5 formas de melhorar os resultados da Sua lojaonline

Aumente as vendas de forma muito simples



Num mundo crescentemente globalizado, e em que começa a dar-se preferência às compras online, é necessário acompanhar a mudança.

A comodidade é algo que os consumidores cada vez valorizam mais. Facilidade de consulta de artigos, modalidades de pagamento variadas, experiência de compra ágil, serviço de entregas rápido e apoio pós-venda eficiente são caraterísticas essenciais para que possa alcançar sucesso no mercado online.

Seja qual for a sua área de atividade, os consumidores estão cada vez mais exigentes e as plataformas de venda online têm de evoluir com o mercado. O comércio eletrónico já não é apenas uma tendência. É uma realidade que ganha relevância a cada dia que passa.

9 mil Euros por minuto

Em 2017 foram transacionados em Portugal **9 mil Euros por minuto** em comércio online. E a tendência será para um aumento significativo dos valores nos próximos anos, segundo estimativas da Ecommerce Foundation.

O potencial do e-commerce é enorme! Porém, sabemos que diferenciar-se num mercado digital à escala global é cada vez mais difícil, por isso, deixamos-lhe algumas ideias para que aumente a rentabilidade da sua loja online.

Índice

digitais de conquista de clientes	6
Aumente as vendas junto dos seus clientes atuais	12
Melhore o serviço de pagamento	14
Automatize a gestão de operações	16
Escolha um software que trate de tudo automaticamente	20



Explore as novas ferramentas digitais de conquista de clientes

Crie uma estratégia de Marketing Digital

O marketing digital é, nos tempos que correm, a forma mais eficaz de encontrar clientes, uma vez que as campanhas de marketing têm lugar nos canais digitais, precisamente onde atualmente os clientes fazem preferencialmente as suas opções de compra.

Existem variadíssimas estratégias de marketing digital e são relativamente fáceis de implementar, muitas vezes sem custos. Partilhamos consigo algumas para que possa dinamizar já o seu negócio:

Redes sociais

Abra conta nas redes sociais. Numa altura em que toda a gente tem pelo menos uma conta nas redes sociais mais populares, é sensato usar estas plataformas para chegar até ao seu público-alvo. O Facebook, o Instagram, o Twitter ou o Google + são alguns exemplos das redes mais populares em Portugal.

Blog

Ter um blog associado à sua loja online é também uma boa forma de encontrar mais pessoas interessadas nos seus produtos ou serviços, principalmente se oferecer conteúdo original, relevante e responsivo (que esteja preparado para ser consultado em equipamentos móveis).



Aposte em influenciadores

Quem não deu já um segundo olhar a um produto por tê-lo visto a ser usado ou publicitado por alguém nas redes sociais? Isto é o efeito dos influencers.

Os influenciadores são utilizadores de redes sociais que conquistaram o seu espaço e credibilidade junto de um público específico. Estas pessoas têm capacidade de persuadir os outros através da proximidade com o público. Podem ser pessoas famosas ou, como mais recentemente se vê, youtubers ou instagrammers.

Apostar num influenciador pode ser uma estratégia boa para o seu negócio. As estatísticas mostram que os influenciadores geram 60% mais de envolvimento que outros tipos de campanhas, e 82% dos consumidores confiam mais em conteúdo criado por outros consumidores do que pelas próprias marcas.

82%

Dos consumidores confiam mais em conteúdo criado por outros consumidores do que pelas próprias marcas.



Já sabe o que significa SEO?

Acrónimo de Search Engine Optimization é, como o próprio nome indica, Otimização para Motores de Pesquisa.

O SEO é um conjunto de técnicas e estratégias que visam potenciar e melhorar o posicionamento de uma página ou site em resultados de pesquisas orgânicas na internet – isto é, gratuitas, não pagas.

Ou seja, quando é feita uma pesquisa num motor de busca como o Google, por exemplo, as primeiras opções que surgem (que não sejam anúncios) resultam de um bom trabalho de SEO dos sites onde está a informação indicada na pesquisa.

As técnicas de SEO devem ser usadas quando se pretende aumentar a visibilidade de um website, essencial num projeto de e-commerce.

Algumas estratégias de SEO passam pelo seguinte:

Construção de websites com conteúdo original e relevante.

Escolha adequada de keywords, ou seja, de palavras-chave que queremos associar aos nossos produtos ou serviços.

Criação de uma rede de links que apontam para áreas importantes do website a partir de outras páginas, redes sociais, etc.

Coloque um chatbot no seu website ou loja online

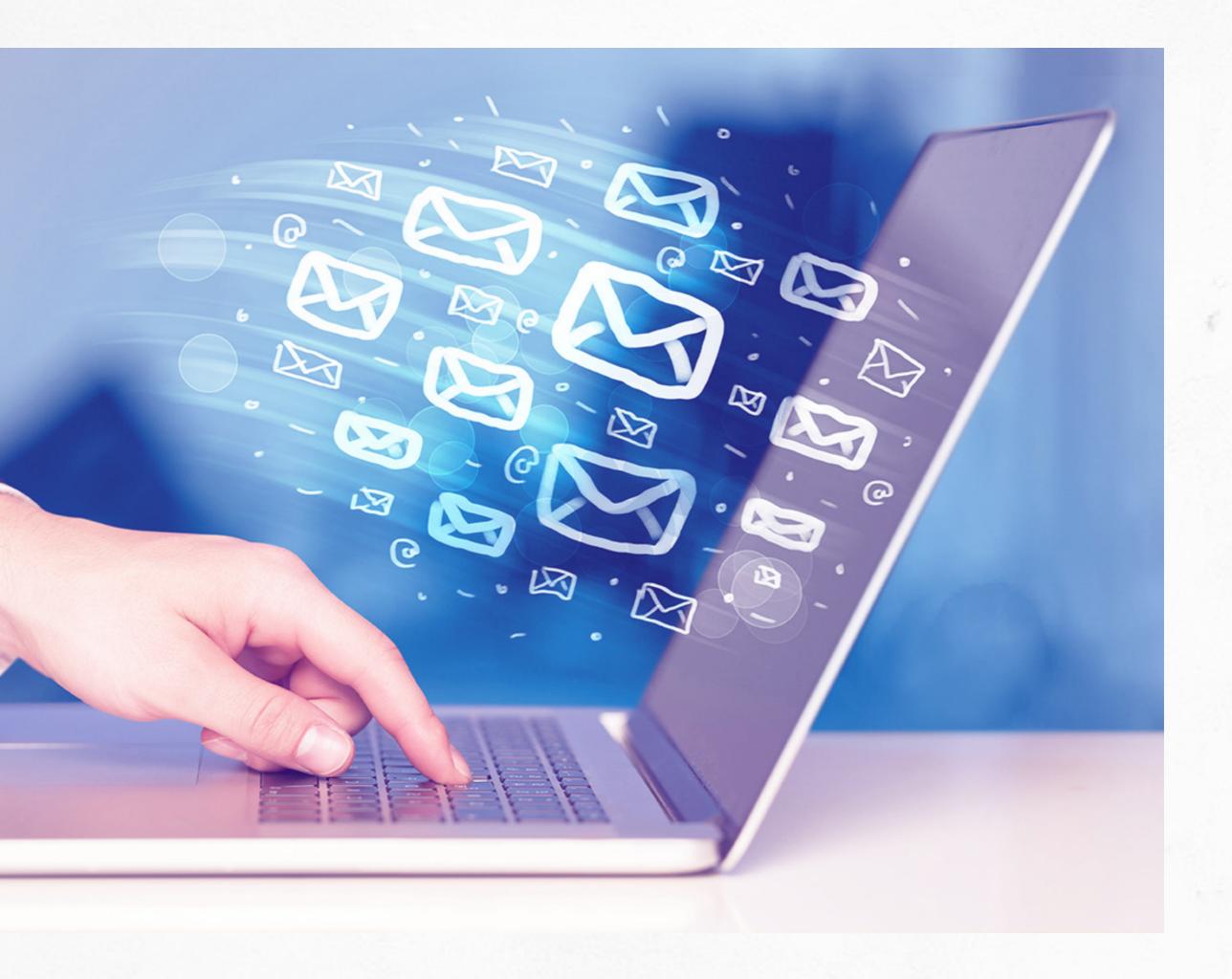
Muitos clientes queixam-se de falta de atenção, principalmente quando navegam em lojas online, o que muitas vezes conduz ao abandono de carrinhos de compras. Uma forma fácil de contornar isto é colocar um chatbot no seu website ou loja online.

Um chatbot – também chamado de assistente virtual, agente virtual ou simplesmente de bot – é um software, mais ou menos complexo, que faz a gestão de trocas de mensagens. Os mais básicos, com pequenas automatizações, fornecem respostas e apresentam opções de alguns serviços, orientando os clientes e resolvendo pequenas dúvidas em relação a produtos ou páginas.

O chatbot é uma excelente forma de proporcionar acompanhamento aos visitantes do seu website, sem qualquer trabalho administrativo.



Aumente as vendas junto dos seus clientes atuais



Tão importante como ganhar novos clientes é preservar os que já tem. Para reter os seus clientes e mantê-los fiéis à sua marca é importante que o seu produto/ serviço seja realmente bom e corresponda às expectativas.

Depois, é também necessário implementar um conjunto de ações de fidelização que vão pontualmente e nos momentos chave relembrar o seu cliente que fez uma boa opção e que continua ali pronto para o servir. Para tal, utilize ferramentas que ajudam a conhecer melhor os seus clientes.

Conheça os seus clientes

Utilize ferramentas que lhe permitam conhecer bem as caraterísticas dos seus clientes. Dessa forma, poderá conhecê-los mais facilmente e apresentar a proposta certa, na hora certa. Os básicos são a segmentação por género, idade e localização. Mas pode ir além disto. De que é que o seu cliente gosta? O que é que o seu cliente quer? Estas são questões que devem ser colocadas aos clientes de forma direta ou indireta.

Pode consegui-lo através de perguntas durante o registo no website, através do preenchimento de formulário ou através de ferramentas de *marketing automation* que ajudam a identificar o comportamento dos clientes no comércio online.

Email marketing personalizado

Aposte numa estratégia de email marketing com campanhas promocionais imperdíveis e exclusivas para os seus clientes. É importante que a comunicação seja personalizada e direcionada. Ofertas como vouchers, códigos promocionais ou até de tempo limitado são uma boa forma de fidelizar os clientes que já tem, e mostrar-lhes porque é que o seu negócio é indicado para eles.

Novo Regulamento Geral de Proteção de Dados (RGPD)

Nas comunicações que enviar aos seus clientes ou potenciais clientes, tenha em atenção as normas do RGPD. Este Regulamento estabelece um conjunto de regras que protegem a privacidade dos dados pessoais, que devem ser acauteladas, sob pena de multas elevadas.

Melhore o serviço de pagamento

A facilidade e simplicidade do serviço de pagamento é um fator que pode ser decisivo na hora de um cliente fazer ou não uma compra. Processos demasiado complicados, com muitos passos, e com poucas opções são definitivamente uma menos-valia e, portanto, a evitar.

Várias opções de pagamento

Disponibilize várias formas de pagamento: cartão de crédito, PayPal, pagamento por Multibanco, transferência bancária, criptomoeda... Quantos mais, melhor. Assim, assegura que todos os que entram na sua loja online terão disponível a sua forma preferida de pagamento.

Assegure-se também que os clientes e potenciais clientes identificam as formas de pagamento como sendo seguras e fiáveis, por exemplo, através de certificados facilmente reconhecíveis.

Experiência mobile

A mobilidade é, sem dúvida, algo quase obrigatório.

Com mais de 40% de utilizadores a fazerem compras online via mobile, tem mesmo que investir num site completamente adaptado para os diferentes dispositivos móveis e garantir que as várias formas de pagamento são compatíveis com plataformas móveis.

Sem portes e entregas rápidas

Uma vez que o mercado online está a crescer, e cada vez mais, o seu negócio tem de ser competitivo.

Os utilizadores fazem frequentemente pesquisas noutras lojas online em busca das melhores condições, e neste caso os custos associados aos portes de envio e os tempos de espera pelas entregas são decisivos, fazendo em muitos casos a diferença.

Opte por envios gratuitos, se não for possível, adote estratégias como portes grátis acima de um dado valor, e entregas expresso, bem como mais do que uma transportadora.

Integre todos os canais de venda

O e-commerce faz parte de um negócio como um todo. Se apenas comercializa os seus produtos ou serviços online, tenha a certeza que faz uma gestão rigorosa de encomendas, entregas e da própria tesouraria.

No entanto, se tem uma loja física aberta ao público e uma loja online, esta gestão torna-se um pouco mais complexa. Hoje há software de faturação online que ajudam a fazer uma gestão coesa, mas muito simples. Ideal para quem não tem tempo a perder, nem paciência para números.

+40%

É a percentagem de utilizadores online que fazem compras via mobile.

Automatize a gestão de operações

É cada vez mais necessário que as empresas otimizem a gestão de operações de modo a assegurar a rentabilidade dos processos. Tarefas como comprar, armazenar, distribuir mercadorias envolvem prazos de entrega, canais de distribuição e exigências várias de mercado. Como dar resposta a estes requisitos de forma ágil? A solução passa pela automatização de gestão de operações.

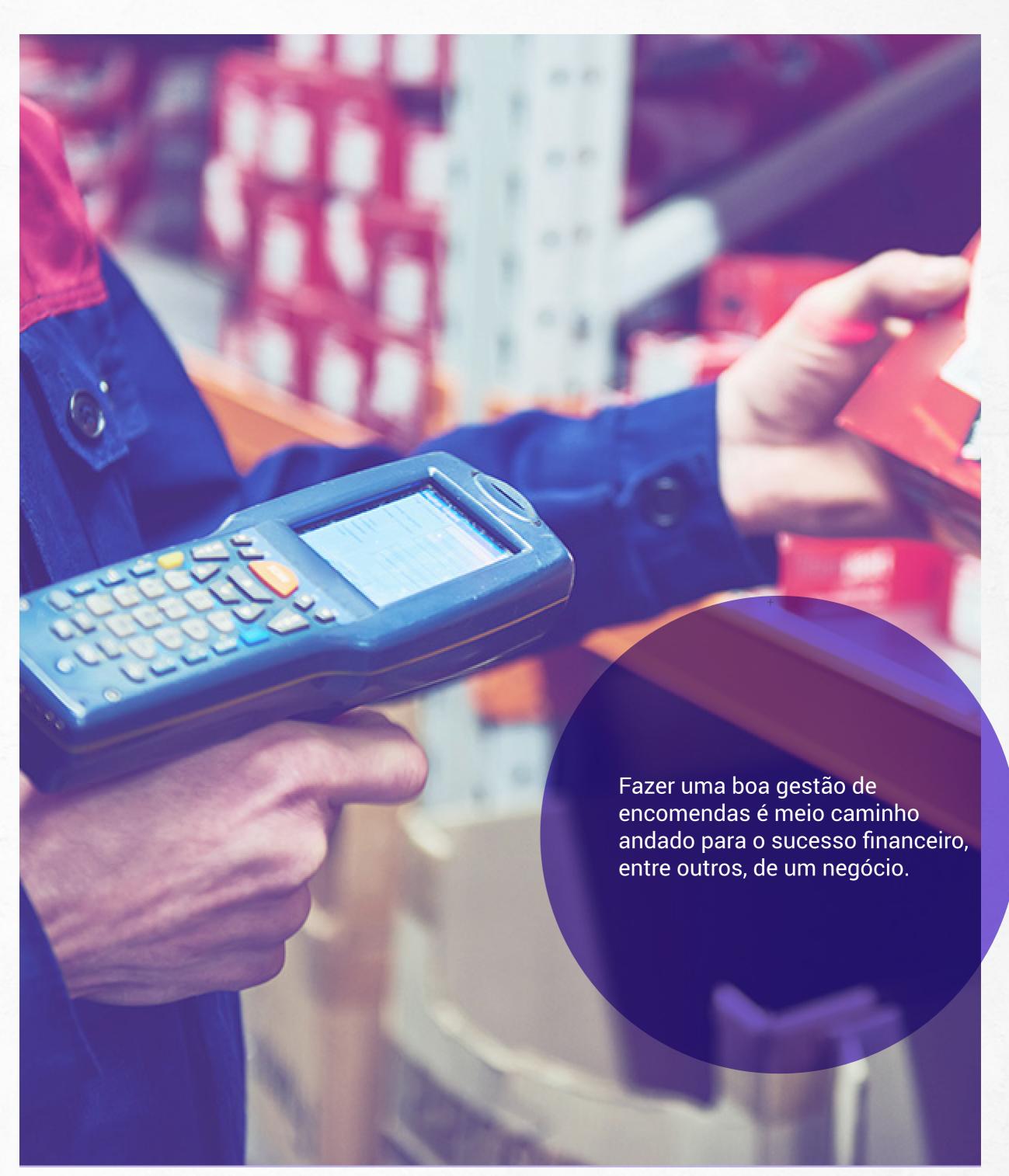
Melhorar a gestão de encomendas

A gestão de encomendas é das funções que mais dores de cabeça dá, especialmente se os volumes forem elevados. Fazer uma boa gestão de encomendas é meio caminho andado para o sucesso financeiro, entre outros, de um negócio.

Automatizar este processo elimina certas dificuldades, uma vez que pode ter facilmente acessíveis informações como histórico de encomendas, ou encomendas pendentes ou não concluídas, contribuindo para uma dinâmica mais fluída de todo o processo.

Gestão de inventário

Também uma gestão eficiente de inventário tem vantagens competitivas para qualquer negócio. Além disso, tem de ser rigorosa para efeitos de controlo de custos operacionais. A automatização da gestão de inventário traz imensas vantagens comparativamente a fazê-la manualmente, evitando erros e falhas.





Despachos e entregas

Quando um cliente efetua uma compra online, espera que as encomendas cheguem ao destino dentro dos prazos indicados. Atrasos nas entregas levam a clientes insatisfeitos e, por conseguinte, a perda de clientela e reputação.

É por isso que a gestão dos despachos e entregas deve ser o mais rigorosa possível, uma vez que afeta diretamente os clientes. No entanto, não é uma tarefa especialmente simples, pelo que beneficiará se for automatizada. Assim, os processos das várias etapas – como rastreamento de encomendas e integração com várias transportadoras – serão padronizados, poupando tempo e recursos.

Gestão de cobranças e tesouraria

A gestão da tesouraria de uma empresa é uma das tarefas mais complexas em toda a gestão de um negócio, e onde os erros têm consequências graves.

Cobranças e pagamentos em atraso, faturas emitidas incorretamente e má gestão do cash-flow podem ser fatais para uma empresa, pelo que um software de gestão é certamente benéfico, para não dizer essencial.

O software de gestão online
Jasmin simplifica todos os
processos de gestão do seu
negócio, desde a faturação
e gestão de stock, passando
pelo cumprimento das
obrigações legais e fiscais,
até às cobranças e controlo de
tesouraria, gestão integrada de
lojas online e ainda lhe fornece
indicadores de gestão que
ajudam a conduzir o negócio
na direção certa.

Escolha um software que trate de tudo automaticamente

Escolher um software de faturação é uma decisão importante, que não deve ser tomada levianamente. As palavras-chave aqui são simplicidade, acessibilidade, fiabilidade e funcionalidade, pois o objetivo é simplificar a gestão da sua empresa, facilitar o acesso à informação a vários documentos e canais, obter resultados fiáveis e conseguir uma solução adequada para cada um dos processos que tem que gerir diariamente.

Se é um empreendedor ou empresário que gosta sempre de ir mais além, então o Jasmin é a resposta que procurava! Além de permitir faturar online em poucos segundos, o Jasmin é um software dotado de inteligência artificial, que ajuda a gerir o negócio.

Tenha a certeza de que vai na direção certa

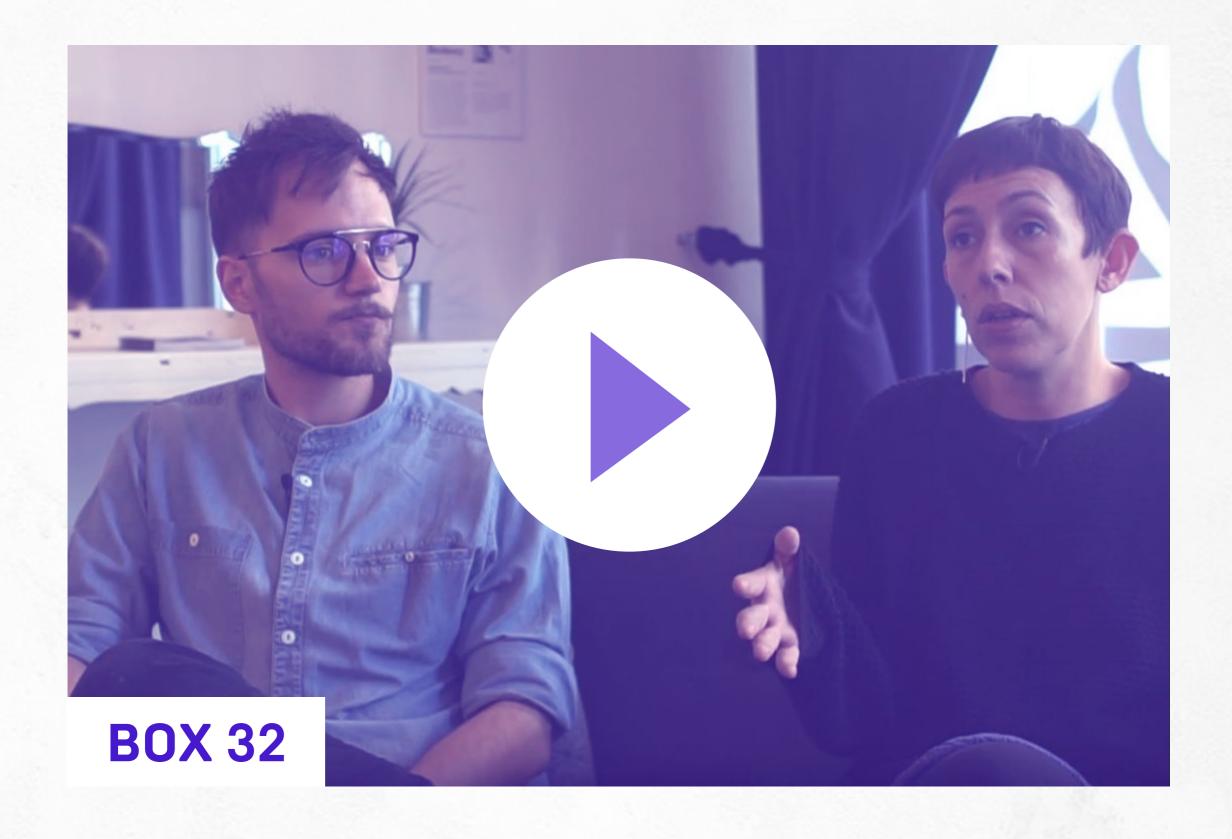
Já imaginou como seria se tivesse um assistente que indicava sempre as melhores opções? A tecnologia hoje já permite isso e o Jasmin já está dotado de mecanismos de inteligência artificial que fazem toda a diferença. Ao entrar no software vê de imediato um gráfico com os dados do negócio: o dinheiro em caixa, o que tem a receber, o que tem a pagar, a margem de lucro dos produtos, as atividades que devem ser realizadas naquela semana para que os objetivos sejam cumpridos... Enfim, tudo o que precisa para gerir o negócio está ali mesmo à sua frente.

Além disso, é intuitivo, certificado pela Autoridade Tributária e permite-lhe faturar em qualquer lugar. Se já tem uma loja online, é muito fácil integrá-la com o Jasmin. Se ainda não tem, basta escolher uma.

Os empreendedores são fãs do Jasmin.

1000

É o número de lojas online e outras aplicações que integram com o Jasmin.



Experimente também. É gratuito!

dasmin Software by PRIMAVERA

Visite-nos em www.jasminsoftware.pt





