



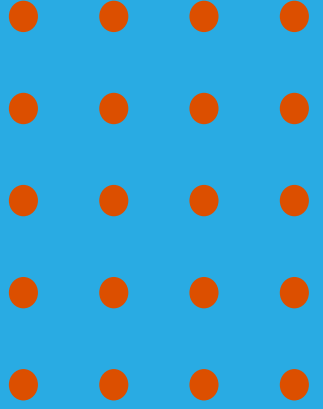
Como movimentar o e-commerce em período de baixas vendas



Sumário

Introdução.....	3
Promoção é sempre bem-vinda.....	04
Faça seu estoque girar.....	06
Anuncie em marketplaces.....	08
Experiência de compra é importante.....	09
Divulgação é indispensável.....	10
Frete é o diferencial.....	11
Frete é com a Frenet.....	13





Introdução

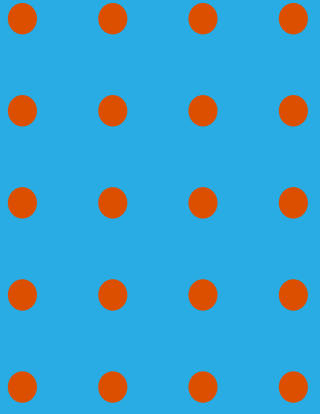


Quem é adulto sabe que se você piscar, aparece um boleto para pagar. **No começo do ano as contas são ainda maiores.** IPTU, IPVA, material escolar e volta das férias do trabalho são alguns dos motivos que deixam muita gente com a verba curta nesse período.

Dessa maneira, **as vendas nos primeiros meses do ano tendem a cair.** Pensando nisso, separamos algumas dicas para te ajudar a movimentar o e-commerce em períodos de baixas vendas.

O melhor de tudo é que **você pode utilizá-las o ano todo,** de acordo com a necessidade da sua loja virtual. Ficou curioso? Confira abaixo:





Promoção é sempre bem-vinda

Se tem uma coisa que atrai os consumidores, mesmo que por curiosidade, é **promoção**. Muita gente espera para comprar determinado produto até encontrar um desconto.

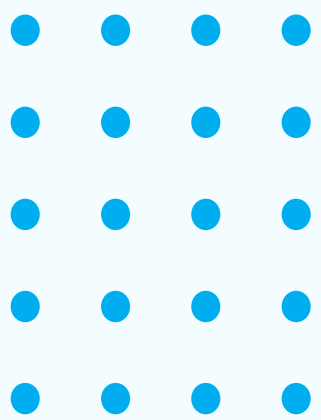
Por isso, **apostar em promoções para movimentar o e-commerce em período de baixas vendas é muito interessante**. Sendo assim, estude as possibilidades e crie promoções com descontos atrativos.

Uma ideia bacana é apostar no **desconto progressivo**. Ou seja, quanto mais o cliente comprar, mais descontos ele terá. Dessa maneira, é um incentivo maior para que ele compre além do que estava planejando. Conseqüentemente, **vende mais**.

Na prática o desconto progressivo funciona da seguinte maneira: supomos que um dos produtos que você oferecerá o desconto seja uma capa para celular e a unidade dela custa R\$15,00. Observe como poderia ser aplicado o desconto:

- 01 a 02 capas – R\$15,00 cada (sem desconto)
- 03 a 05 capas – R\$12,15 cada (15% de desconto)
- 06 a 10 capas – R\$11,25 cada (25% de desconto)
- 11 ou mais capas – R\$ 9,75 (35% de desconto)





O ideal é que você **faça um planejamento** para não impactar negativamente o financeiro do seu e-commerce. Defina a quantidade de desconto e os produtos que serão contemplados.

Outra opção é o combo. Sendo assim, você pode disponibilizar mais de um produto em um kit com um preço promocional. Geralmente, os produtos têm relação entre si, por exemplo: shampoo, condicionador e creme de pentear.

Você pode adaptar de acordo com os produtos que você vende na sua loja. Essa também é uma forma de incentivar o cliente a comprar mais.





Faça o seu

estoque girar



Aproveitando o gancho da promoção, **que tal o desconto ser em produtos que estão parados no seu estoque?** É uma maneira de fazer com que seu estoque gire.

Além disso, **é muito importante que seu estoque esteja organizado**, até mesmo para que você encontre as mercadorias que estão paradas com maior facilidade.

O estoque organizado também **proporciona maior agilidade na separação dos produtos**. Assim, faz com que o processo de **pós-venda seja mais rápido**.

Conseqüentemente, **agiliza a entrega da mercadoria** para o seu cliente.

Para organizar o estoque você pode setorizar por cores, tipos de produto e tamanhos, por exemplo. O ideal é que você **defina juntamente com a sua equipe a maneira mais fácil e lógica para todos**.

Com o estoque organizado e vendendo as mercadorias que estavam paradas, você já pode começar a se planejar para adquirir os novos produtos para as datas mais movimentadas.



Outra estratégia interessante para movimentar o e-commerce em período de baixas é **diversificar os meios de pagamento**, oferecendo condições especiais.

Como no início do ano tem muitos gastos, alguns consumidores ficam limitados por falta de crédito e dinheiro para compras à vista. Sendo assim, se sua loja oferece formas de pagamento para 30 ou 60 dias após a compra, se torna mais atrativa.

Para isso, você pode utilizar a modalidade **Buy Now Pay Later**. O termo traduzido para o português significa “**compre agora, pague depois**”. Como o próprio nome já diz, refere-se a uma forma de pagamento no qual o cliente só paga depois pela compra de um serviço ou produto.

Além disso, **o consumidor pode escolher pagar à vista com um prazo ou parcelado sem a necessidade de um cartão de crédito**.

Para oferecer a modalidade, **o lojista precisa contratar uma fintech**, empresa provedora que media a compra e fica responsável por receber o pagamento do cliente. Assim como, fazer os parcelamentos.

Dessa forma, mesmo que o cliente tenha um prazo para pagar ou parcele a compra, **a loja recebe o valor a vista através da fintech**.





Anuncie em marketplaces

Em períodos de baixas vendas, **considere anunciar em marketplaces para vender mais**. Os marketplaces, principalmente os maiores, já estão no mercado há algum tempo e são conhecidos pelos consumidores.

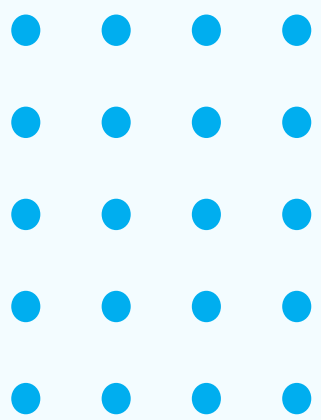
Dessa maneira, **muita gente opta por comprar nesse canal pela credibilidade**. Por isso, vender em marketplaces é **uma oportunidade para ganhar visibilidade e vender mais**.

Falando em credibilidade, **é importante que o seu e-commerce seja bem avaliado**. Mesmo em marketplace, os consumidores costumam pesquisar se o vendedor é confiável.

O Reclame Aqui é um site muito utilizado para avaliar a reputação de uma empresa e **é fundamental que a avaliação da sua loja seja boa**.

Por isso, **ofereça as melhores soluções para os eventuais problemas que forem apontados**. Afinal, problemas toda loja tem. Os diferenciais são as soluções e o atendimento





Experiência de compra é importante

Se você deseja fidelizar o consumidor e garantir a recompra, **proporcione uma excelente experiência de compra.**

Dessa maneira, **surpreenda positivamente o seu cliente.** Gestos simples fazem total diferença.

Para isso, você pode enviar um bilhete agradecendo pela compra, brinde, cupom de desconto para a próxima compra e até mesmo garantir que a mercadoria chegue antes do tempo acordado.

Além disso, **o atendimento ao cliente é muito importante.** Sendo assim, **disponibilize um atendimento personalizado** e humanizado. Também, é interessante oferecer mais de um canal para contato e garantir que eles estejam visíveis em seu site.

Outro ponto importante é a **usabilidade do seu site.** O cliente precisa ser conduzido com maior facilidade para **evitar que ele se perca e acabe não concluindo a compra.**

Ter o **layout responsivo é fundamental.** Atualmente, muitos consumidores utilizam o celular para efetuar compras. Por isso, se sua loja conta com a responsividade do layout, **evita que o site apareça quebrado para o cliente e você deixe de vender por isso.**





Divulgação é indispensável



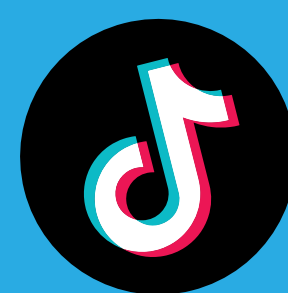
Divulgar a sua loja é essencial para que os consumidores conheçam e possam comprar. Em períodos de baixas vendas a divulgação é ainda mais importante, especialmente quando promoções estão disponíveis.

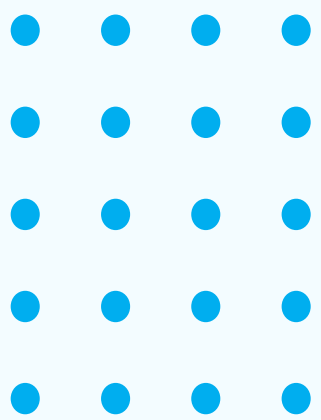
Por isso, aposte em conteúdos de qualidade e atrativos para chamar a atenção dos consumidores para o seu e-commerce. As redes sociais são excelentes canais de divulgação.

No entanto, infelizmente, as publicações orgânicas não possuem muito alcance. Sendo assim, se possível, invista em mídias pagas nas redes sociais e no Google. Dessa maneira, seus posts chegarão a mais pessoas que estão interessadas nos seus produtos e as chances de vendas são maiores.

Vale também utilizar o e-mail marketing. Dessa forma, segmente os conteúdos de acordo com a lista de contatos que você possui. Para os consumidores que já compraram na sua loja, incentive-os a comprar novamente.

Já para quem apenas se cadastrou e nunca comprou, prepare um conteúdo para convidá-lo a conhecer os seus produtos. Oferecer cupons de desconto nesses casos é sempre interessante.





Frete é o diferencial

O frete é fator decisivo para a finalização da compra.

Afinal, o cliente tem várias opções no mercado com preços semelhantes. Se ele se deparar com o custo do frete baixo e prazo de entrega rápido na sua loja, certamente ele irá optar por comprar com você.

Disponibilize mais de uma opção de entrega no seu e-commerce. No entanto, não adianta oferecer várias opções de frete com valores extremamente altos e prazos de entrega demorados. Para isso, **trabalhe com as transportadoras certas para o seu negócio.**

Você pode **segmentar as transportadoras** por região e tipo de produto. É uma forma de baratear o preço.

Também, **é interessante ter dois serviços da mesma transportadora**, uma tabela econômica, com preços mais em conta e outra express, com prazos de entrega mais rápidos, mesmo com o custo um pouquinho maior. **Assim, o consumidor pode escolher qual se encaixa melhor a sua necessidade e bolso.**





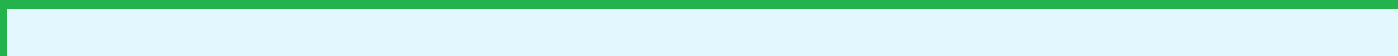
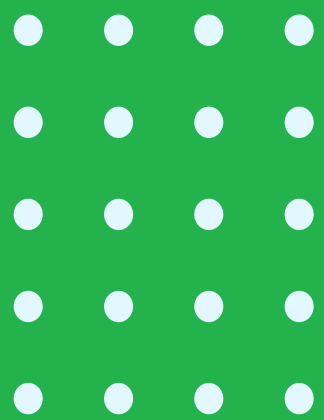
Frete grátis é uma opção muito atrativa. Desse modo, sempre que possível, disponibilize esse benefício na sua loja virtual.

Você pode determinar um valor mínimo de compras para a entrega gratuita e definir as regiões contempladas.

Uma estratégia utilizada com frequência pelos lojistas é **acrescentar uma porcentagem em cima do valor do produto** para cobrir os custos do frete. **Esta opção é uma saída para atrair consumidores quando o orçamento está apertado** e o lojista não consegue arcar com o valor da entrega.

Entretanto, caso seja possível disponibilizar o frete grátis sem repassar o valor para o preço do produto, melhor ainda. Por isso, **estude as suas possibilidades e trabalhe com as estratégias que se encaixem melhor com a necessidade do seu e-commerce.**





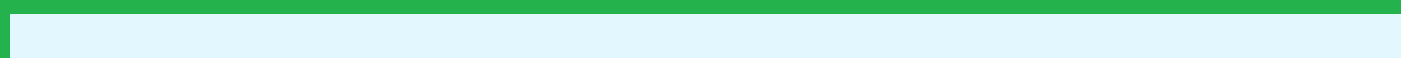
Frete é com a Frenet!

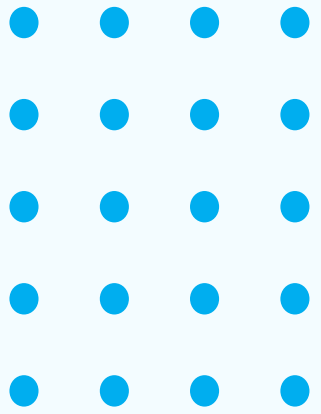
Falando em frete, **conte com a Frenet para oferecer as melhores opções de entrega no seu e-commerce.** A gente te ajuda a encontrar os meios de transporte adequados para o seu segmento de atuação e conecta qualquer transportadora à sua loja virtual .

Além disso, você pode **emitir envios na hora, sem burocracia e sem mínimo de pedido mensal.** Incrível, né? São fretes dos Correios, Jadlog e Sequoia com o contrato Frenet e os melhores preços do Brasil.

E ainda tem mais! Se você já trabalha com os Correios e tem um contrato próprio, você pode integrá-lo na Frenet e **garantir maior estabilidade nas cotações.**

O melhor de tudo é que você **gerencia seu frete em um único lugar.** Com a Frenet é possível **criar regras de frete para auxiliar as suas campanhas promocionais,** como frete grátis, aumento no prazo de entrega, aumento ou desconto no valor do frete e muito mais.





Se você vende em marketplaces, também **conseguimos integrar o cálculo de frete em diversos marketplaces** por meio de Hubs de integração.

É um universo de possibilidades esperando por você! Caso ainda não seja cliente Frenet, [crie sua conta](#) gratuitamente e conheça todos os nossos benefícios.

Se você já tem uma conta, [conheça nossos planos](#) e escolha o que mais se adequa a necessidade do seu e-commerce. **Temos planos para todos os bolsos, inclusive, um plano gratuito.** A gente descomplica o frete para você vender mais!

