

PROCESSO DE RETORNO AO NORMAL

EMPRESAS DE CONSUMO E VAREJO DEVEM VOLTAR AO NORMAL E RETOMAR O CRESCIMENTO

▶▶▶ [Leia na página 6](#)

Dicas para pequenos negócios interessados em atuar em marketplaces

Um dos modelos de negócios que não param de crescer no Brasil é o marketplace, que funciona como um shopping virtual onde diferentes empresas anunciam seus produtos para milhares de clientes

Enquanto para os usuários esse tipo de plataforma oferece praticidade ao disponibilizar várias ofertas em um único site, para os vendedores é oferecido um sistema integrado de gestão das vendas que simplifica o pagamento e entrega dos produtos, em troca de uma comissão por venda realizada.

No mês passado, o Sebrae firmou acordo com o Magazine Luiza para levar estratégia de marketplace aos pequenos negócios por meio da nova plataforma da varejista, o Parceiro Magalu. A ideia é promover a transformação digital das micro e pequenas empresas e abrir novos canais de vendas para os negócios diretamente atingidos pela pandemia. Atento às necessidades dos empresários que querem potencializar as vendas utilizando o comércio eletrônico, o Sebrae separou 5 dicas para os donos de pequenos negócios interessados em atuar em marketplaces:

1. Escolha bem os produtos que você vai vender – Para se tornar um vendedor de sucesso em um marketplace, é necessário fazer uma boa seleção dos produtos a serem anunciados. Escolha um nicho de atuação, pois quanto mais especializado você for, mas conseguirá se diferenciar dos demais anunciantes do marketplace. Foque em produtos que você conhece bem para facilitar seu processo de vendas e anuncie os seus produtos que sabe que tem mais saída. Dessa forma, você também consegue



atrair o público que mais se encaixa no perfil da sua loja. Também fique de olho nas tendências e observe o que a concorrência está oferecendo para que consiga refletir sobre seus diferenciais.

2. Capriche no anúncio – Para ter um anúncio de sucesso é preciso esforço, dedicação e estudo. Primeiramente, pesquise como seus concorrentes anunciam e quais são as dúvidas mais comuns dos consumidores. Elas podem te orientar sobre quais informações adicionais colocar no seu anúncio. Fique atento ao título, que deve ter o nome, a marca, o modelo e especificação técnica do produto. Certifique-se de inserir seu produto na categoria correta, pois muitos compradores utilizam a busca por categoria.

Garanta mais relevância colocando as informações técnicas do

produto e vincule o número do código de barras (Código EAN) ao anúncio para que ele apareça melhor nos sites de busca. Se seu produto possui variações de cor, tamanho ou voltagem, preencha corretamente os campos específicos e coloque uma foto para cada produto diferente. Quanto às fotos, elas devem ser nítidas e apresentar bem o produto. O tamanho ideal é 1200x1900 pixel. Mostre o produto real e apenas um por foto. Um bom vídeo também pode ajudar nas vendas, mostrando como o produto funciona de forma objetiva e simples. O vídeo não deve ultrapassar 60 segundos.

3. Tenha os produtos em estoque – Nunca anuncie sem ter estoque. Ter o produto para entrega é fundamental para a venda online. Se seu estoque for muito pequeno ou esgotar, encerre seu anúncio

ou interrompa a divulgação até que tenha novamente o produto para vender. Saiba que a relevância do produto dentro da plataforma depende de como gerencia o seu estoque. Por isso, evite encerrar ou interromper anúncios por falta de estoque para não perder visibilidade para os clientes.

4. Precifique bem seus produtos – Colocar o preço correto nos produtos é um dos maiores desafios para os pequenos negócios. No comércio eletrônico não é diferente. Oferecer frete grátis, por exemplo, pode destacar seu anúncio, mas avalie bem se esse custo está dentro das suas possibilidades. Alguns marketplaces dividem o custo do frete grátis com o vendedor para produtos acima de um valor específico. Verifique as condições da plataforma para definir sua estratégia de frete e de preços.

5. Atenda aos compradores com atenção e rapidez – Na internet, a sua loja ficará aberta 24h por dia e os compradores querem atenção imediata. Responda rápido aos questionamentos, pois respostas em até 2 minutos podem fazer diferença para concluir a venda ou não. Para isso, tenha alguém de plantão mesmo à noite, finais de semana ou feriados para não deixar seu potencial comprador esperando.

Crie respostas automáticas para as perguntas mais frequentes e mesmo que o comprador solicite algo que você não tem, ofereça algo semelhante com o link do anúncio para tal compra. O pós-venda também é muito importante. Então verifique com atenção o produto a ser enviado e poste-o o mais rapidamente possível. Em caso de problemas, tenha uma postura amigável e resolutiva para garantir a satisfação do cliente e proporcionar boa avaliação do seu atendimento. (AI/Sebrae).

Negócios em Pauta

correiobraziliense.com/reprodução



Prática de Inglês

Em prol de ajudar os professores da educação básica a realizarem suas aulas, o Escritório de Ensino de Língua Inglesa da Embaixada dos Estados Unidos e a ChatClass, edtech que democratiza o ensino de Inglês com o uso de uma Inteligência Artificial no WhatsApp, liberaram de forma gratuita a plataforma utilizada na Olimpíada de Inglês em 2019, que conta com milhares de atividades pedagógicas. Agora, é possível acessar o "Robô de Ensino no WhatsApp" como uma ótima prática para a Olimpíada de Inglês 2020, que acontecerá no 2º semestre do ano. Os professores interessados podem enviar "Oi" para o número (11) 97585-0888 no WhatsApp, ou acessar: (my.chatclass.com.br). ▶▶▶ [Leia a coluna completa na página 3](#)

News@TI

AI/Kingston/Divulgação



Reflexão sobre empreender em tempos desafiadores

@“Empreender em tempos desafiadores” é o tema do episódio do Insight Kingston que vai ao ar hoje (29), às 18h, nos canais da Kingston Brasil no Facebook, Instagram e YouTube (https://www.youtube.com/playlist?list=PLxQ9pBnBva-hj5it8Bls3wTQJU-0mnSXD1). No quarto programa da websérie criada pela Kingston Technology para levar conteúdo atual e relevante para micro e pequenos empreendedores na gestão de seus negócios, os irmãos e mentores de empresários Leandro e Léo Campos receberão Flavio Garcia, fundador da MBM Business School e investidor anjo da Bossa Nova Investimentos, para falar sobre posturas e comportamentos que devem ser adotados para superar situações adversas (www.kingston.com). ▶▶▶ [Leia a coluna completa na página 2](#)

Política

Reunião do ministério termina mal

Por Heródoto Barbeiro

▶▶▶ [Leia na página 2](#)

Campanhas de marketing

As vendas digitais deverão ter um crescimento expressivo no Brasil nos próximos meses por causa do Coronavírus. Entre os diversos motivos para o crescimento do comércio eletrônico, a segurança pessoal e a conveniência são, sem dúvida, fatores-chave para entendermos o motivo da expansão das compras por meio de dispositivos móveis e o aumento de pedidos em serviços do tipo “clique e colete”, em que os consumidores compram on-line e depois retiram suas compras nas lojas. ▶▶▶

Formas de se adquirir um imóvel

A aquisição de imóvel é a realização de um sonho para várias pessoas, e isso se dá graças a um contrato de compra e venda de bem imóvel. Contudo, esse tipo de transação não é única forma que existe de se adquirir um bem. Vários outros contratos ou negócios jurídicos podem ser feitos para aquisição da casa própria. Começando pela compra e venda, ela pode se dar inicialmente por um instrumento particular de promessa de compra e venda firmado entre comprador e vendedor, como conta o presidente da Associação Brasileira dos Mutuários da Habitação (ABMH), Vinicius Costa. “Ali o comprador promete vender o bem ao comprador, que promete pagar o valor da compra e venda”, diz. ▶▶▶

Experiência se tornou essencial

É possível dizer que a pandemia da COVID-19 terá consequências para atuação das marcas mesmo depois que o vírus for controlado. Primeiramente, fica visível a importância de um propósito maior do que apenas vender, com empresas em todo o mundo se solidarizando com as vidas dos seus colaboradores e consumidores. E por último, a necessidade de uma presença digital forte, por meio de conteúdo e um e-commerce preparado. Mas depois que muitas empresas tentaram melhorar sua estrutura – ou mesmo “correr atrás do prejuízo”, um novo desafio surge: o da experiência. ▶▶▶

Para informações sobre o

MERCADO
FINANCEIRO

faça a leitura do
QR Code com seu celular

