

Seis passos para expandir

seu negócio online
e vender mais



omie



Com cada vez mais canais de venda disponíveis, os sellers estão diversificando as plataformas para anunciar seus produtos. Devido a essa variedade, é importante ter uma estratégia bem definida para cada canal.

E para alcançar melhores resultados, é essencial otimizar a gestão de vendas, entender o comportamento do consumidor e adotar boas práticas para destacar seus produtos. Neste e-book, você vai conferir dicas valiosas para potencializar suas vendas online e se destacar no mercado digital.



Vamos lá?



Como ter estratégias eficazes para crescer no e-commerce?

De acordo com o estudo “Panorama de Marketing e Vendas 2024”, elaborado pela RD Station e que analisou dados de 2023, apenas 25% dos e-commerces alcançaram as metas de vendas, enquanto 34% alcançaram as de marketing. Esses números indicam desafios na eficácia das estratégias adotadas e apontam para a necessidade de ajustes a fim de melhorar o desempenho.

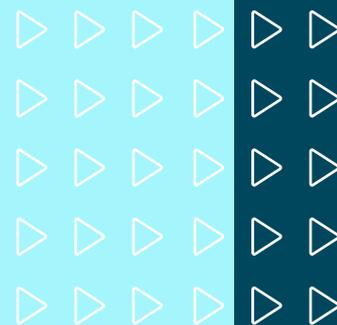
Por isso, antes de tudo, para superar desafios é necessário realizar um mergulho profundo no universo do seu negócio e conhecer seu público. Preparamos seis dicas para impulsionar suas vendas online:





1

Conheça seu público e nicho



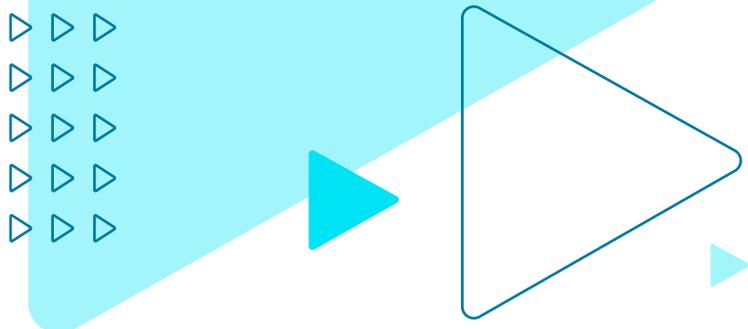
Se você ainda não começou suas vendas online, o primeiro passo é definir o público-alvo. Nesse momento, é fundamental:

1. Entender o problema ou a necessidade que seu produto resolve;
2. Definir quem mais se beneficiaria do seu produto;
3. Estudar seus concorrentes;
4. Criar uma persona, que é um perfil fictício de cliente, com base em todas essas informações.

Agora, se você já realiza vendas em plataformas digitais, é necessário conhecer para quem você vende. Para isso, você pode começar olhando para quem já compra de você e analisar as compras realizadas.

Dessa maneira, é possível identificar padrões de compra. Você pode observar:

- Produtos mais vendidos
- Frequência de compra
- Ticket médio, ou seja, valor gasto por compra
- Sazonalidade (quando seus clientes mais compram?)



E onde encontrar esses dados?

Para isso, você pode analisar os dados dos relatórios do seu e-commerce ou marketplace, do Google Analytics e do seu CRM.

Outro ponto importante é analisar **características demográficas**. Afinal, entender a idade, a localização e o gênero dos seus clientes ajuda a segmentar melhor suas campanhas.

O Google Analytics também é uma ferramenta importante para esse fim, já que com ele você analisa o tráfego do site.

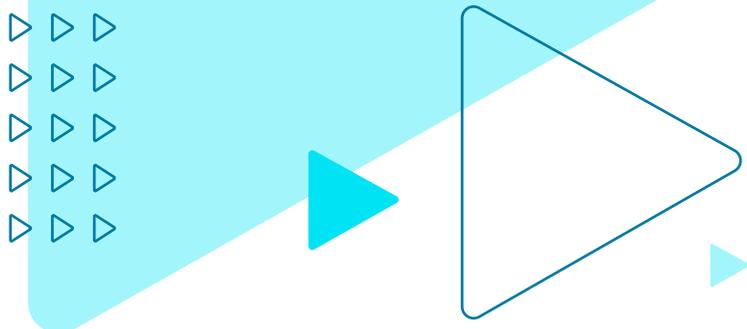
Os relatórios de marketplaces também fornecem melhor entendimento do seu público.

Por fim, os relatórios das redes sociais em que seu negócio está presente podem gerar conhecimentos sobre quem se interessa pelos seus produtos.

Outro segredo é observar o comportamento de navegação no seu site.

Você pode fazer algumas perguntas, como:

- 1.** Quais páginas as pessoas visitam antes da compra?
- 2.** Quanto tempo elas gastam nessas páginas e nas páginas de compra?
- 3.** Quais são os produtos que mais são adicionados ao carrinho e cuja compra não é efetuada?



Responda a essas perguntas com o Hotjar, ferramenta para analisar mapas de calor do seu site, ou com o Google Analytics, que observa o fluxo de usuários.

E para finalizar, você pode coletar o feedback direto dos seus clientes do seguinte modo:

- Pesquisas de satisfação e NPS;
- Perguntas pós-compra, por e-mail ou WhatsApp;
- Monitoramento de avaliações nos marketplaces e nas redes sociais em que seu negócio está presente.

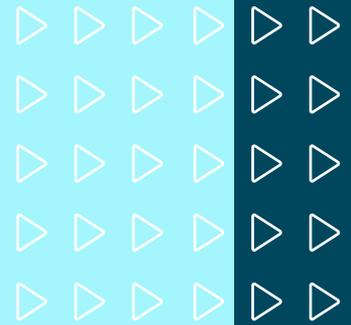
Com esses dados, você tem em mãos informações valiosas para a sua empresa, que podem te levar a um ajuste nos preços, ao aprimoramento das campanhas de marketing, à personalização das ofertas... Tudo isso te ajuda a garantir que a comunicação esteja alinhada ao público certo!





2

Estude as tendências do mercado



Estudar o que acontece no mercado também é um meio de entender melhor seu público, ajudando sua empresa a antecipar demandas e sair à frente da concorrência.

Como estudar tendências de maneira efetiva

Pesquisas

Um dos primeiros passos é estar por dentro de dados do setor por meio de estudos e pesquisas realizadas nos últimos meses.

Por exemplo:

- ✓ [IODE-PMEs \(Índice Omie de Desempenho Econômico das Pequenas e Médias Empresas\)](#), que funciona como termômetro econômico das empresas brasileiras;
- ✓ ABCom e seus relatórios sobre o e-commerce no Brasil;
- ✓ E-commerce Brasil, com notícias do setor;
- ✓ Think With Google e seus estudos sobre comportamento digital.

Outra dica é buscar relatórios específicos sobre o seu nicho de vendas.

Os marketplaces também costumam mostrar os produtos que estão em alta. Por isso, é sempre bom ficar de olho nos produtos mais vendidos e nas categorias em destaque.



Estudo de concorrentes

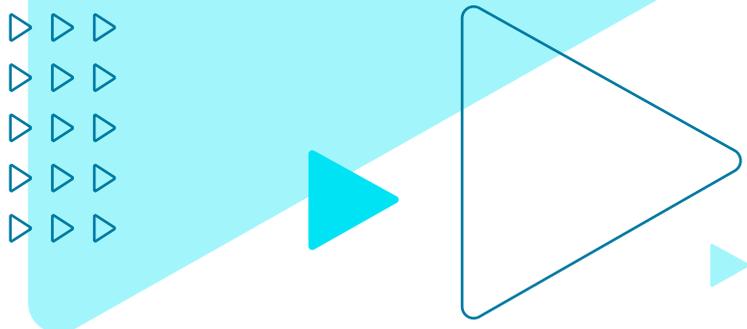
Além disso, **prestar atenção nos seus concorrentes é fundamental.** Existem algumas perguntas a se fazer:

1. Quais são os produtos mais vendidos?
2. Quais são os preços praticados?
3. Quais são suas estratégias de frete e promoções?
4. Como se comportam em suas campanhas pagas?

Respondendo a essas questões, você entende profundamente sobre seus concorrentes e consegue acertar sua estratégia para sair à frente deles nos negócios.

Redes sociais

As redes sociais são os verdadeiros berços das tendências de mercado. Por isso, observar grandes perfis e influenciadores no Instagram e TikTok pode ser o grande segredo para compreender melhor o que acontece no mercado.

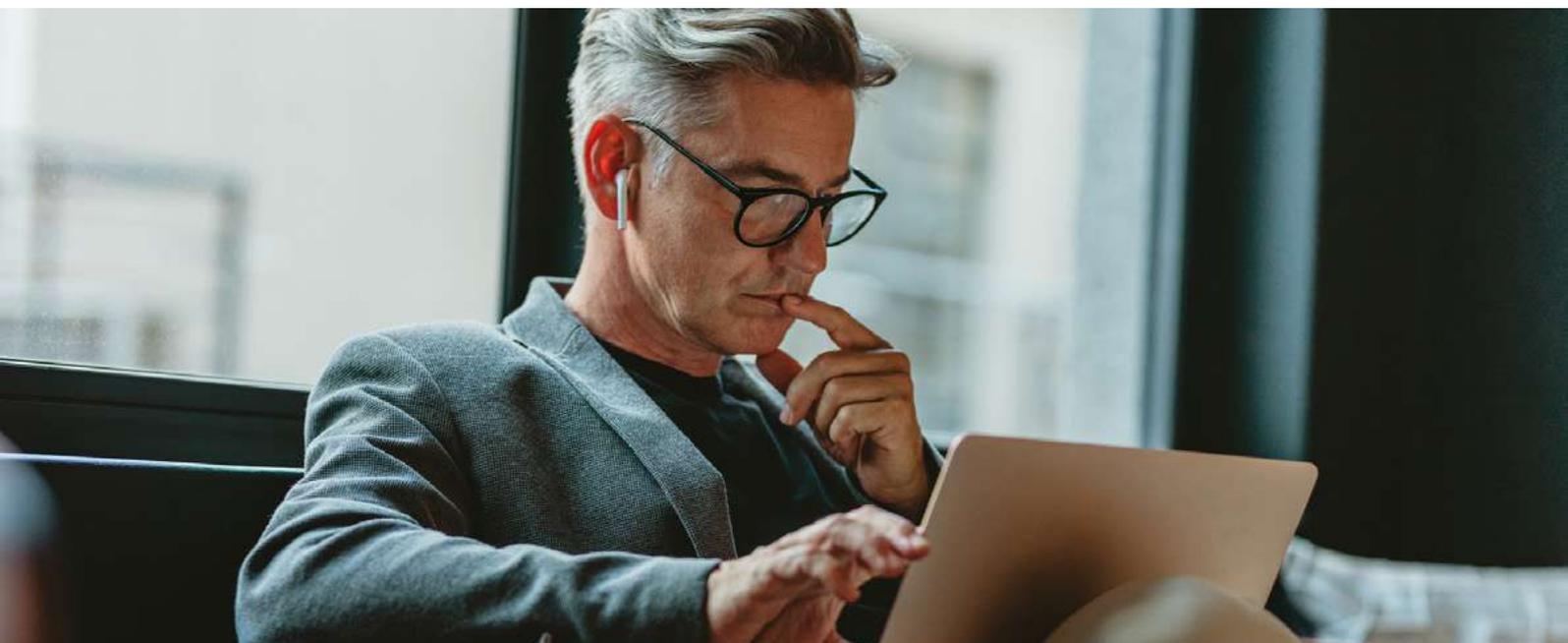


Testes

Por fim, **um grande trunfo para estudar tendências é testá-las!** Afinal, nem toda tendência funciona para todos os sellers. Antes de direcionar um grande investimento para um produto, tente isso:

- Adicione uma pequena leva do produto para a venda e analise sua demanda;
- Promova campanhas pagas e analise a aceitação do produto;
- Utilize cupons de desconto para medir o interesse das pessoas no item.

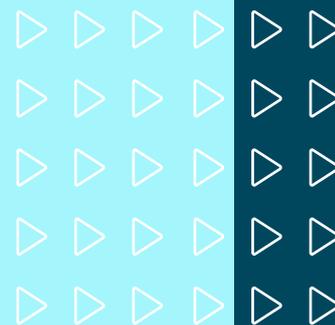
A palavra-chave é “adaptabilidade”. Entendendo o mercado e aquilo que funciona para o seu negócio, fica bem mais simples impulsionar as vendas!





3

Escolha os canais de venda certos



Escolher seus canais de venda corretamente é um passo importante para ter bons resultados. Um dos requisitos para isso você já sabe qual é: entender seu público. Com um conhecimento profundo, é possível entender onde eles costumam comprar.

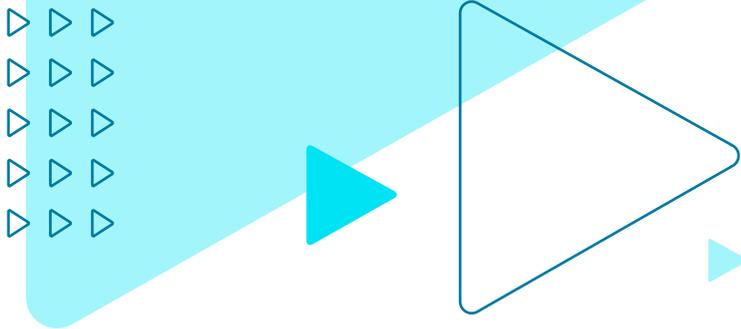
Como fazer a escolha certa dos canais

Entenda os canais

Que tal comparar os canais? Entendendo as condições oferecidas por cada um deles, você consegue analisar quais se adequam melhor à sua empresa e ao seu momento atual.

Você pode analisar:

- ✓ **Alcance** – Quantos são os compradores ativos?
- ✓ **Custo inicial** – Quanto você vai precisar investir para começar a vender na plataforma?
- ✓ **Taxas** – Qual é a comissão por venda e como funcionam as taxas extras, tais como frete e publicidade?
- ✓ **Concorrência** – Quantos vendedores a plataforma apresenta? Se for possível analisar, com quantos sellers do mesmo nicho o canal conta?



Avaliar os custos do marketplace é fundamental. Você pode fazer simulações para entender qual canal oferece o melhor retorno financeiro para seu tipo de produto. Outro ponto importante é entender melhor como funciona cada plataforma e como é o suporte do canal.

Realize testes

Por fim, aqui também temos uma palavra-chave: “teste”! Essa é a melhor maneira de saber qual é o melhor canal para o seu negócio. Você pode medir o desempenho de vários jeitos:

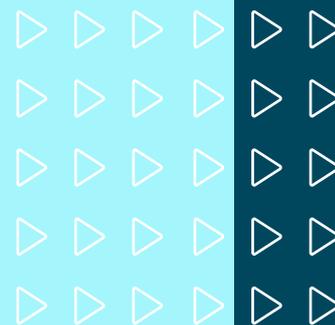
- ✓ **Taxa de conversão** – Qual é a porcentagem de visitantes que compram?
- ✓ **Custo por aquisição (CAC)** – Quanto você gasta para conseguir um cliente?
- ✓ **Ticket médio** – Qual é o valor médio gasto por compra?
- ✓ **Retorno sobre investimento (ROI)** – Quais são seus ganhos menos os custos envolvidos?





4

Crie uma estratégia de marketing



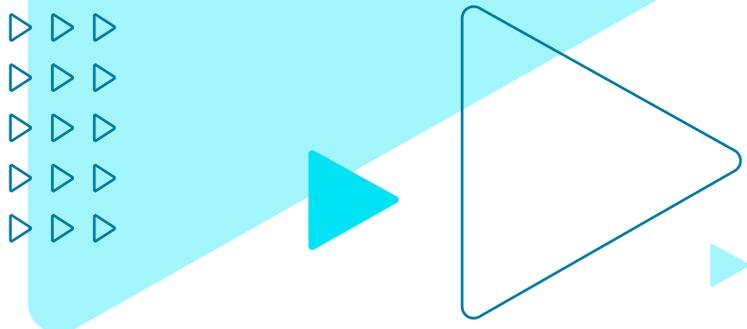
Não adianta nada ter os melhores produtos se eles não forem vistos, não é mesmo? Por isso, criar uma estratégia de marketing é o meio para melhorar a visibilidade da sua loja.

Você já viu alguns dos passos essenciais para criar uma boa estratégia: estudar seu público e escolher os canais de vendas ideais para o seu negócio. Além disso, outras práticas são necessárias para alcançar bom desempenho com seus anúncios.

Antes de tudo, capriche na apresentação dos produtos

Um anúncio atrativo tem taxas de conversão muito maiores. Por isso, para deixá-lo mais interessante para o seu público, você pode:

- Utilizar fotos reais e em alta qualidade do produto, com um fundo que não chame mais atenção do que o produto em si;
- Utilizar-se de várias fotos, que mostrem seu produto de vários ângulos;
- Incluir vídeos curtos para mostrar o produto em uso;
- Criar descrições completas, com todos os detalhes do produto divididos por tópicos;
- Apresentar uma tabela de medidas, tamanhos e informações relevantes para a escolha do produto.



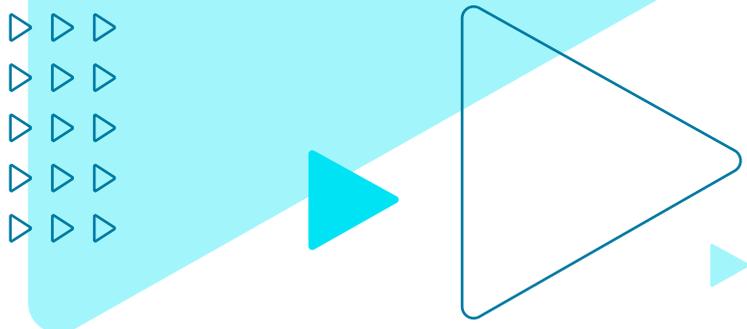
Otimize seu anúncio para SEO

Existem práticas que ajudam o seu produto a ser encontrado com mais facilidade em ferramentas de busca, como o Google e o próprio marketplace.

SEO (*Search Engine Optimization*) é um conjunto de estratégias que tem como objetivo otimizar conteúdos para mecanismos de busca. Por isso, utilizar estratégias de SEO no seu anúncio pode fazer suas páginas terem bons posicionamentos nas primeiras páginas dos buscadores.

Como otimizar seu anúncio

- 1.** O título é muito importante. Por isso, utilize palavras-chaves (pense como as pessoas procurariam pelo seu produto). Por exemplo: "Tênis Masculino Esportivo de Corrida";
- 2.** Responda às dúvidas comuns dos clientes na descrição. Em muitos marketplaces, produtos com descrições mais completas costumam ranquear melhor; logo, quanto mais detalhes a sua descrição tiver, melhor serão os resultados;
- 3.** Utilize palavras-chave também na descrição. Se for possível, divida-a em subtítulos, para facilitar a leitura, e utilize palavras-chave nos subtítulos;
- 4.** Destaque os benefícios do produto: ele é leve e durável; o frete é grátis; entrega rápida;
- 5.** Especifique materiais, tamanhos, garantia e funcionalidades.



Invista em anúncios

Alguns canais contam com plataformas próprias de anúncios:

- ✓ **Shopee Ads** – Cria anúncios dentro da plataforma;
- ✓ **Mercado Livre Ads** – Impulsiona produtos e lojas oficiais;
- ✓ **Amazon Ads** – Seu produto aparece no topo das buscas.

Você também pode realizar testes a fim de gerar tráfego para a sua loja virtual. Por exemplo:

- ✓ **Google Ads** – Crie anúncios no Google Shopping e na rede de pesquisa;
- ✓ **Meta Ads (Facebook e Instagram)** – Divulgue seus produtos nas redes sociais;
- ✓ **TikTok Ads** – Ideal para públicos jovens, apresenta vídeos curtos.

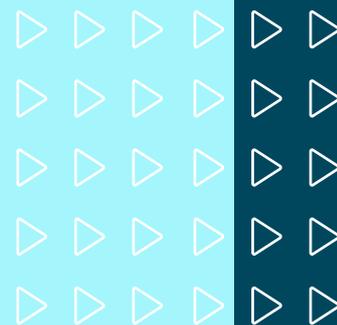
Todas essas práticas em conjunto podem ajudar seus produtos a chegarem mais longe!





5

Ofereça uma excelente experiência de compra



O segredo para fidelizar clientes é sempre oferecer uma experiência de compra incrível. E mais: isso é ainda um diferencial competitivo!

Como oferecer uma ótima experiência de compra ao cliente

- ✓ Apresente clareza nas informações: para evitar frustrações, deixe todos os detalhes da venda, como prazos e custo de frete, na descrição;
- ✓ Conte com uma logística ágil e segura: para evitar danos, envie os produtos com rapidez e embale tudo muito bem;
- ✓ Preste um atendimento rápido e eficiente: seu cliente espera respostas rápidas, simpáticas e completas;
- ✓ Trabalhe o pós-venda: não é somente o momento pré-venda que é importante. Após vender um produto, envie mensagens para o cliente pedindo uma avaliação e ofereça descontos na próxima compra.





6

Utilize um integrador para centralizar a gestão



Um integrador de lojas virtuais e marketplaces facilita a sincronização de estoque, pedidos e faturamento, principalmente quando é integrado com um ERP.

Assim, você conecta seu ERP com múltiplos canais de venda e evita erros, além de agilizar processos.

Omie.Hub, por exemplo, é um integrador de marketplaces e lojas virtuais conectado com o Omie ERP. Todas as suas informações de venda são integradas com o Omie ERP; por isso, com ele você consegue:

- ✓ Fazer a gestão completa dos seus anúncios;
- ✓ Controlar seu estoque, que é integrado com todos os canais de venda;
- ✓ Realizar a captura automática de pedidos, que podem ser faturados automaticamente ou não;
- ✓ Publicar seus anúncios em vários canais, com todas as informações do produto, além de definir preços de acordo com o tipo de anúncio;
- ✓ Veicular seus anúncios já existentes no ERP.





Omie.Hub ainda tem integração com as maiores plataformas de venda e soluções logísticas do mercado:

SHEIN

 **Shopee**

 **mercado livre**

MAGALU

 **nuvemshop**

 **Loggi**

 **DATAFRETE**

inteligipost.

 **Correios**

 **mandaê**
Uma empresa  nuvemshop


Frenet

Quer simplificar sua operação e expandir seu negócio online? **Conheça Omie.Hub:**

[Quero saber mais](#)

omie



0800 942 7592



omie.com.br



@omieoficial



/omieoficial



/company/omie



/@omieoficial



/@omieoficial