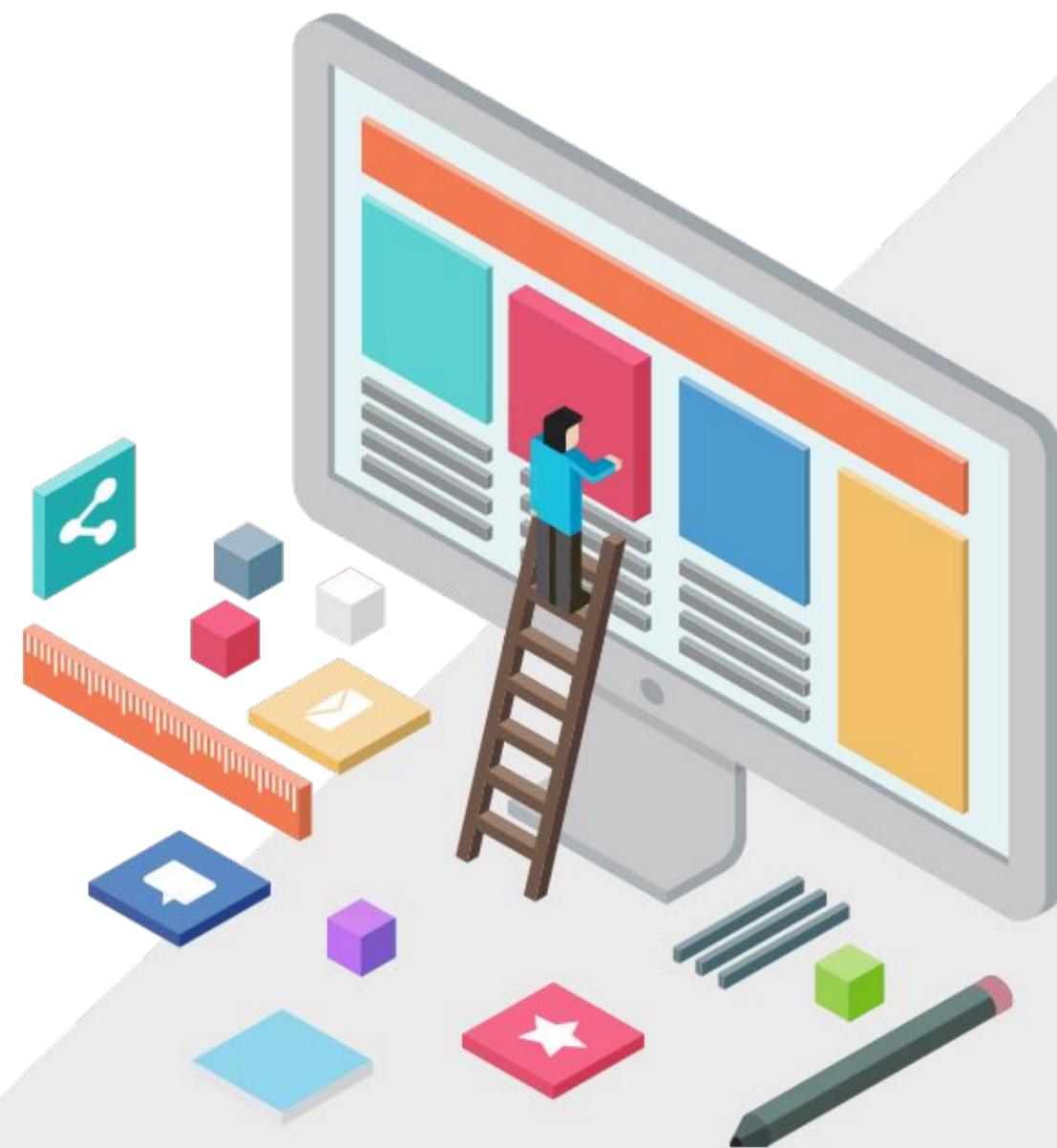
Você trabalhou junto com sua agência para criar e personalizar uma Loja Virtual que visasse atender da melhor forma possível o seu público, e agora finalmente ela está publicada. Sua loja com certeza já vem com as ferramentas padrões de SEO e administração de conteúdo. As páginas do seu site estão rapidamente sendo indexadas nas buscas do Google, então agora é só esperar as vendas entrarem e despachar os pedidos certo?

Bem, é aí que um novo trabalho começa, que vai além de capturar os pedidos da sua loja e despachá-los. A não ser que você esteja em um nicho de negócio com pouca concorrência on-line, será preciso adotar uma estratégia de divulgação de sua loja e controle de qualidade.

Este e-book vem para ajudá-lo nesta etapa do seu empreendimento. Fizemos este material para auxiliar não apenas quem é novato no e-commerce, mas também quem já está no mercado há algum tempo e busca aumentar suas vendas.

Procuramos trazer, de forma prática, diversas ações que você pode adotar, de acordo com o perfil do seu negócio e a sua disponibilidade e da sua equipe.

Recomendamos adotar todas as medidas que forem possíveis, mas não abrace aquilo que você não poderá dar seguimento.



FOCO NA 1ª VENDA!

Agora que sua Loja Virtual está no ar você tem duas missões:

- 1) Trazer o cliente para seu site;
- 2) Mantê-lo no site e assim fazê-lo fechar sua primeira venda!

Certifique-se que seus canais de comunicação com o seu cliente estão abertos: telefone, chat, redes sociais, página de fale conosco do site (ao menos um destes). Procure obter o feedback deles, tente saber o que querem, ou porque entraram no carrinho e não finalizaram o pedido. É importante você focar neste objetivo, conhecer o seu cliente, saber o que ele quer e assim oferecer, se possível, isto a ele. Depois que você fizer sua primeira venda tudo começa a fluir mais naturalmente.



NA PRÁTICA!

Como trazer acesso para o meu site?

Otimizando a página de detalhes do produto

Você fez um grande esforço para colocar sua loja virtual no ar, organizou a logística, cadastrou e precificou seus produtos, entre muitas outras tarefas.

Em geral o cadastramento de produtos demanda esforço e tempo, por isso é normal que no momento de concepção da loja, onde você tem inúmeras tarefas para controlar, o conteúdo dos seus produtos não seja tão otimizado quanto você gostaria ou precisaria. É até importante dizer que se você cuidar demais do conteúdo antes do lançamento do site pode acabar atrasando o seu projeto se não tiver uma equipe adequada para fazer isto.

Para lojistas que possuem um catálogo um pouco mais extenso esse trabalho de otimização de conteúdo do produto acaba se tornando inviável em um primeiro momento, porém quando a loja vai para o ar, este trabalho acaba sendo o alicerce para os passos seguintes e, por isso, é importante você reservar um tempo semanal para enriquecer o conteúdo dos seus produtos.



“Comece aos poucos, otimizando seus principais produtos.”

*Produzir bom conteúdo para seu site, até otimizar todo seu catálogo, pode levar algumas semanas ou meses. Uma boa estratégia para começar este trabalho é elencar algo em torno de **10 dos seus principais produtos** para melhorar seu conteúdo e medir seus resultados.*

NA PRÁTICA!

Como trazer acesso para o meu site?

Mas quais produtos eu devo otimizar primeiro? Abaixo temos algumas sugestões de critérios que você pode adotar:

1) Comece pelos produtos mais procurados ou mais vendidos: para isso use as informações que você tem da sua loja física e do Google Analytics a partir do momento que você tiver uma quantidade suficiente de dados para tirar estas conclusões;

2) Produtos com uma menor competição no mercado, porém com boa procura: quanto menos competição seu produto tiver, mais efeito sua otimização de página vai surtir. Em alguns casos seus produtos podem estar concorrendo com grandes magazines, se for assim você vai precisar muito mais do que apenas otimizar sua página de produtos, mesmo assim não deixe de fazê-lo;

3) Otimize produtos com maior margem de lucro: se sua loja tiver o diferencial necessário você pode ter aí uma recompensa para o seu esforço.

Agora que você escolheu os produtos onde vai produzir um conteúdo mais rico é hora de começar, mas o que você deve fazer?

Produzimos dois artigos que buscam responder esta pergunta, neles mostramos como otimizar o conteúdo em buscadores como Google e Bing, e também para seus clientes, pois lembre-se: é nesta página que seu cliente vai tomar a decisão de compra, então é aqui que você deverá convencê-lo a comprar pelo seu site.

* [Como produzir conteúdo de qualidade](#)

* [O que fazer para meu produto vender mais](#)



NA PRÁTICA!

Como trazer acesso para o meu site?

Invista no Google Adwords

Também conhecido como link patrocinado, o Adwords tem vantagens que vão além de ter seu anúncio exibido no topo do Google, sobretudo se você está começando ou tem pouco acesso no site, conheça aqui estes benefícios.

Recurso direcionado: você paga apenas quando o usuário clicar no seu anúncio, isto é muito diferente de um panfleto que vai parar, muitas vezes, no lixo ou um anúncio em rádio e TV, que atinge muitas pessoas que não estão interessadas no que você tem a oferecer, mas o valor que você está pagando pelo anúncio é relativo à audiência do atingida.

Quando o usuário digitar uma palavra que está no seu anúncio, este poderá ser ativado pelo Google, de acordo com o valor que você está investindo e com a concorrência. O Adwords é excelente se o seu site ainda está com um ranqueamento muito baixo. Em alguns casos esta ação pode até mesmo dobrar sua audiência.



Sugestões de palavras-chaves:

o Google Adwords também é excelente para sugestão de palavras-chaves, ele coloca a sua disposição uma ferramenta que sugere termos que podem ativar seu anúncio. **Use estas sugestões também nas descrições dos seus produtos.** Uma vez criada a conta no Adwords você sempre poderá fazer uso desta ferramenta, mesmo que não esteja anunciando nada no momento.

Teste A/B de palavras-chaves:

é possível montar mais de um anúncio para o mesmo produto e avaliar qual anúncio dá mais retorno, quais palavras funcionam melhor. Lembre-se que toda essa experiência você pode levar para dentro do seu e-commerce.



NA PRÁTICA!

Como trazer acesso para o meu site?

1 Faça promoções atraentes e criativas

Quando o apelo é o desconto

Se você estiver fazendo uma promoção procure dar um maior valor de desconto, que realmente desperte o interesse do seu seguidor. Quanto maior o desconto, maior o interesse e maior a chance de viralizar na rede.



2

Utilize datas comemorativas com criatividade

Utilizaremos o **dia das mães** como exemplo, digamos que sua loja venda roupas, perfumes e acessórios femininos em geral, você poderia destacar um perfume, por exemplo, e colocá-lo como promoção de dia das mães ou você pode fazer algo mais abrangente dizendo algo como “Confira sugestões de presente para o dia das mães”.

Talvez seu cliente não queira dar um perfume como presente, neste caso ele prontamente abandonaria seu anúncio. **Mas e se você usar a palavra “sugestões” no seu anúncio?** Isso pode despertar o interesse e curiosidade do cliente em ver as opções que a loja preparou, pois dentro de uma variedade maior de produtos é mais provável que ele acabe comprando alguma coisa, em vez de ter somente perfume como opção.

Lembre que há muitas outras datas comemorativas como carnaval, dia dos pais, Black Friday (não deixe de fazer uma campanha para o Black Friday), Natal, dia das crianças, dia dos clientes, e muitas mais.

Na página seguinte mostramos alguns anúncios criativos.

BLACK FRIDAY
PATINS FILA NRK ROAD
 DE R\$ 1.590,00
 POR **R\$ 949,05** A VISTA
 40% OFF



Quer dar um superpresente no Dia das Mães?
 Para concorrer, compartilhe esta foto completando a frase:



Minha mãe merece ganhar um vale-salão da Ademilar porque ...

Dia dos Namorados Fanardi
 QUANDO AS PALAVRAS FALTAM O PRESENTE TEM QUE DIZER MUITO.



Fanardi

PROMOÇÃO DIA DAS MÃES
 Você it girl
 CONCORRA AO LOOK MAIS CURTIDO DA MEGADOSE USADO PELA BLOGUEIRA MARIAH.



Look da Mariah

Dia das Mães
 MODA FEMININA COM ATÉ **50% DE DESCONTO**



MÃE NA MODA, FILHO NA ECONOMIA

RIHOMO Desenvolvendo Moda

EU MEU PAI

NESSO DIA DOS PAIS, PROVE QUE VOCÊ NÃO TEM VERGONHA DO SEU PAI NO FACEBOOK. É SÓ COMPARTILHAR OS POSTS DELE PARA CONCORRER A 1 KEG HEINEKEN + 1 HEINEKEN JACKET.



1 Ao aceitar o app "Eu curto meu pai", tudo o que seu pai postar, automaticamente, vai ser compartilhado na sua timeline.
 2 Tenha senso de humor! Não delete nenhum post. Aguarde os comentários dos seus amigos.
 Vamos escolher os 30 posts mais criativos, originais e

PARTICIPE

No Parangaba, o presente do seu pai vem em dobro.

R\$ 150,00 em volta + R\$ 15,00 = um lindo relógio.




Shopping Parangaba

PROMOÇÃO ESPECIAL
 ALEMANHA | BRASIL | ESPANHA | INGLATERRA

40%

BLACK DAYS
 RESERVE ATÉ 27/11/14!

DESCONTOS LOUCOS PARA ESTADAS MEMORÁVEIS!

www.pestana.com

Pestana HOTELS & RESORTS

NA PRÁTICA!

Como trazer acesso para o meu site?

3 Faça promoções atraentes e criativas

Não faça conteúdo que não tenha relação com seu negócio

Piadas, memes ou mesmo mensagens motivacionais, geralmente geram um bom engajamento dos usuários, mas pense bem, se eu estiver interessado em receber este tipo de conteúdo vou seguir páginas ou pessoas que façam exclusivamente isso, você concorda?

Tentar produzir conteúdo divertido para obter seguidores é uma estratégia equivocada, você perderá credibilidade e além disso deixará seu seguidor confuso sobre o que você realmente é, faz ou vende.

Exceto é claro se você vender produtos como este ao lado!



4

Pesquise bastante

Esta é a melhor dica de todas sobre promoções: **PESQUISE!**

Veja o que seus concorrentes estão fazendo, veja o que as grandes lojas estão fazendo e verifique:
a) Quais ações deles estão gerando maior engajamento?
b) Serve para o seu negócio?

Busque auxílio da sua agência ou de um especialista para implementar estas ações.

Só tenha em mente para não comparar seus resultados com quem tem muitos seguidores a mais e já está fazendo isto a muito mais tempo, resultados reais e maiores podem levar alguns meses até aparecerem, mas começar é preciso.



NA PRÁTICA!

Como trazer acesso para o meu site?

5 Faça promoções atraentes e criativas

5 Faça postagens moderadas

Nem de mais, nem de menos, o ideal é você ter uma quantidade de postagens regulares, tente acertar o ponto. Mesmo um grande portal com muitas ofertas, não costuma fazer mais que duas postagens por dia, não tente ganhar seu cliente pelo cansaço, pois talvez você consiga apenas que ele canse de você.



6 Facebook ADS

Você já deve ter lido por aí que, para gerar um bom engajamento é necessário criar um conteúdo de qualidade, ou conteúdo rico, o problema é que mesmo que você consiga produzir um conteúdo com potencial de grande engajamento, é muito difícil você obter bons resultados somente fazendo postagens gratuitas, então a dica aqui é fazer anúncios pagos, se quiser resultados de verdade.

No facebook você pode definir o perfil do público para o qual o seu anúncio vai aparecer, podendo desta forma otimizar os resultados da sua campanha.

Você também define o orçamento da sua campanha, podendo pagar por impressão ou por clique.

Se você se interessou eu aconselho visitar a página do Facebook, onde é possível ver todos os detalhes de como anunciar.

* [Facebook para Empresas](#)

VISITAS X VENDAS

Como saber se as vendas estão compatíveis com minhas visitas?

Você acredita que os acessos na sua loja estão bons ou razoáveis, mas tem a impressão que sua loja vende pouco. É comum sua taxa de conversão ficar entre 0,5% e 3% em relação aos acessos, e em alguns casos essa conversão pode passar de 20%, embora mais raro. Isso varia por fatores como nicho de mercado, sazonalidade, economia, entre outros. Se possível, procure saber qual a taxa de conversão de lojas do mesmo ramo e assim ter um parâmetro para buscar as melhorias necessárias.

Revise a usabilidade do seu site

É provável que seu site já tenha tido este cuidado na fase de desenvolvimento por sua agência, contudo não há mal nenhum em revisar esta parte e buscar aprimorá-la. É preciso saber se o seu cliente está conseguindo encontrar os produtos que deseja e que ele está conseguindo prosseguir na compra sem maiores dificuldades. No artigo abaixo fizemos um checklist de itens que devem ser revisados na sua loja virtual.

* [Como a navegação da sua Loja Virtual pode aumentar suas vendas](#)



VISITAS X VENDAS

Como saber se as vendas estão compatíveis com minhas visitas?

“Ouvir seu cliente lhe ajudará a decidir qual caminho seguir!”

Compare seus preços

A usabilidade do site está excelente, imagens e descrições bem apresentadas, mas o cliente não compra. Neste caso veja como estão seus preços com relação aos seus concorrentes, veja se o preço está compatível com o mercado e verifique o frete, você pode estar perdendo seus clientes aí. Veja como você pode trabalhar melhor o valor de frete dos seus produtos:

* [Tudo o que você precisa saber sobre frete](#)



Ouçá seu cliente

Através das suas redes sociais você pode obter um feedback dos seus clientes e saber o que eles pensam e querem. Lembre-se também dos que entram em contato pelo fale conosco e o chat (caso você possua).

Seja proativo, se um cliente fez o cadastro no site, colocou o produto no carrinho, mas não comprou, entre em contato com esse cliente e procure saber se ele achou exatamente o que queria e porquê não comprou ou se você pode ajudá-lo de alguma forma. Se coloque no lugar do seu cliente, tente entendê-lo e ajudá-lo, buscando também ver o que pode ser melhorado na sua loja. Não haja como um telemarketing insistente tentando vender seu produto de qualquer forma, o mais importante aqui é a opinião que ele tem sobre você. Faça isso sistematicamente até que suas vendas melhorem.



LINK BUILDING

Este é um fator bastante relevante para que seu site tenha um bom desempenho no Google.

Link building significa, resumidamente, ter links apontando para o seu site, é uma espécie de “boca a boca” digital, ou seja, se você tem um link em um site ou blog apontando para o sua página é como se aquele site ou blog estivesse falando de você para os seguidores dele, então quanto mais estiverem “falando” de você, melhor.

Existe também uma relação de valor aqui, por exemplo, se você vende computadores é interessante ter blogs ou sites de tecnologia (também redes sociais) comentando sobre você, no entanto se um link para o seu site aparece em um blog sobre moda isso é pouco ou nada relevante, afinal dificilmente fará sentido falar de computadores dentro de um blog de moda.

Mas como conseguir estes links?

Antes de qualquer dica é importante dizer que se esse trabalho não for feito da forma correta, você não apenas não subirá no ranking do Google como pode ser penalizado por ele, por esta razão vamos listar aqui apenas formas seguras que você mesmo pode trabalhar, mas se quiser avançar no assunto aconselho buscar auxílio de um profissional de confiança no mercado, se você não souber exatamente o que está fazendo estará assumindo riscos de ter seu site penalizado.



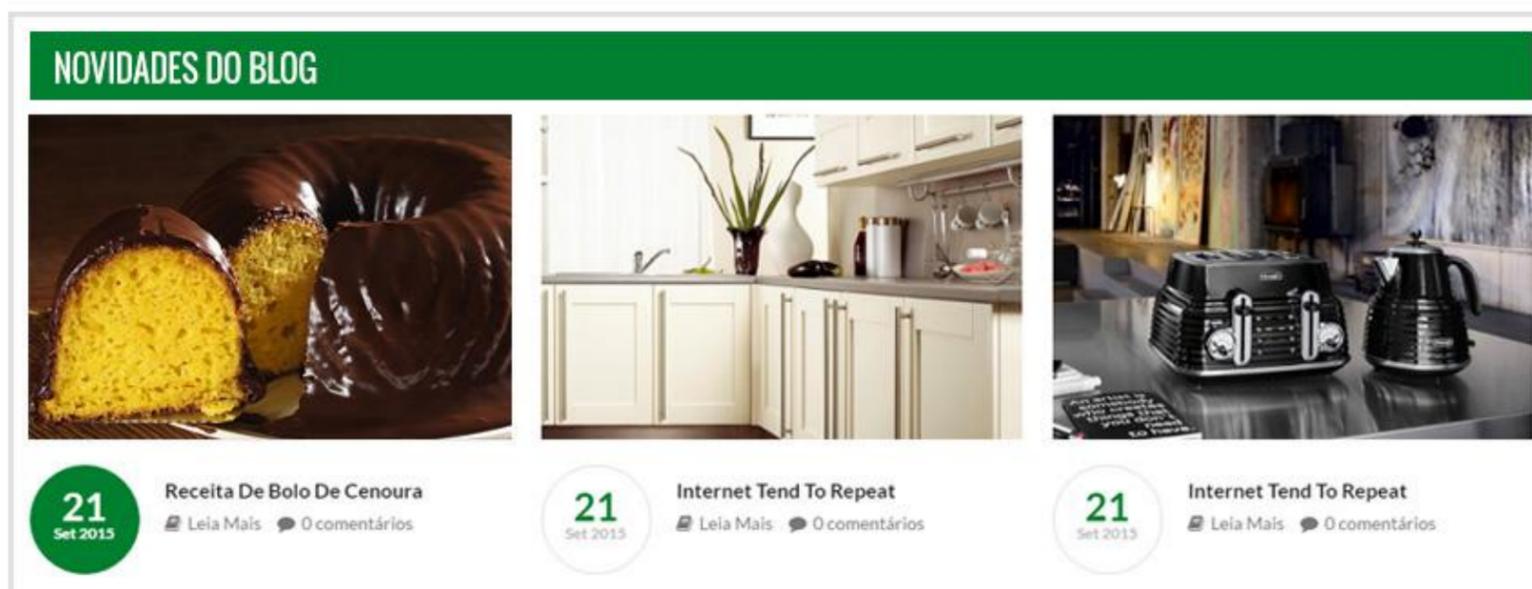
LINK BUILDING

Como fazer link building de forma segura?

Se você tem em mente seguir todas as recomendações vistas até agora neste E-book, então aqui vai uma boa notícia, você já está fazendo link building. **A base de todo processo é criar um conteúdo de qualidade que as pessoas possam comentar, compartilhar e recomendar.** Veja agora algumas ações que você pode adotar:

1 Blog

Ter um blog é importante dentro desta estratégia. Procure escrever sobre assuntos que seu cliente tenha interesse. Você não precisa necessariamente falar sobre o seu produto, mas sobre o que ele pode fazer e como pode ajudar seu cliente no dia a dia. Um exemplo clássico é quando vendemos utensílios para cozinha ou alimentos, o que acaba indo para o blog é alguma receita.



2 Campanhas baseadas em desconto

Conforme abordamos anteriormente, fazer campanhas que gerem interesse e consequentemente compartilhamentos é uma boa forma de se conseguir links, então temos aqui mais um motivo para colocar estas campanhas em prática.



LINK BUILDING

3

Landing Page

Se você não está familiarizado com este termo, esclareço que, landing page, é uma página especial visando apresentar um produto, serviço, ou conteúdo institucional de forma diferenciada. A função da landing page é ter uma apelo visual diferenciado do site e conteúdo exclusivo, com o objetivo de conquistar seu cliente e assim, levá-lo a finalizar a compra do que está sendo ofertado.

Use uma landing page para demonstrar uma novidade no mercado, por exemplo. Oferecer descontos, brindes podem ajudar a despertar o interesse das pessoas também. Com a landing page você não apenas estará gerando conteúdo de qualidade como também mais acessos para o seu e-commerce.

No final sua landing page deverá induzir o usuário a uma ação, você pode fazer isso através de um botão de compra ou formulário. É recomendável dar somente uma opção de ação ao seu cliente, evitando confundí-lo e assim aumentar suas chances de conversão.

Ao lado o exemplo de uma landing page produzida para Compujob, empresa especializada em computadores personalizados.

CompuJOB
Compujob » Hot Sites » Computadores de Alto Desempenho » Focus 3D
Para a Loja Virtual Compujob

LANÇAMENTO COMPUJOB

FOCUS X game

- Processador Intel Core 2 Duo E7500 (2.93GHz)
- Placa Mãe Intel DG31PR
- Memória 4GB DDR2 800MHz
- HD 500GB SATA II 7200 RPM
- Gravador DVD e CD Combinado
- Placa de Vídeo GeForce GTS 250 1GB DDR3

R\$ 1.899,00 à vista
6X R\$ 316,50

COMPRAR

Placa Mãe Intel DG31PR

A Placa Mãe Intel DG31PR, da série Classic, foi otimizada para oferecer novos níveis de desempenho e confiabilidade para os usuários domésticos e empresariais. Foi construída para suportar a uma faixa de processadores, como o Intel® Core™2 Duo. Essa placa pode suportar até 4 GB de SDRAM DDR2 de canal duplo e 800MHz. Também dispõe de Áudio de Alta Definição Intel® High com suporte para o som ambiente 5.1, Conexão de rede Intel® PRO 10/100/1000 e amplos conectores USB para toda a parafemília de seu computador.

Processador Intel Core2Duo

Investir em novos PCs com processador Core2Duo pode significar grandes economias para você e sua família. Com desempenho mais rápido, maior eficiência energética e multitarefas mais responsivas, os desktops com processador Intel ajudam na produtividade de todas as operações. Combinando velocidades de processamento jamais vistas com recursos avançados de economia de energia, o processador permite fazer mais em menos tempo, e reduzem os custos de energia por média em 50% com a tecnologia Intelligent Power Capability. E com o Advanced Digital Media Boost, você acelera uma ampla variedade de aplicações, incluindo vídeo, voz e imagem, processamento de fotos, criptografia, aplicações financeiras, de engenharia e científicas.

Placa de Vídeo GeForce GTS 250

Oferece desempenho gráfico em alta definição (HD) de primeira linha. Dê vida aos seus jogos com efeitos NVIDIA® PhysX™ para ambientes amplamente destrutíveis e interação física extremamente realista em jogos como Mirror's Edge, da Electronic Arts Inc. Acelere a transcodificação de vídeo de filmes digitais para o seu iPod, PSP ou Zune com rapidez até dez vezes superior à de uma CPU. Experimente um processamento de imagem super-rápido e suave com suporte completo a aceleração por GPU para o Adobe® Photoshop® CS4.

Experimente um processamento de imagem super-rápido e suave com suporte completo a aceleração por GPU para o Adobe® Photoshop® CS4.

Computador Focus XGame
R\$ 1.899,00
6X R\$ 316,50

LINK BUILDING



4

Redes Sociais

Mais uma vez destacamos a importância delas, então siga em frente, escolha as redes sociais que tem o perfil do seu negócio e do seu cliente e siga em frente.

Você deve estar se perguntando, mas será que eu mesmo não posso entrar em grupos, fóruns, blogs, fazer comentários e deixar o link do meu site lá? Isso não vai me gerar acessos e bom ranqueamento?

Acessos você certamente pode ganhar, mas com relação a fazer este tipo de postagens seja cauteloso. O que se aconselha é que você esteja presente nessas mídias, sim. Porém procure primeiro ajudar quem está ali, seja participativo e em algum momento você será notado pelos integrantes destes grupos. É um trabalho de formiguinha. O ideal é que você tenha alguém na sua equipe que tenha capacidade e que possa fazê-lo, mas a médio prazo pode trazer bons resultados.



IMPORTANTE: JAMAIS COMPRE LINKS!

Pagar para ter seu link em um site está sujeito a penalização. Evidentemente que você pode fazer anúncios em outros sites, mas no link destes anúncios deve haver um código (nofollow) que diz para o Google não pontuar aquele link, desta forma você não é penalizado.

Troca de Links

Você deve fazer link building de forma segura, estas trocas devem se dar de forma natural, preocupe-se em fazer o conteúdo de qualidade e não em disseminar seus links por aí a qualquer custo, pois de outra forma o custo será a penalização de todo seu trabalho.

O mais prudente neste caso é buscar o acompanhamento profissional. Aqui quero que você tenha em mente que é possível ranquear desta forma.

* [Saiba mais sobre as diretrizes de qualidade do Google](#)

CONCLUSÃO

Sabemos bem que aplicar todas estas recomendações exige tempo e esforço, sobretudo se você tem uma equipe enxuta, mas organize sua agenda para aplicar ao menos o mínimo, esteja presente em pelo menos uma rede social, crie uma ou duas promoções, comece aos poucos, mas comece. À medida que você for fazendo isto, o processo vai ficando mais natural e você passará a aprimorar e ampliar suas ações.

O processo de vendas do e-commerce é automatizado, mas ele realmente não vende totalmente sozinho, é preciso promovê-lo e mantê-lo atualizado, aplique estas práticas na sua loja e boas vendas!

E-BOOK PRODUZIDO POR:



Desde 2004 atuando no mercado digital, a FastCompras tem oferecido grandes soluções para empresas que buscam liderança em seus mercados de atuação. Dispõe de uma equipe de profissionais qualificados para planejar, desenvolver, implantar e manter sistemas de e-commerce personalizados, priorizando a busca de soluções criativas e a excelência na otimização dos recursos dos seus clientes.

Visite o Nosso Site

www.fastcompras.com.br

Fale Conosco

(51) 3227.0323

comercial@fastcompras.com.br



ACOMPANHE-NOS NAS REDES SOCIAIS