

8 dicas para impulsionar seu e-commerce no Natal

Valéria Molina (*)

Promoções especiais, otimizações no site e design responsivo podem ser fatores decisivos para colocar seu negócio online na frente

Com a chegada do Natal, a época de alta demanda de compras pode ser um bom momento para otimizar a sua loja online para tentar aproveitar ao máximo as visitas em seu site e gerar mais conversões.

Com a taxa de conversão média global em cerca de 2,95%, de acordo com o levantamento da Invesp, empresa especialista em inteligência para e-commerce, é muito importante que seu site esteja preparado para atender a demanda de seus clientes.

Procurando referências sobre isso, encontramos as dicas de Jonathan Long, fundador da Market Domination Media. Destacamos as principais para mostrar que existem ações que podem ser facilmente aplicadas em seu e-commerce e ajudar a fazer a diferença em épocas como o Natal.

1. Use sistema de pagamento de uma página

Existem algumas coisas que demandam demais do nosso tempo, e muitos consumidores não têm paciência para esperar páginas carregarem e tendem a desistir de finalizar a compra se perceberem que o processo de pagamento pode ser longo. Portanto, um sistema de check-out de uma única página pode ser um fator importante para todas as lojas online, principalmente durante épocas de alta demanda, em que o objetivo é converter o maior número possível de visitas em compras.

Muitas plataformas de comércio eletrônico têm a opção de pular a página do carrinho e mandar o cliente direto para a página de check-out. Se você fizer isso, vale certificar-se de que exista um botão "Continuar comprando" altamente visível para aqueles que querem comprar mais.

2. Reduza o número de carrinhos de compras abandonados

A maioria dos sites de comércio eletrônico vê uma grande onda de tráfego durante a temporada de compras em datas comemorativas, e muito desse tráfego é frio. Os consumidores estão procurando ofertas e compras a nível de comparação, com muito poucos procurando comprar imediatamente.

Para ajudar a tirar o máximo de proveito das visitas em seu site, vale executar campanhas que incentivem o retorno do visitante.

Todo mundo que visita seu site é um cliente potencial, especialmente aqueles que iniciam o processo de compra e depois abandonam o carrinho. Uma campanha de redirecionamento permite que você "acompanhe" esses consumidores pela internet, com anúncios específicos para eles, pois o objetivo é estar na frente deles quando eles tomarem a decisão de comprar.

Além disso, você pode utilizar ofertas de saída para ajudar a manter seu cliente interessado em finalizar a compra no seu e-commerce. Um pop-up promocional que dispara quando um visitante está tentando deixar seu carrinho sem concluir a compra, códigos de desconto e outras promoções atraentes são boas opções para tentar manter o consumidor em seu site. Quando se ouve a palavra 'pop-up' muitas pessoas ficam nervosas, mas nesse caso, a função pode funcionar, se for programada para aparecer no instante que o cliente vai fechar a página sem finalizar a compra.

3. Use imagens profissionais

Você tem uma chance de impressionar um visitante do seu site, já que a maioria nunca mais retornará. Deixar uma excelente primeira impressão é crucial, por isso é importante que tudo seja perfeito - inclusive a apresentação de seus produtos. Se você estiver vendendo produtos de outras marcas, peça ao fabricante por imagens profissionais. Se você está vendendo seus próprios produtos, invista num fotógrafo profissional.

4. Reforce a segurança do site

Se você estiver vendendo online, a maioria dos provedores de serviços comerciais exigirá que seu site tenha um certificado SSL (Secure Socket Layer). Para enfatizar a segurança, a recomendação é incluir selos de confiança na sua página de check-out. Esta simples garantia de segurança pode ganhar a confiança do consumidor e, portanto, ajudar a reduzir as chances de abandono do carrinho

de compras.

A maioria dos provedores SSL oferecerá um selo que você pode exibir em seu site e que pode ser usado para informar seus visitantes que você está fornecendo um ambiente de compras mais seguro. Vale mencionar que quando se trata de segurança do site, você também deve se certificar de que seu conteúdo é seguro e livre de malware, fazendo limpezas e escans periódicos.

5. Expanda suas estratégias de Marketing

A temporada de compras de Natal pode ser uma oportunidade de impulsionar suas vendas. Por isso, muitos pequenos negócios devem considerar fazer um plano estratégico especialmente para essa época do ano. Dessa forma, as mensagens podem ser customizadas de acordo com a data comemorativa e as promoções podem ser temáticas.

Algumas ações simples que podem ser legais para seus clientes, ajudando a fazer com que eles se sintam que seu e-commerce tem o que eles precisam. Algumas são, por exemplo, enviar cartões digitais e e-mails personalizados, oferecer descontos especiais para clientes fidelidade, postar mensagens temáticas e dicas de presentes em suas redes sociais, fazer promoções relâmpago e até mesmo oferecer a opção de presentes embrulhados especialmente para datas comemorativas.

6. Distribua códigos de desconto e cupons

Antes de finalizar uma compra, muitos consumidores entram no Google e buscam: "[Nome do seu site] + código de cupom" na tentativa de economizar dinheiro. A maioria dos sites de comércio eletrônico tem promoções de datas comemorativas, então, para competir, pode ser interessante para a sua loja online ter alguns códigos de cupom espalhados e disponíveis pela web. Podem ser descontos de produtos ou mesmo uma oferta de frete grátis.

Inclusive, uma das maneiras mais fáceis que te ajudam a se certificar de que seus códigos de cupom apareçam nos resultados da pesquisa é publicá-los em mídias sociais. O Twitter por exemplo, é um ótimo canal, porque a maioria dos tweets é indexada pelo Google.

7. Adapte seu site para celular

Segundo o MMA Mobile Report 2017, feito pela Kantar, jovens da Geração Z brasileira passam e média 4 horas e 17 minutos por dia na Internet no celular. Que o acesso mobile só aumenta não é novidade, por isso, fornecer uma experiência móvel agradável em termos de navegação do site é essencial.

Os consumidores precisam conseguir navegar pelo seu site e encontrar rapidamente o que estão procurando a partir de qualquer dispositivo. Muitas ferramentas de criação de sites, desenvolvedores e designers web oferecem serviços mobile para pequenas empresas e podem te ajudar a desenhar um site responsivo que seja a cara do seu negócio.

8. Mostre opções de contato em todas as páginas

Informações de contato que são acessíveis a partir de todas as páginas do seu site ajudam a aumentar a confiança do consumidor, além de permitir que eles te achem rapidamente caso tiverem uma pergunta sobre um produto ou uma compra passada. Em adição a isso, passam a garantir de que se eles tiverem algum problema mais para frente, podem facilmente entrar em contato com sua empresa.

Com tantos sites de comércio eletrônico disponíveis, você precisa ter certeza de que seus potenciais clientes estão confiantes o suficiente para comprar na sua loja online. Um endereço visível de empresa, um número de telefone e uma página de contato detalhada são grandes diferenciais.

Aumentando as vendas online no Natal

A conversão do tráfego do site durante datas comemorativas é extremamente valiosa, tanto em termos de receita que você pode gerar, como também em termos de crescimento e reconhecimento de marca. A temporada de Natal, por exemplo, é uma ótima oportunidade para apresentar sua marca a um novo público e criar novos clientes. Por isso, aproveite o momento e otimize sua loja online.

*GoDaddy é o local onde as pessoas vão para dar um nome a suas ideias, construir um site profissional, atrair clientes e gerenciar seu trabalho

(*) É diretora de marketing para a GoDaddy no Brasil.

Rastros digitais: o que a internet sabe sobre você pode deixar marcas eternas

A internet se tornou um enorme campo construído por dados e memórias diversas, complexas e constantemente atualizadas

Wolmer Godoi (*)

Muito disso se deve ao fato de que toda ação - online ou offline - que realizamos em nossas vidas deixa uma marca. No ambiente digital, podemos deixar rastros conscientes - como no caso de publicações, entrevistas -, ou registros inconscientemente: páginas acessadas, tempo de navegação, termos de busca, dentre outros. Através de ambos é possível ser rastreado.

"Digital Footprint" é o termo que define a nossa pegada, nosso rastro digital. Ele é composto pelo conteúdo - palavras, fotografias, áudio ou vídeo - que pode ser atribuído a um determinado indivíduo. Partes de uma pegada digital incluem fotografias no Instagram, postagens em blogs, vídeos publicados no YouTube, mensagens no mural do Facebook, reportagens, LinkedIn, etc. Outro conjunto de informações é o que está "on line" mas não está tão facilmente acessível: informações no SPC, Banco Central, Cartórios, Tribunais (Federais, Estaduais, Trabalho etc.) e outras bases de dados privados. Todo esse conglomerado de informações compõem a sua pegada digital, e ela diz muito sobre você.

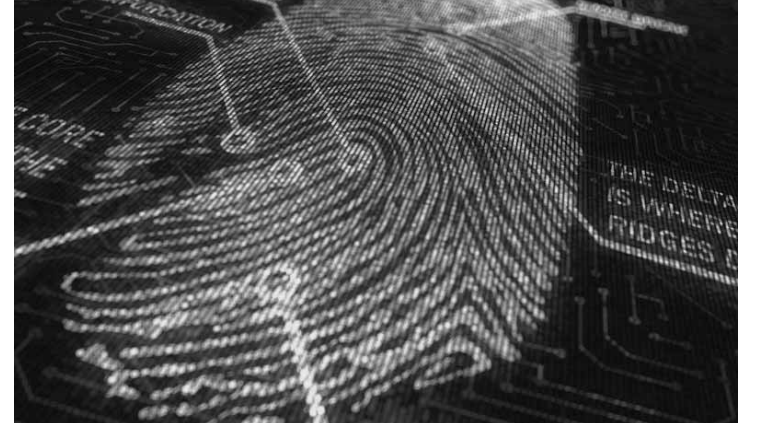
Talvez você esteja se perguntando agora o porquê de se preocupar com isso, certo? Bom, se você nunca buscou seu nome no Google, sugiro que faça isso agora e veja todas as informações que qualquer pessoa ou empresa de qualquer lugar do mundo pode ter sobre você. Uma pesquisa realizada pela McAfee em 2014, com 1.502 jovens entre 10 e 18 anos dos Estados Unidos, aponta que 49% dos respondentes postaram algo que se arrependeram depois; 50% já compartilharam o endereço de e-mail; 30% compartilharam o número do telefone e 45% mudariam o comportamento em postagens se soubessem que os pais estavam de olho. Os seus dados pessoais não devem ser compartilhados.

Recentemente, palestrei sobre "Rastros Digitais" em um evento de segurança da informação e fiz um exercício muito interessante para saber até que ponto conseguiria informações pessoais de pessoas que estariam no evento. Os resultados chegaram a impressionar a mim e ao público presente. Selecionei 12 pessoas que confirmaram presença ao mesmo evento de segurança pelo Facebook e além das redes sociais, comecei a buscar as informações em sites públicos como Jusbrasil, Escavador, Consulta Sócio, Vebidoo, entre outros. O resultado deste exercício é que foi possível encontrar praticamente todos os dados dessas pessoas, como:

- 100% do número de CPF, data de nascimento, telefone e renda;

- 93,75% do nome da mãe, e-mail e endereço;

- 87,5% do nome da empresa e de parentes, ocupação e escolaridade;



- 81,25% da classe social;
- 68,75% do veículo;
- 31,25% dos títulos de eleitor;
- 12,5% da restrição financeira.

Agora pense e reflita: o que pessoas mal-intencionadas poderiam fazer com todos estes dados? Que tipo de problema ou manchas em sua vida pessoal um elemento mal-intencionado poderia causar?

Para isso, listo algumas dicas que podem ajudar você na forma de se interagir com outras pessoas através de canais digitais:

- Altere as configurações de privacidade em suas redes sociais para que apenas seus amigos possam ver sua informação;

- Tenha sempre em mente que, uma vez que a informação foi postada online, pode ser quase impossível removê-la;

- Não publique nada que possa se tornar embaraçoso mais tarde;

- Cuidado com as fotos postadas em seus perfis públicos. Os outros o julgarão com base no conteúdo;

- Não divulgue seu endereço pessoal, número de telefone, senhas, mesmo em mensagens privadas. Existe sempre a possibilidade de alguém encontrá-lo;

- Não publique coisas para intimidar, ferir, chantagear, insultar ou gerar qualquer tipo de dano aos outros.

Na dúvida, não poste para não se arrepender depois!

(*) É Diretor de Cibersegurança da CIPHER.

A importância do controle de estoque para pequenas e médias empresas

Tem total controle do estoque da sua empresa? Se você está em dúvida, saiba que pode estar sofrendo prejuízos sérios. Primeiro, porque pode ser vítima de furtos e nem perceber isso antes de ser tarde demais e, segundo, porque você pode perder grandes oportunidades para negociar com seus fornecedores e criar promoções para seus clientes.

No controle de estoque, além das quantidades, os empresários precisam ter claro quais são os valores envolvidos. Com essas informações à mão, fica mais fácil organizar demandas e vender sempre mais.

As grandes empresas costumam trabalhar com um rigoroso controle de estoque, normalmente realizados com softwares próprios, mas ter esse controle é ainda mais vital para as pequenas e médias empresas. Em uma grande indústria, seria terrível perder parte da sua produção, mas para uma pequena loja, por exemplo, isso pode significar o fim de suas atividades.

Um problema muito comum é o furto. Cerca de 77% das empresas brasileiras já sofreram algum tipo de furto, muitas vezes praticados por seus próprios funcionários. O dado é da ABSO (Associação Brasileira de Segurança Orgânica), que ainda afirma que o valor médio do furto é de R\$428,00. Se o roubo acontecer sistematicamente, pode quebrar qualquer negócio.

Não ter um controle correto do seu estoque pode gerar problemas também com o capital de giro da empresa. Ter um estoque muito grande é o mesmo que ter dinheiro parado. Já não trabalhar com estoque pode representar dinheiro perdido, pois compras de última hora com fornecedores não permitem uma boa negociação e quanto mais tempo o cliente precisa esperar para ter seu produto, maior a chance dele desistir da compra.

Empresas que trabalham com muitos produtos diferentes, como lojas de roupas, de eletrônicos, papelerias, etc, são as que mais precisam ter atenção com seu estoque porque essa grande variedade ajuda a complicar as coisas. Por isso, é importante ter



processos de entrada e saída muito bem definidos.

Ter o controle de estoque no papel ou em planilhas de inserção manual são opções para pequenas empresas, mas que certamente causam muita perda de tempo e dinheiro. Alimentar uma planilha de forma correta exige muita atenção. E para que o estoque esteja continuamente em dia, é preciso inserir informações atualizadas a todo instante.

A maioria das empresas vem investindo em softwares de gestão. Existem opções no mercado para diferentes tamanhos de empresas e com diferentes valores. Pequenas e médias podem trabalhar até mesmo com sistemas gratuitos. Os softwares de gerenciamento possuem diferentes módulos que se complementam, fazendo com que as entradas de materiais e vendas de produtos atualizem de maneira automática as informações do módulo de estoque da empresa.

Essas informações, organizadas e atualizadas, podem gerar boas oportunidades de negócios. É possível analisar a rotatividade de determinados produtos, prever sua necessidade de matéria prima e já negociar com o fornecedor melhores prazos e preços. Já com os produtos que estão parados no estoque, é possível pensar em promoções para seus clientes. Ofereça um preço especial para seus clientes mais fiéis, ou incentive a venda para consumidores que já tenham adquirido produtos parecidos. Trabalhe estrategicamente para renovar seu estoque e oferecer o melhor para sua clientela.

Ter uma empresa bem sucedida exige paciência, perseverança e muito controle. É preciso saber tudo o que está acontecendo no seu negócio e ainda prever possibilidades. O controle do estoque é mais um desses cuidados necessários, por isso apostar em soluções que facilitem esse tipo de processo representa ganhos significativos de tempo e dinheiro para sua empresa.

(Fonte: Robinson Idalgo - fundador da SoftUp - empresa brasileira criadora do sistema de gestão* (ERP) grátis (www.sistemagratis.com.br).



News @TI

Campanha drone consciente incentiva o voo seguro e seguindo as normas

@Mais de 100 mil drones voam no Brasil. Já existem regras claras para uso profissional e recreacional. Entretanto, apenas um quarto destas aeronaves não tripuladas estão registrados na ANAC - Agência Nacional de Aviação Civil - e um número ainda menor no DECEA - Departamento de Controle do Espaço Aéreo -, que autoriza cada missão. Além disso já é comum o relato, nas redes sociais, de imagens e filmes produzidos por drones nitidamente fora das regras, colocando em risco o patrimônio e a integridade de pessoas. Culminando, recentemente, com o incidente amplamente divulgado pela grande mídia, de um drone voando na cabeceira da pista do aeroporto de Congonhas, em São Paulo (SP), Fato que gerou um caos no tráfego aéreo por algumas horas.

Casa do Pão de Queijo realiza contratação 100% digital

@A Casa do Pão de Queijo, rede com presença em todo o território nacional, implementou o sistema Acesso RH, da Acesso Digital, passando a realizar contratações de novos funcionários inteiramente digitais com redução do tempo para recebimento, validação e aprovação da admissão de 15 dias para 3 dias. Além de reduzir tempo de admissão, a empresa eliminou a entrega de documentos nas lojas, criando um processo único e padronizado de documentação de funcionários para todas as lojas da rede, reduzindo em 80% a perda de candidatos durante o processo. Antes de implementar o sistema na Casa do Pão de Queijo, os candidatos aprovados pelos responsáveis das lojas recebiam um checklist de documentos e tinham de levar cópias na loja em que atuariam. O material era direcionado via malote para o RH corporativo, que checava e digitalizava os dados em folha de pagamento (site: http://acesso.io/).