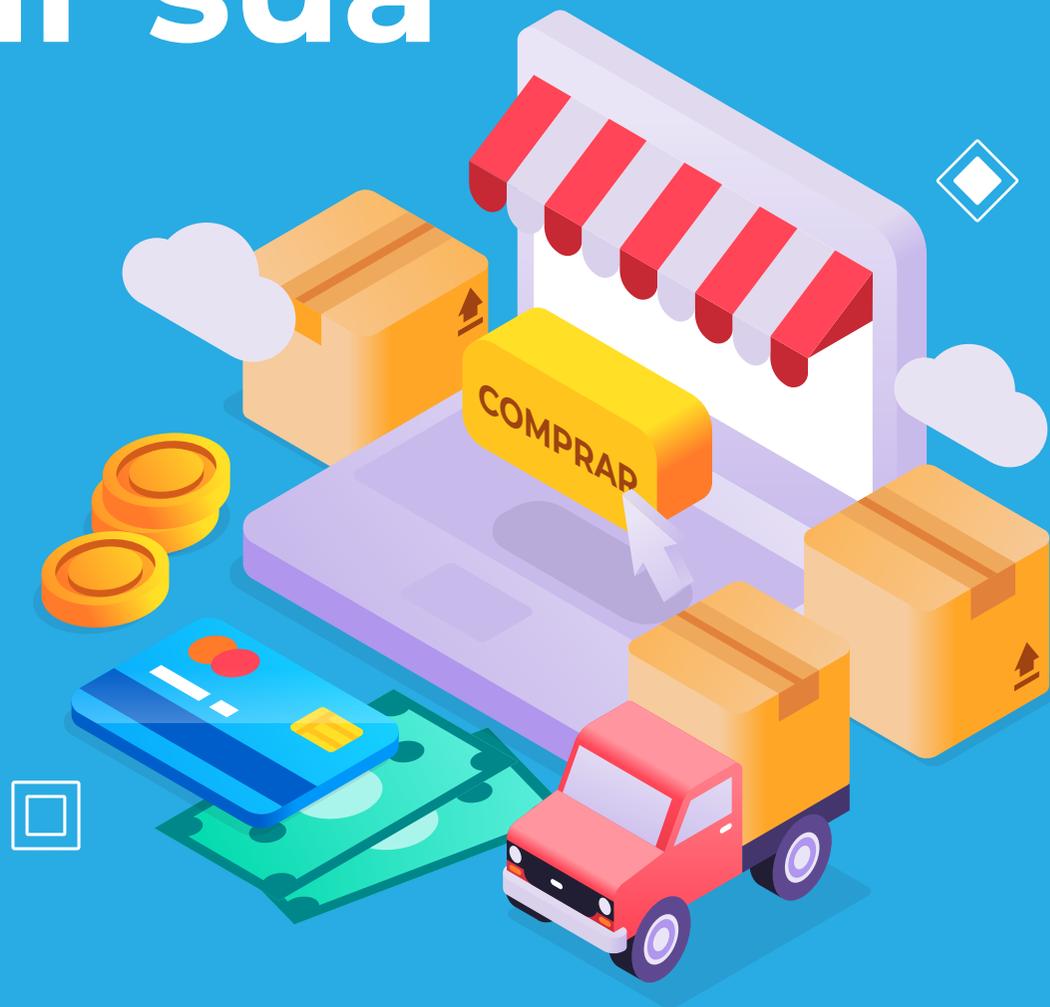


# O guia definitivo para montar sua loja virtual



# Sumário

---

Introdução.....	03
Faça planejamento.....	05
Escolha a plataforma de e-commerce.....	09
Pense nas formas de pagamento.....	14
Implemente sistema de segurança.....	16
Planeje a logística.....	18
Frenet.....	22



# Introdução

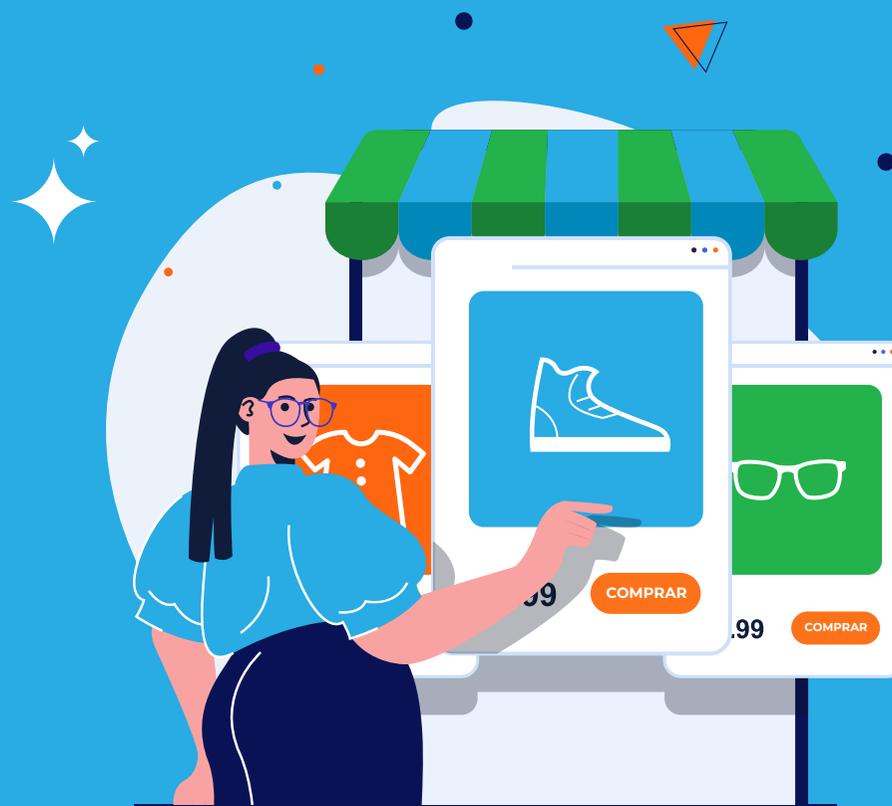
O **comércio eletrônico brasileiro cresceu significativamente** nos últimos anos e o isolamento para controlar a pandemia do Covid-19 foi um dos principais influenciadores. Com a rotina voltando à normalidade, **as estimativas ainda são promissoras para o mercado do e-commerce nos próximos anos**, mesmo que de forma mais lenta, comparado aos últimos dois anos.

Com isso, a tendência é que os empreendedores continuem apostando em lojas virtuais. Mas, você sabe **como montar uma loja virtual?**

O e-commerce gera inúmeras oportunidades para aqueles que resolvem apostar nessa modalidade. No entanto, alguns lojistas acabam se perdendo por não saberem lidar com os processos, as expectativas do consumidor e as atualizações do mercado.

Isso acontece porque não se dão conta, tampouco se preparam para essa evolução no segmento de **vendas** online. Além disso, não entendem que esse tipo de **mercado sofre reformulações constantes**. Afinal, a internet, aliada à facilidade de acesso às novas tecnologias, está transformando extremamente o perfil do consumidor.

Então, se você deseja ter sucesso nesse ramo, **deve levar em consideração temas como logística, tipos de plataformas e formas de pagamento na hora de montar a loja virtual**. Cada detalhe faz a diferença entre uma conversão e outra. Quer descobrir como melhorar isso? Neste e-book iremos te mostrar algumas soluções importantes.



# Faça planejamento

Se você tem uma ideia na cabeça, aproveite a oportunidade para se organizar. **Executar antes de colocar na mesa todos os prós e contras é um completo erro.** E isso vale para qualquer negócio, virtual ou não.

É claro que o conceito do online é instigante e entusiasma qualquer um, contudo, cada ação precisa ser milimetricamente pensada, pois os **riscos existem** e **ninguém quer perder dinheiro** por falta de estratégia. Ademais, o consumidor passou a acreditar nas relações comerciais online. Por isso, não vamos colocar tudo a perder.

Lembre-se de que no início, quando as vendas pela internet começaram a ser propagadas, muita gente torceu o nariz e poucos foram os que se aventuraram nessa modalidade de comércio. Naquela época, os nossos hábitos eram outros e o acesso à rede era para poucos.



Mas, os históricos atuais revelam que **comportamentos e percepções vêm sendo transformados** ao longo do tempo, o que é positivo para trabalhar com **clientes em potencial**.

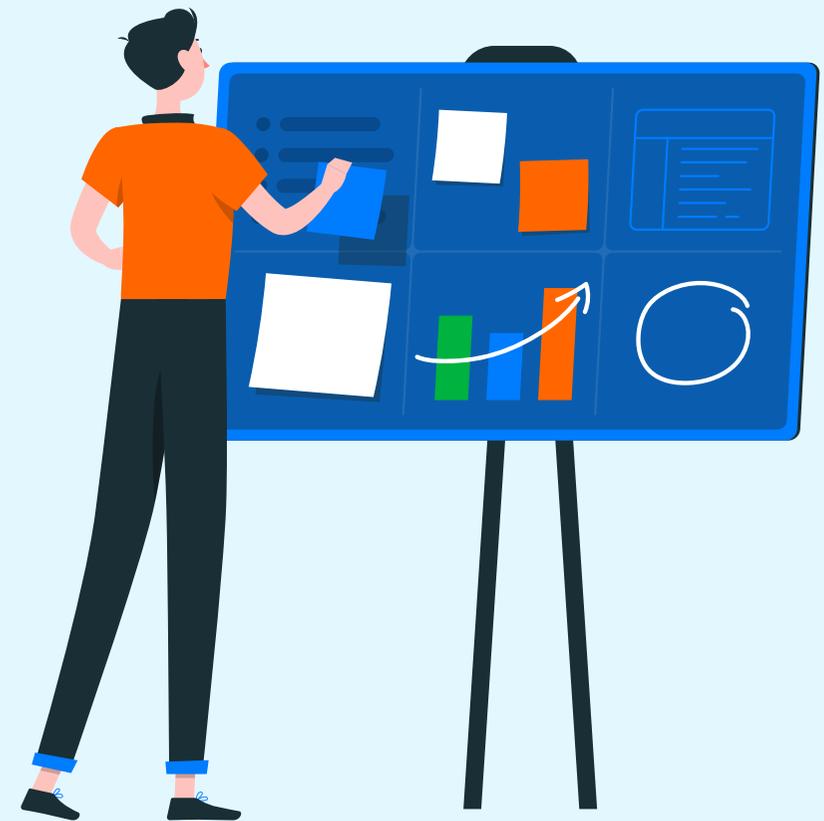
E, com tantos **indicadores promissores e um ambiente totalmente favorável às vendas**, é compreensível que as pessoas ingressem nessa de cabeça, dada a euforia de conquistar um público maior e obter conversões significativas. Porém, negócios são negócios, logo devem começar com estrutura organizada e forte, já que **sem planejamento é praticamente impossível ter sucesso**, uma vez que, o funcionamento do e-commerce está ligado a diferentes processos.

O empreendedor, antes de tudo, deve **formatar as ideias em um plano de negócio para atestar a viabilidade da proposta**. Pois de nada vai adiantar ele colocar um produto para vender online, sem saber as informações básicas sobre o público, da dimensão do mercado e do posicionamento da loja virtual.



Isso é tão sério quanto abrir uma loja física. A maior parte das operações em e-commerce também deixam de existir antes de completar um ano, justamente por alguns lojistas ignorarem certos detalhes administrativos e operacionais essenciais. Por isso, **o plano deve contemplar detalhes como:**

- ✦ investigação do empreendimento: o que se pretende fazer e as condições para **executar as ações;**
- ✦ análise de mercado: tendências, concorrência, público em potencial;
- ✦ diagnóstico do produto: mercadoria que será disponibilizada, bem como os **diferenciais apresentados;**
- ✦ plano de marketing: ferramentas e estratégias para divulgar o produto;
- ✦ programação financeira: origem dos recursos e a aplicação dos mesmos para viabilizar o negócio;
- ✦ calendário de metas: cronograma de implantação e as etapas a serem atingidas.



É muito importante que você compreenda o mercado ao qual deseja atuar, pois o produto também precisa se adequar às características do comércio eletrônico. Além disso, é fundamental **avaliar o comportamento da concorrência**, bem como, os requisitos regulatórios e técnicos. Nesse caso, **busque atualizações, pesquise por tecnologias e converse com quem já está no ramo**. Todo esse trabalho no início pode livrar você de dores de cabeça no futuro.



# Escolha a plataforma de e-commerce

A escolha do ambiente em que sua loja será exibida é tão importante quanto traçar o **passo a passo de cada ação** no planejamento — no mercado há diferentes modelos para objetivos e orçamentos distintos.

Por isso, se você quer uma **dica de ouro**: olhe profundamente para os propósitos da empresa antes de decidir pelo formato do design. Não siga o fluxo sem antes observar os seguintes aspectos:



## OPEN SOURCE

Possivelmente você já escutou esse termo por aí. Na verdade, podemos classificá-lo como um **modelo eletrônico desenvolvido por programadores**, que oferecem o código para download, o que justifica o nome “código aberto”, uma vez que **ele fica disponível para todos**.

Nesse sistema, que é gratuito, **you deixa a loja virtual do seu jeito**, já que a customização é permitida. Por sinal, esse é um dos pontos fortes desse formato.

Há, ainda, outras vantagens relacionadas às funcionalidades e atualizações por parte das comunidades de programadores. Nesse rol de benefícios podemos citar a **flexibilidade na hora de escolher a hospedagem e integração sistemas** como ERP e CRM, por exemplo.

Mas, apesar da gratuidade do código, você deve preparar o bolso. Os custos com mão de obra especializada são inevitáveis para resolver condições mais complexas como escalabilidade e segurança — que são pontos críticos do open source.

## SOFTWARE AS A SERVICE (SAAS)

Na tradução para o português o termo quer dizer “**Software como serviço**”, mas a maioria das pessoas também conhecem esse modelo por loja alugada (UOL, Nuvem Shop, Loja Integrada, Shopify). O formato é um dos mais usados pelos lojistas e você só paga uma espécie de mensalidade (pacote ou plano) para utilizar a plataforma.

Em geral, ele é recomendado para quem está começando, já que a implementação é rápida, o custo não chega a ser nada absurdo e a estrutura, normalmente, já disponibiliza um ambiente favorável ao trabalho. Desse modo, **o lojista não tem que se preocupar com a parte técnica, pois vem embutido no pacote.**

Sem falar que algumas **plataformas estão integradas a grandes marketplaces** e, ainda, disponibilizam checkout transparente, e-mail personalizado, mensuração de dados, enfim, todas as ferramentas necessárias para deixar o negócio com a cara mais profissional possível.

Por outro lado, a administração é feita pela empresa intermediadora e o layout é fixo. Em outras palavras, você até tem a **oportunidade de escolher um design** dentre os que são ofertados, mas não pode customizá-los.

Apesar disso, os benefícios superam, pois as lojas alugadas suprem bem as necessidades de quem tem um orçamento apertado. No fim das contas, isso gera uma economia significativa, já que os custos referentes à manutenção e atualização de sistema são arcados pelos intermediadores.

## LICENCIAMENTO

Enquanto no open source a liberação do código é gratuita, no licenciamento você paga pelo direito de uso do software. Isso quer dizer que o código fonte não é seu.

Nessas circunstâncias, a licença é concedida mediante a pagamento e o detentor do direito ainda paga uma taxa anual, referente aos gastos com as manutenções e atualizações do sistema.

O modelo, que também é conhecido como loja própria, oferece ao lojista uma série de vantagens, entre elas a customização, administração, integração de softwares de gestão.

Ou seja, você tem total controle sobre o código fonte, ainda que não seja o proprietário dele. Logo, tem mais liberdade para impor aquilo que foi traçado no planejamento.

Nesse formato, o custo de implementação é alto, porque além da mão de obra qualificada, você também precisa arcar com os custos de instalação e desenvolvimento. Tudo é por sua conta, se tornando o tipo de projeto mais indicado para as grandes empresas, dado o volume de investimento.

Independentemente do modelo adotado,  **você não deve abrir mão de ter uma plataforma com design responsivo**, que ofereça checkout inteligente. Vamos explicar os motivos para isso!

O primeiro motivo tem a ver com o aumento no uso de dispositivos móveis. Cada vez mais as pessoas deixam o desktop de lado, afinal, a grande maioria da população tem um smartphone no bolso.

Isso quer dizer que **boa parte delas também acessam a internet por meio desses aparelhos** e, conseqüentemente, compram por intermédio deles também.

Portanto, o site que não está preparado para lidar com essas questões acaba perdendo vendas.

Não só isso, uma plataforma com formulários extensos tende a estimular o abandono de carrinhos. Afinal, ninguém curte a ideia de ficar preenchendo cadastro na hora de comprar.

Por isso, o checkout inteligente combinado com o design responsivo é crucial para vender mais e **fidelizar clientes.**

# Pense nas formas de pagamento

Normalmente, o cartão de crédito é o preferido pelos lojistas virtuais, já que isso ajuda a reduzir o índice de desistência. Contudo, muitas vendas deixam de ser realizadas, pelo fato do consumidor não encontrar um formato de pagamento que se enquadre no seu contexto. Então, para evitar contratempos desse tipo, invista em outras modalidades como:

- ◆ Cartão de débito;
- ◆ Boleto bancário;
- ◆ Transferência;
- ◆ Depósito em conta;
- ◆ Pix;
- ◆ [Buy Now Pay Later](#);
- ◆ Carteiras digitais.



Tente flexibilizar e diversificar os **meios de pagamentos** do seu e-commerce. Afinal, o consumidor de hoje tem o hábito de pesquisar online antes de comprar. E com toda essa autonomia, ele pode simplesmente optar por outra marca, que disponibiliza mais opções de pagamento, por exemplo.

Esteja atento aos obstáculos relacionados às formas de pagamento, pois cada modalidade apresenta seus prós e contras, então, não baixe a guarda. Entenda que montar uma loja virtual pode ser altamente lucrativo, mas também dá trabalho.



# Implemente sistema de segurança

Segundo um levantamento realizado pela empresa especializada Netscout, o Brasil ocupou o segundo lugar do ranking de ciberataques, perdendo apenas para para os Estados Unidos. Mas, o que isso tem a ver com e-commerce?

Muita coisa, já que isso intensifica o crescimento de fraudes. Para que você perceba a dimensão do problema, entre 1º de janeiro e 3 de agosto de 2021 **o Brasil sofreu mais de 439.000 ataques cibernéticos, 7,1% de um total de 6,4 milhões realizados em todo o mundo.** Então, se sua loja virtual não conta com sistemas de segurança para barrar tais ações, certamente perderá vendas.



No mercado atual é possível encontrar **diversos e selos e certificações**, como: Site Blindado, ClearSale, SSL Blindado, Certising, ComodoBR, que bloqueiam as investidas criminosas. Em geral, as empresas oferecem **soluções variadas e suporte**.

Não deixe de ter a segurança do e-commerce como um dos pontos principais do seu planejamento. Afinal, **dados pessoais e de pagamentos são cada vez mais valiosos para os fraudadores**.

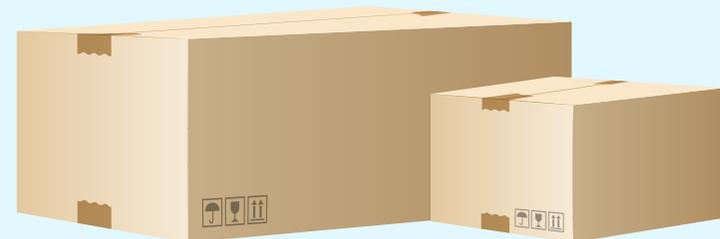
Além disso, não esqueça de pesquisar e **enquadrar sua loja nas regras da Lei LGP**. É obrigatório.



# Planeje a logística

Tanto os pequenos quanto os grandes negócios devem se atentar para essa questão: a **gestão de logística te ajuda a evitar contratempos** desnecessários. Quando a gente fala desse assunto, não nos referimos apenas ao processo de **compra - entrega** — os procedimentos vão além de encontrar uma plataforma, cadastrar produtos e enviar mercadorias.

Na maioria dos casos, os empreendedores só se dão conta de alguns obstáculos quando são surpreendidos por eles no dia a dia. Por exemplo, já pensou na possibilidade de alguém adquirir um produto que não está mais disponível no estoque? Ou de um cliente desistir da mercadoria e exigir o dinheiro de volta? Ou os níveis do estoque gerarem mais prejuízos que lucros? Pois bem, isso pode acontecer.



Mas eis a pergunta que não quer calar: você saberá resolver cada uma dessas situações? Se a resposta foi um balançar de cabeça, de um lado para o outro, não se preocupe. Pois, esses e outros problemas podem ser facilmente sanados com a eficiência na gestão de logística, que inicia antes mesmo do pedido ser feito e só termina quando o cliente dá o **feedback positivo**. Então, para não errar, **veja como algumas medidas podem ser úteis:**

- ✦ Utilize sistemas automatizados de gestão;
- ✦ Verifique a relação de entrada e saída de produtos;
- ✦ Avalie a necessidade de compras;
- ✦ Tenha o estoque organizado;
- ✦ Encontre o máximo de fornecedores;



- ✦ Trabalhe com transportadoras, além dos Correios;
- ✦ Acompanhe o processamento do pedido;
- ✦ Invista em embalagens seguras;
- ✦ Respeite o prazo de entrega;
- ✦ Rastreie o produto;
- ✦ Busque feedback dos clientes;
- ✦ Esteja atento aos questionamentos e dúvidas;
- ✦ Esclareça a política de trocas e devoluções.



**As expectativas em relação ao e-commerce no Brasil são positivas.** Mas você deve se preparar para pegar uma fatia significativa desse mercado promissor. Por esse motivo, é fundamental entender para executar as ações necessárias na hora de montar uma loja virtual.

Além disso, trabalhe em conjunto com uma empresa que te ajuda a **descomplicar o frete. A Frenet é especialista nisso!**



# Frenet

**De frete a Frenet entende!** Nós te ajudamos a **encontrar e conectar** as transportadoras mais adequadas à sua loja virtual.

Você também pode **emitir envios** na hora, sem contrato e sem burocracia. Incrível, né?

Além disso, você consegue **gerenciar o seu frete em um único lugar** de forma prática e rápida. Você pode criar **regras de frete** para te auxiliar nas suas campanhas, como: aumento e desconto no valor do frete, restrição de entrega, acréscimo de ICMS e muito mais.

Não perca tempo! **Crie sua conta** agora gratuitamente e tenha um universo de possibilidades.

# Gostou do material?

Acesse o blog Frenet e siga a gente nas redes sociais para conferir mais dicas e acompanhar as novidades.

[Quero acessar o Blog Frenet agora](#)

