



DIGITALIZAÇÃO DE NEGÓCIOS:

A PANDEMIA DA COVID-19 FEZ COM QUE, DA NOITE PARA O DIA, MILHARES DE NEGÓCIOS EM TODO O MUNDO PRECISASSEM SE DIGITALIZAR. DE PEQUENAS A GRANDES EMPRESAS DOS MAIS DIVERSOS SEGMENTOS, TODOS TIVERAM QUE AGIR NUMA VELOCIDADE IMPENSADA. AFINAL, AS TRANSAÇÕES ON-LINE TORNARAM-SE A ÚNICA OPÇÃO PARA A MAIORIA DAS PESSOAS.

A VISÃO DA

REPENSE

SOBRE ESTE MOMENTO:



A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL DOS NEGÓCIOS NÃO É ASSUNTO NOVO. AS EMPRESAS ESTÃO NESTE CAMINHO HÁ MUITOS ANOS. MAS, INFELIZMENTE, MUITAS AINDA ESTAVAM ATRASADAS.

Fazer uma transformação digital profunda de um negócio é muito mais do que conseguir realizar vendas on-line com qualidade e profissionalismo. Passa pela visão de futuro (e até disrupção) do negócio e da categoria em que está inserido, visão completa da jornada do cliente (que vem se tornando cada vez mais digital em todos os segmentos), cultura de inovação, coragem para testar, métodos e processos cada vez mais simples e ágeis, velocidade de resposta, quase sempre em tempo real, entre muitos outros aspectos.

MAS, COM O INTUITO DE
AJUDAR EMPREENDEDORES
QUE PRECISAM MIGRAR
IMEDIATAMENTE AS SUAS
TRANSAÇÕES “FÍSICAS” PARA OS
MEIOS DIGITAIS, FOCAREMOS
ESTE E-BOOK NAS

VENDAS ON-LINE

PARA O PEQUENO
E MÉDIO VAREJO

10 PASSOS

PARA AJUDAR NAS VENDAS ON-LINE
NO PEQUENO E MÉDIO VAREJO.

01

DESENHE UM PLANO DE NEGÓCIOS_

VOCÊ ABRIRIA UM NEGÓCIO FÍSICO SEM UM PLANO DE NEGÓCIOS? DA MESMA FORMA, VOCÊ TAMBÉM NÃO DEVE TENTAR INICIAR UMA LOJA DE VAREJO ON-LINE SEM SE PLANEJAR. DO FINANCIAMENTO DA ESTRUTURA MÍNIMA NECESSÁRIA AO SEU PLANO DE COMUNICAÇÃO E MARKETING, COLOCAR NO PAPEL SEU PLANO DE AÇÃO COM ESTIMATIVAS DE INVESTIMENTO E RETORNO É FUNDAMENTAL. MESMO QUE DE FORMA SIMPLES, PLANEJE-SE MINIMAMENTE.

02

INFORME-SE E PREVINA-SE SOBRE TODOS OS ASPECTOS LEGAIS_

DEPOIS DE ESTABELEECER O SEU PLANO DE NEGÓCIOS, VOCÊ PRECISARÁ ESCOLHER UMA ESTRUTURA DE NEGÓCIOS APROPRIADA JURIDICAMENTE. INFORME-SE COM SEU CONTADOR E ADVOGADO SOBRE AS REGRAS TRIBUTÁRIAS E/OU JURÍDICAS QUE SE APLICAM AO SEU SETOR DE ATUAÇÃO. EM ESPECIAL NO BRASIL, NÃO SE AVENTURE NO E-COMMERCE SEM TER RESPALDO JURÍDICO MÍNIMO.

10 PASSOS

PARA AJUDAR NAS VENDAS ON-LINE
NO PEQUENO E MÉDIO VAREJO.

03

ESCOLHA OS PRODUTOS QUE VOCÊ VENDERÁ ON-LINE_

EMBORA SEU PLANO DE NEGÓCIOS PROVAVELMENTE TENHA DELINEADO OS TIPOS GERAIS DE PRODUTOS QUE VOCÊ DESEJA VENDER, ESSA ETAPA ENVOLVE UMA LISTA MUITO MAIS COMPLETA DE SUAS OFERTAS E UMA CONTAGEM DE SKU'S. O TERMO SKU VEM DE *STOCK KEEPING UNIT* E DEVE INCLUIR OS DIFERENTES PRODUTOS, BEM COMO SUAS CORES, TAMANHOS OU OUTROS DIFERENCIAIS EXCLUSIVOS. ALÉM DE DECIDIR SOBRE OS TIPOS DE PRODUTOS, VOCÊ TAMBÉM DECIDIRÁ COMO ELES SERÃO FABRICADOS. EM GERAL, VOCÊ PROVAVELMENTE APROVEITARÁ GRANDE PARTE DO SEU MIX DE PRODUTOS JÁ EXISTENTE, MAS TAMBÉM PODERÁ REDUZIR O SEU MIX ON-LINE E/OU AINDA CRIAR PRODUTOS ESPECÍFICOS PARA ESTE MEIO.

04

CRIE SEU INVENTÁRIO_

SE VOCÊ ESTÁ APENAS SE ESTABELECENDO ON-LINE, PRECISARÁ TER UM ESTOQUE MÍNIMO DE PRODUTOS. ISSO OCORRE INDEPENDENTEMENTE DE SUA LOJA DE COMÉRCIO ELETRÔNICO SER SUA ÚNICA LOJA OU SE VOCÊ TAMBÉM POSSUI UM LOCAL FÍSICO. NADA PODE FAZER MAIS UMA EMPRESA ON-LINE PERDER DINHEIRO DO QUE TER UM EXCESSO DE PEDIDOS NÃO ATENDIDOS. ALÉM DE ESTABELEECER SEU INVENTÁRIO, VOCÊ PRECISARÁ TOMAR DECISÕES SOBRE ARMAZENAMENTO E LOGÍSTICA DE ENTREGA, LEMBRANDO QUE JÁ EXISTEM MUITAS EMPRESAS QUE TERCEIRIZAM ESTE TIPO DE ATIVIDADE.

10 PASSOS


PARA AJUDAR NAS VENDAS ON-LINE
NO PEQUENO E MÉDIO VAREJO.



05

ESCOLHA UM NOME DE DOMÍNIO

CASO VOCÊ AINDA NÃO TENHA SITE OU DOMÍNIO REGISTRADO (WWW.SUALOJA.COM.BR), VOCÊ PODE CONSULTAR AS OPÇÕES EM REGISTRO.BR OU OUTROS SITES DE COMPRA DE DOMÍNIO COMO GODADDY OU GOOGLE DOMAINS. DEPOIS, VOCÊ DEVE ESCOLHER UMA PLATAFORMA PARA SEU E-COMMERCE. QUANDO FOR CRIAR O NOME, PENSE EM TERMOS E PALAVRAS QUE REMETAM AO JEITO QUE AS PESSOAS USAM PARA BUSCAR POR UM PRODUTO/SERVIÇO DO SETOR DE MERCADO EM QUE SUA EMPRESA VAI ATUAR. ANALISAR O COMPORTAMENTO DE BUSCA DO CONSUMIDOR E A POPULARIDADE DOS TERMOS USADOS PODE AJUDAR A CRIAR UMA MARCA MAIS ADERENTE À SUA ÁREA DE ATUAÇÃO.



06

ESCOLHA A PLATAFORMA

VOCÊ TEM A OPÇÃO DE CONFIGURAR UM SITE POR CONTA PRÓPRIA, NO ENTANTO, ISSO REQUER UMA COMPREENSÃO DOS PROCESSOS TÉCNICOS QUE MUITOS EMPRESÁRIOS PODEM NÃO TER. ALGUMAS DAS OPÇÕES MAIS POPULARES PARA A CONSTRUÇÃO NO ESTILO “FAÇA VOCÊ MESMO” INCLUEM SERVIÇOS COMO WIX OU SHOPIFY QUE OFERECEM LOJAS PROFissionais DE FÁCIL MONTAGEM POR UM CUSTO/BENEFÍCIO ATRAENTE PARA PEQUENOS NEGÓCIOS. SE VOCÊ TEM MAIS CONHECIMENTO TÉCNICO, TALVEZ CONSIGA CONFIGURAR SEU PRÓPRIO SERVIDOR E INSTALAR SOLUÇÕES COMO WOOCOMMERCE. SE SEU COMÉRCIO TEM UM VOLUME GRANDE DE SKU'S E PODE CONTAR COM UM PARCEIRO DE MAIOR VOLUME, SUPORTE E INVESTIMENTO, VOCÊ PODE BUSCAR UM ALINHAMENTO COM PLATAFORMAS DE SAAS (SOFTWARE AS A SERVICE) COMO VTEX, ENTRE OUTRAS.

10 PASSOS

PARA AJUDAR NAS VENDAS ON-LINE
NO PEQUENO E MÉDIO VAREJO.

07

ESTRUTURE O SITE DE E-COMMERCE

DEPOIS QUE AS PARTES TÉCNICAS DO SITE ESTIVEREM CONFIGURADAS, VOCÊ PRECISARÁ DEFINIR O DESIGN (E A USABILIDADE) PARA O SEU SITE. ISSO INCLUI A CONFIGURAÇÃO DO TEMA, CABEÇALHOS, CATEGORIAS DE PRODUTOS E MUITO MAIS. VOCÊ TAMBÉM PRECISARÁ ORGANIZAR SEUS PRODUTOS POR CATEGORIAS E DECIDIR SE IRÁ UTILIZAR UM SISTEMA DE ERP JÁ EXISTENTE EM SUA LOJA FÍSICA OU SE UTILIZARÁ A PRÓPRIA PLATAFORMA DE E-COMMERCE PARA CADASTRAR SEU ESTOQUE, VENDAS E CLIENTES. É RECOMENDADO INCLUIR SEÇÕES COMO “SOBRE NÓS” OU ATÉ MESMO UM “BLOG” DA EMPRESA PARA ATRAIR CLIENTES AO SEU SITE. ÁREAS DE CONTEÚDO ENCANTAM CLIENTES E REFORÇAM SEU SEO, DESTA FORMA VOCÊ IRÁ APARECER EM MAIS BUSCAS! APOSTE EM ARQUITETURAS DE SIMPLES NAVEGAÇÃO E INSPIRE-SE NOS SITES DE E-COMMERCE JÁ ESTABELECIDOS, AFINAL, ELES CERTAMENTE JÁ TROPEÇARAM EM MUITOS ERROS E ACERTOS PARA SE TORNAREM UM SUCESSO.

08

LANÇAMENTO, PUBLICIDADE E MARKETING

DEPOIS QUE SUA EMPRESA FOR ESTABELECIDADA, SEUS PRODUTOS PRONTOS PARA VENDA, OS TESTES INICIAIS FEITOS E TODOS OS “BUGS” DEVIDAMENTE SOLUCIONADOS NO SITE, VOCÊ ESTARÁ PRONTO PARA O LANÇAMENTO OFICIAL. CONSIDERE TODO O ECOSSISTEMA DIGITAL - REDES SOCIAIS (CADA VEZ MAIS RELEVANTES NO E-COMMERCE), MÍDIA DISPLAY (PORTAIS E SITES VERTICAIS, A CADA DIA MAIS CUSTOMIZÁVEIS E VERTICALIZADOS), SITES DE BUSCAS (GOOGLE, PRINCIPALMENTE) E CRM (E-MAIL MARKETING, SMS, WHATSAPP, ENTRE OUTROS). LEMBRE-SE DE QUE SEUS ATUAIS CLIENTES NO VAREJO FÍSICO SÃO SEU PRINCIPAL PÚBLICO PARA VENDAS ON-LINE.

10 PASSOS

PARA AJUDAR NAS VENDAS ON-LINE
NO PEQUENO E MÉDIO VAREJO.

09

DESENHE A EXPERIÊNCIA DO SEU CLIENTE

TÃO OU MAIS IMPORTANTE QUE A REALIZAÇÃO DA VENDA EM SI, É A EXPERIÊNCIA QUE VOCÊ PROPORCIONARÁ AOS SEUS CLIENTES. DA FACILIDADE DE COMPRA NO SITE A UM E-MAIL DE AGRADECIMENTO PELA AQUISIÇÃO E ATÉ O CUIDADO COM A ENTREGA E A EMBALAGEM QUE ELE RECEBERÁ EM CASA, TODA ESTA EXPERIÊNCIA CONTRIBUIRÁ PARA ELE FAZER NOVAS COMPRAS E SE TORNAR UM CLIENTE CADA VEZ MAIS FIEL AO CANAL. VALE DAR ATENÇÃO ÀS MELHORES PRÁTICAS DE UX, TAGUEAMENTOS E TODOS OS RECURSOS PARA LEITURA E INTERPRETAÇÃO DE DADOS PROVENIENTES DO CANAL.

10

MANUTENÇÃO DOS NEGÓCIOS

O BOM É INIMIGO DO ÓTIMO. NESTE MOMENTO DA PANDEMIA, VOCÊ PRECISA ENTRAR NO AMBIENTE ON-LINE DE QUALQUER JEITO, MESMO QUE AINDA NÃO ESTEJA COM TUDO “PERFEITO”. COMECE E, POUCO A POUCO, APRIMORE O QUE TIVER QUE APRIMORAR. MESMO QUANDO TUDO JÁ ESTIVER FUNCIONANDO, VOCÊ CERTAMENTE ENCONTRARÁ OPORTUNIDADES DE MELHORIA DIARIAMENTE. ISSO INCLUI SOLUCIONAR ERROS NO SITE, CONTINUAR GERENCIANDO O INVENTÁRIO DA EMPRESA, TOMAR DECISÕES SOBRE PRODUTOS NOVOS E DESCONTINUADOS, FORNECER ATENDIMENTO ADEQUADO AO CLIENTE E, CLARO, USAR E ABUSAR DE AÇÕES PROMOCIONAIS E DE RELACIONAMENTO (NA MAIORIA DAS VEZES CASADAS COM AS DATAS DE VAREJO QUE VOCÊ JÁ CONHECE) PARA QUE SEU CLIENTE PERCEBA QUE A SUA MARCA ESTÁ SEMPRE SE REINVENTANDO, EVOLUINDO E TRAZENDO NOVIDADES.

REPENSE

DATA & PERFORMANCE
COMUNICAÇÃO & CONTEÚDO
CONSULTORIA & TREINAMENTO

Siga-nos nas nossas redes sociais



SÃO PAULO

R. Girassol, 285 - 1º andar
Vila Madalena - 05433-000 - São Paulo - SP
+55 11 3097 3300

RIO DE JANEIRO

R. Visconde de Pirajá, 495 - 11º andar
Ipanema - 22410-002 - Rio de Janeiro - RJ
+55 21 2540 6020