



COMO VENDER DE FORMA EFICAZ ONLINE

GUIA PARA EMPRESAS

As vendas online têm tido um crescimento significativo nos últimos anos. 2020 foi o momento em que os empresários mundiais compreenderam verdadeiramente a importância de manter a sua atividade na Internet. Devido a restrições e distanciamento social, o espaço online tem sido mais seguro e de fácil acesso para todos os tipos de compras, desde alimentos e produtos básicos a artigos desportivos, decoração doméstica, vestuário e eletrónica.

3,700 participantes de 9 países responderam a um estudo que demonstra que mais de 50% dos clientes mudaram os seus hábitos de compra no último ano, com a mudança das lojas físicas para o espaço online. Neste seguimento, desenvolvemos este guia para ajudá-lo/a aumentar as suas vendas comerciais. Nas páginas seguintes, encontrará informações úteis a respeito do assunto:

- Vendas online versus vendas offline.
- Tipos de plataformas em que pode promover os seus produtos.
- Detalhes que devem ser verificados para vender de forma eficaz e segura na Internet.





EM QUE MEDIDA É QUE O COMÉRCIO ONLINE DIFERE DO COMÉRCIO OFFLINE

Muitas pequenas e médias empresas optam por não vender em lojas físicas, preferindo dar aos clientes a opção de comprar online. Se não deu este passo ou não obteve os resultados esperados, eis o que precisa saber acerca das diferenças entre lojas online e lojas físicas:



INTERAÇÃO COM O CLIENTE

Ao contrário das vendas físicas, onde as interações são presenciais, as vendas online podem ser impessoais. Os colaboradores de loja aconselham e atendem os clientes, ajudando-os a tomar uma decisão final ao mesmo tempo que os fazem sentir-se importantes. Isto não é fácil de replicar no espaço online.

Se vende online, deverá encontrar soluções que compensem a carência de interação social. Apresente-se por escrito como faria pessoalmente - por exemplo, se vender calçado ou vestuário desportivo para jovens, adote uma linguagem ligeiramente informal ou não conformista que atrairá clientes. Se tiver um website, certifique-se de que este é acessível e de fácil utilização para todos os utilizadores.



APRESENTAÇÃO DO PRODUTO

Numa loja física, é dada uma maior consideração à forma como os produtos estão expostos e como a montra está organizada. Além disso, as melhores ofertas estão estrategicamente posicionadas de forma a garantir que se destacam junto de potenciais clientes.

Já no espaço online, não existem prateleiras para organizar, mas o website deve criar a mesma impressão imediata e ser organizado de igual modo. O design deve ser limpo e simples, as cores ser apelativas sem causar desconforto visual, e os produtos devem estar estratificados por gama e preço. A Internet é tão eficaz para vender como uma loja física; não é possível influenciar o cheiro ou o toque de um cliente, mas tudo pode ser reorganizado mais facilmente.



PROMOVER O NEGÓCIO

Um negócio online é muito mais fácil de promover comparativamente com uma loja offline. Atualmente, todos têm uma ligação à Internet e contas nos meios de comunicação social, já que é mais fácil e mais económico chegar a potenciais clientes. Crie os seus anúncios, promova-os no Google, Facebook, ou através do Gmail, escolha o seu público-alvo, crie páginas nas redes sociais de forma a interagir com os seus utilizadores, e beneficie da utilização de plataformas de venda vistas por milhões de pessoas todos os meses.



O PROGRAMA DA LOJA

A maioria das lojas físicas têm um horário de trabalho fixo, mas as lojas online estão abertas sem paragens. Desta forma, aqueles que estão interessados nos seus produtos ou que apenas navegam na Internet à procura de ofertas tentadoras, podem aceder ao site ou à plataforma de venda a qualquer momento.



A INFLUÊNCIA DE FATORES EXTERNOS

Em 2020, a importância das montras de lojas online tornou-se evidente para todos os proprietários de empresas. Mesmo em situações difíceis, tais como restrições de circulação, doenças do pessoal, ou condições atmosféricas desfavoráveis, as lojas online continuaram a funcionar e a fornecer aos clientes os produtos que procuram. Além disso, uma loja online consegue conquistar novos clientes quando as lojas offline estão inacessíveis, uma vez que as pessoas procuram sempre alternativas.



DESENVOLVIMENTO DE NEGÓCIOS

Um negócio de sucesso irá expandir-se, abrindo novas sedes na mesma cidade ou em cidades diferentes. Isto irá criar encargos adicionais que deverão ser considerados e permitidos pelos empresários. Um negócio online atrairá clientes offshore ou onshore se a entrega a nível mundial for uma opção. Aplicam-se encargos adicionais para serviços de correio e para publicidade a um público mais vasto, mas estes encargos não se comparam com as despesas que enfrentará se abrir uma nova loja física. Além disso, se vender produtos numa plataforma como a OLX, tornar-se-á imediatamente mais visível.



VENDAS E ANÁLISE DE CLIENTES

Todos os negócios, offline ou online, medem indicadores mensais e anuais. Contudo, a análise de um negócio online é mais eficaz do que a análise de uma loja física. Assim sendo, um negócio online é mais fácil de analisar utilizando relatórios fornecidos pelo Google, Facebook, e outras plataformas que geram estatísticas. É possível ver informação viável sobre o seu negócio, incluindo como os clientes chegam ao site e quanto tempo gastam em cada página.



IMAGEM DA MARCA

Em comparação com uma loja física, uma marca online pode crescer de forma muito mais rápida. Revisões e comentários sobre as redes sociais podem aumentar a popularidade do seu negócio e atrair mais indivíduos interessados nos seus produtos e serviços.

É extremamente positivo vender online porque:

- Tem acesso diário a um público muito mais vasto do que uma loja física e pode atrair clientes de várias áreas que de outra forma seriam inacessíveis.
- Não depende de um horário de trabalho; pode vender sem paragens e não será afetado pelas restrições impostas às lojas físicas.
- Pode promover-se mais facilmente, de forma mais económica e mais eficaz através de publicidade online ou através de canais de comunicação social.
- As estatísticas online ajudam a determinar que áreas devem ser melhoradas.
- Não sacrificará o seu tempo ao ficar fisicamente na loja para vender, e não precisa de empregados para fazer esse trabalho por si.
- Pode realizar a sua atividade a partir de onde quer que esteja.
- Em geral, ao investir menos, os seus lucros serão mais elevados.

**QUE OPÇÕES TEM
PARA VENDER OS
SEUS PRODUTOS
ONLINE?**



Decidiu começar a vender na Internet, mas não sabe qual é a melhor opção para expor os seus produtos? Há muitas possibilidades, e não está limitado a apenas uma delas.

Aqui ficam algumas das vantagens e desvantagens de cada variante:

O SEU SITE



Vantagens: Pode personalizar o site como desejar, pode adicionar pagamentos seguros por métodos de transação preferidos [cartão, cartão de benefícios extrassalariais como o cartão de refeição, vouchers], e pode também fazer alterações no design, layout, categorias ou produtos. Pode promovê-lo no Google, criar páginas no Facebook/LinkedIn/Instagram, e ter controlo sobre a extensão e descrição de cada produto.



Desvantagens: O preço do domínio, o facto de ter de pagar por um especialista em web design para ajudar na personalização do site e na exibição do produto, pagar o salário de uma pessoa/equipa para lidar com o apoio ao cliente, e o facto de poder precisar de um especialista em TI para ajudar na manutenção do site.

MERCADO DE FACEBOOK



Vantagens: O Facebook é uma plataforma popular entre os meios de comunicação social, pois os seus produtos podem ser vistos por muitas pessoas de diferentes áreas. Os utilizadores do Facebook que clicam nas suas ofertas notarão o preço, características e imagens de apresentação, e se estiverem interessados nos seus produtos, podem optar por enviar-lhe uma mensagem. O Facebook até fornece relatórios relativos aos visitantes e ao compromisso.



Desvantagens: Se está a criar uma página de negócios no Facebook, é necessário envolver-se no processo de desenvolvimento.

Não lhe resta muito espaço criativo para o Mercado, por isso, tem de pensar numa maneira de promover os seus produtos de forma sucinta. Para chegar a muitos visitantes, tem de investir dinheiro em publicidade. Alguns problemas que encontrará só podem ser resolvidos através de notificações/perguntas exibidas na área do Centro de Ajuda, e não através de uma equipa de Apoio ao Cliente.



A PLATAFORMA OLX



Vantagens: O design é de fácil utilização e interativo e pode facilmente navegar e carregar os seus produtos. Milhões de pessoas do seu país irão visitar a plataforma mensalmente, o que significa que as suas ofertas chegarão a milhares de utilizadores que filtrarão facilmente os seus anúncios. Os interessados podem contactá-lo por telefone ou SMS. Pode selecionar pacotes Premium ou Max para que os seus anúncios apareçam sempre em primeiro lugar. Os preços para os pacotes de anúncios são vantajosos, e a sua disponibilidade cresce dependendo do pacote escolhido. Adicionalmente, pode disfrutar de uma página de anúncios personalizada, estatísticas que realçam o desempenho de cada anúncio durante os últimos 90 dias, e apoio telefónico.



Desvantagens: A conta não pode ser integrada no seu site pessoal, e não tem a liberdade de conceber a página como teria se tivesse uma página pessoal para um domínio comprado ou alugado. Se falar com os clientes através do WhatsApp ou telefone, a OLX não garantirá a sua segurança. Esta garantia só é fornecida para comunicações dentro da plataforma.



PASSOS PARA VENDER ONLINE

O QUE CONSIDERAR PARA VENDER
DE FORMA EFICAZ

Para começar a vender com sucesso online, é necessário implementar alguns processos que lhe garantirão os resultados que deseja:

01 FAÇA UM PLANO DE NEGÓCIOS ONLINE

Como em qualquer negócio físico, os negócios online devem ser bem organizados antes do lançamento, para que não tenha de lidar com vendas ou questões orçamentais numa data posterior. Um plano de negócios deve ser detalhado e incluir vários aspetos, tais como, o investimento inicial e mensal, despesas e ganhos, lucros estimados, e tempo para lucro.

02 ESCOLHA OS SEUS PRODUTOS E PREPARE A SUA CADEIA DE ABASTECIMENTO

Isto deve aparecer sempre no plano de negócios quando vender online. Se, até agora, o seu negócio comercializou uma vasta gama de produtos, vai conseguir promover todos os produtos

desde o início ou começará por publicar os mais procurados? Não se esqueça que os negócios online são mais visíveis do que os físicos, e geram um grande número de encomendas. Os seus fornecedores estão preparados para entregar as quantidades necessárias e o seu fornecimento pode ser mantido? O seu negócio fabrica os produtos? Tem um número de funcionários suficiente? Ou pode complementar o stock que procura?

03 DEFINA O SEU PÚBLICO-ALVO

Conhecer o seu potencial cliente é muito importante, uma vez que deve adaptar o seu estilo, tom e canais de venda ao comportamento dos clientes. Caso já tenha vendido alguns dos seus produtos, analise os seus clientes existentes para traçar os

seus perfis. No entanto, se ainda não vendeu nenhum produto, faça uma breve pesquisa do mercado para compreender o seu cliente comum.

04 DECIDA QUAIS CANAIS IRÁ UTILIZAR PARA AS VENDAS ONLINE

Quando souber o que vender e para quem está a vender, é altura de escolher os canais certos. Poderá optar por plataformas como o mercado, criar um website, ou escolher a partir de uma gama de variantes. Por exemplo, se carregar os seus produtos na OLX, Facebook Marketplace, e o seu site simultaneamente, não descure nenhum destes canais, preste atenção a todas as mensagens recebidas, e atualize o seu inventário em tempo real.

05 OBSERVE A CONCORRÊNCIA E ENCONTRE O SEU PONTO DE VENDA ÚNICO

Na Internet, a concorrência é mais agressiva do que numa loja física, porque os clientes não estão limitados a uma área e têm muito mais escolha. É por este motivo que precisa conhecer os seus principais concorrentes e compreender que preços e produtos têm. Pense em como é diferente deles - irá vender a um preço mais baixo, concentrar-se mais na qualidade, ou oferecer uma série única de produtos? Diferencie-se com o seu estilo de comunicação, campanhas publicitárias online, ou através de SEO e contas premium em plataformas publicitárias.



06 FORNEÇA IMAGENS DE QUALIDADE E DESCRIÇÕES COMPLETAS PARA CADA PRODUTO

Os clientes de lojas físicas podem ver os produtos de perto. Podem tocar neles e fazer perguntas sobre as suas características. Por sua vez, na Internet, o processo de venda baseia-se em imagens e descrições - uma imagem clara e de alta qualidade que apresenta o produto em detalhe convencerá o cliente de que pode oferecer o que quer. Uma descrição detalhada deve ser fornecida perto da imagem do produto, não deixando margem para dúvidas, e deve enfatizar as características do produto.

07 DEFINA UM PLANO DE PUBLICIDADE ONLINE

Se tiver um website, fale com um especialista em Otimização

de Motores de Pesquisa [SEO]. Conseguirá mostrar-lhe como otimizar as páginas de descrição para que os clientes o possam encontrar facilmente quando pesquisarem termos relevantes no Google. A publicidade paga é extremamente útil se souber como utilizá-la. Um especialista em PPC pode ensinar-lhe como criar publicidade eficaz. As páginas de redes sociais são outro elemento-chave que arrecada clientes, mas deve monitorizá-los com frequência. A opção de publicidade mais fácil pode ser uma plataforma como a OLX que promoverá automaticamente os seus produtos aos utilizadores certos.

08 FALE ABERTAMENTE COM POTENCIAIS CLIENTES E CLIENTES

O segredo do sucesso - online ou offline - é permanecer na

mente do vendedor. Quer atrair mais clientes e criar uma melhor reputação online? Não negligencie perguntas, comentários e críticas, e responda sempre de forma pronta e educada. É possível receber críticas que são mais visíveis na Internet do que numa loja física. Reaja com tato a críticas negativas, dê explicações, peça desculpa, e ofereça reembolsos, quando aplicável.

09 DECIDA SOBRE AS SUAS OPÇÕES DE PAGAMENTO E ENTREGA

Uma parte importante do processo de venda online são os métodos de pagamento. Antes de carregar as suas ofertas online, decida quais os métodos de pagamento que os seus clientes irão utilizar - dinheiro na entrega, cartão de crédito/débito, cartões de benefícios, ordem de pagamento, Revolut,

PayPal, etc. Determine o método de entrega - correio, agente logístico - e forneça aos seus clientes toda a informação que necessitam para encomendar com segurança.

10 TORNE OS SEUS CLIENTES FIÉIS

Como é que as lojas online mantêm os seus clientes fiéis? Na realidade é bastante simples: se os seus clientes consentirem que os seus dados sejam armazenados, pode enviar e-mails ocasionais anunciando novos produtos e ofertas especiais ou fornecendo códigos de desconto para compras futuras.

UM INÍCIO BEM SUCEDIDO PARA A VENDA ONLINE COM A OLX

Porque o seu sucesso da venda depende do ambiente que escolher para anunciar os seus produtos, a OLX oferece-lhe uma plataforma intuitiva e de fácil utilização, acedida por milhões de pessoas de todo o mundo. Escolha-nos como parceiro e inicie o seu negócio com sucesso.

→ [Descobrir mais](#)

