**Universidade de Mogi das Cruzes**

**Escola Paulista de Negócios**

**MBA em Tecnologia da Informação**

**Disciplina Marketing e Comércio Eletrônico**

**Prof. Orientador: Lawton Benatti**

**Davy Erivaldo Santana Brito**

**E-commerce: Lojas Virtuais**

Hoje, diferentemente do que imaginamos criar uma loja virtual e entrar no ramo de vendas de produtos pela internet não é algo complicado. De fato, as páginas administrativas e módulos de uma loja virtual são extremamente parecidos, sendo diferenciados apenas em alguns aspectos por funções e ferramentas de cada provedor.

Uma grande questão para que se tenha uma loja virtual é uma boa assessoria e um bom suporte até que consiga familiarizar-se com tais ferramentas administrativas e com as estratégias de marketing para divulgação do seu negócio online.

Ampliar seu negócio físico na internet deixou de ser uma tendência estratégica para administradores do ramo de varejo e sim uma via inevitável a seguir. E no mundo globalizado no qual vivemos hoje, falhas e reclamações em seu e-commerce são vistas e propagadas em questão de segundos nas redes sociais e em diversos sites que monitoram a qualidade do seu negócio. Por isso a qualidade e vigor da plataforma são inegociáveis, fundamentalmente para o seu negócio.

Quando for procurar um fornecedor para hospedar sua loja virtual, você precisa se perguntar em primeiro lugar: “O que quero é ter só mais um site na internet ou a minha marca necessita de um e-commerce robusto que garanta a todos os clientes uma ótima experiência na navegação?”.

Se a sua resposta tiver a intensão de fidelizar o seu consumidor através de sua marca e oferecer uma continuidade de sua loja física, acredite você encontro uma parceria ideal.

Entretanto, o fator determinante para que haja sucesso eu sua loja virtual é a forma que você se dedicará ao negócio. E, como estamos falando que a plataforma é muito semelhante através de sua base tecnológica, seguir estas informações é um diferencial entre maior numero de vendas e o marasmo.

Um estudo recente comprova que as redes sociais possuem muito mais audiência que as páginas tradicionais da internet. Toda essa exposição em potencial pode e deve ser utilizada para divulgação de sua loja virtual. Mas para isso é de extrea importância que mecanismos que facilitem o compartilhamento e divulgação dos conteúdos nas redes sociais existam.

Outra forma de vincular a divulgação do seu negócio é agregar seguidores destas redes sociais através de promoções e campanhas que, consequentemente, com excessiva exposição irá melhorar sua classificação nos motores de busca.

Esta exposição, regra que é tradicionalmente vinda dos comércios convencionais, deve ser transplantada para o e-commerce, reduzindo as dificuldades que possam fazer com que seus consumidores abandonem a intensão de aquisição de produtos no seu e-commerce.

Entre as principais características que serão facilitadoras para que possam navegar melhor na loja virtual está à forma de fechamento de pedido único, nenhuma forma de distração, formulário para cadastro fácil e, se possível uma “venda express”.

Quanto mais fácil, rápido e simples for o processo de compra, maior será a conversão em vendas no final do processo de navegação.

Usar o SEO para acrescentar valor é algo complicado para iniciantes mais existem artigos demonstrando o início para fazer algo para garantir um início melhor que a maioria dos seus concorrentes.

Basicamente você precisa identificar as palavras chave em cada página, criar uma rede de links externos. Caso não se dedique para atender tais requisitos fundamentais você estará em imensa desvantagem, por que está comprovado, em uma pesquisa recente, que a maior parte de tráfegos é originada de motores de busca.

*Vasconcelos (2005) diz que “Negócios eletrônicos têm se mostrado uma ferramenta essencial para alavancar a competitividade, entretanto, se não houver uma integração apropriada entre tecnologias de informação e mecanismos gerenciais eficazes, o risco de fracasso passa a ser grande”.*

*“Uma pesquisa realizada pelo Serasa Experian constatou que entre os investimentos de marketing em um e-commerce, o que mais rende retornos positivos de tráfego às lojas virtuais é o search, com 27, 25%”.*

Outro estudo, que teve como foco o desempenho nos canais digitais que levantou informações de quase mil empresas virtuais, monitorando o comportamento de cerca de quinhentos mil consumidores destacou quase a metade das empresas dizem que é importante investir em ações de marketing para atrair novos consumidores.

Essa pesquisa revelou que o search, o uso de propaganda em sites buscadores é um dos principais responsáveis pelo aumento de vendas nas lojas virtuais, na frente das redes sociais.

Como melhores *“jogos”* para angariar novos clientes com ações de marketing estão o e-mail marketing e hotsites personalizados.

E afinal, como vender online? Para responder esta pergunta é necessário alinhar alguns itens principais como:

1. Escolher quais produtos irá vender, pois para você criar sua loja virtual é escolher qual segmento e quais produtos serão expostos;
2. Escolher o domínio do site pois é através dele que sua loja será divulgada e acessada, pois isso é de extrema importância para que haja sucesso do seu e-commerce;
3. Escolher um fornecedor para hospedar sua loja virtual e que ajude a montá-la. Existem plataformas pré-definidas, com template profissionais que atendem todas as demandas de um novo lojista, o que facilitará na gerencia do ambiente de e-commerce.
4. Garantir a logística pois entregar o pedido sempre é um processo que acontece paralelamente à administração do e-commerce. Entretanto problemas nas entregas serão sentidos pelos clientes, afetando a reputação de sua Empresa.
5. Criar informações institucionais para aperfeiçoar a confiança dos clientes. Estes textos devem presentar o seu e-commerce assim como conter visão, missão e valores assim como contatos e demais informações que complementem garantia dos produtos, políticas de trocas e central de ajuda.
6. Cadastrar os produtos listando suas principais características e vantagens assim como funcionalidades e formas de uso. Informar cores, tamanho, modelos e se possível manuais de instrução ou site do fabricante.
7. Fazer o marketing digital para que sua empresa seja reconhecida pelo público alvo e novos clientes.

  Segundo Dailton Felipini  *“um site eficaz é aquele que atinge o objetivo estabelecido quando de sua elaboração. Na medida em que sites de e-commerce, conhecidos como “Lojas Virtuais”, tem como objetivo a venda de bens e serviços, lojas virtuais eficazes, são aquelas que conseguem transformar parcela expressiva de seus visitantes em compradores. Mas afinal, quais são as características determinantes das lojas que conseguem atingir esse objetivo? Vamos conferir algum”.*

**REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

VASCONCELLOS, Eduardo (Org.) **E-commerce nas empresas brasileiras**. 1.ed. São Paulo: Atlas, 2005.

<http://ecommercenews.com.br/artigos/cases/os-quatro-fundamentos-para-novas-lojas-virtuais> - Acessado em 20/06/2013

<http://www.dotstore.com.br/loja-virtual/como-vender-online> - Acessado em 21/06/2013

<http://www.magazineluiza.com.br/gptw2013/informacoesgerais.html#eight> - Acessado em 21/06/2013

<http://www.e-commerce.org.br/artigos/lojas_virtuais_eficazes.php> - Acessado em 21/06/2013