

JOSIANE PAIANI APRESENTA

MANUAL DE VENDAS ON-LINE

Com segurança jurídica.

ACESSE
WWW.JOSIANEPAIANI.COM.BR

O QUE É COMÉRCIO ELETRÔNICO?

Comércio eletrônico ou e-commerce são as transações comerciais realizadas através de meios eletrônicos (computadores, tablets, smartphones, etc), lembrando que a loja virtual é um dos canais do e-commerce.

Para iniciar um negócio on-line, são necessários os seguintes requisitos:

1. Planejamento;
2. Público alvo;
3. Estoque e logística;
4. Estrutura tecnológica;
5. Marketing.

Planejar é desenhar como será o negócio: escolher o produto, público, fornecedores, estoque, logística, estrutura tecnológica e como será a publicidade para atrair consumidores e converter em vendas (plano de marketing digital personalizado).

MODALIDADES DE COMÉRCIO ELETRÔNICO:

E-commerce.

Loja virtual que vende produtos e serviços de uma única empresa, sem a intermediação de outrem. Ex: Renner.

Vantagem: A longo prazo é uma opção mais escalável.

Desvantagem: Custo maior no início para implementação. Nesta modalidade, o empreendedor poderá escolher como será a estrutura, o layout, as formas de pagamento, o marketing, a logística, a segurança cibernética, etc.

Marketplace.

È uma plataforma em que o consumidor terá acesso a diversas lojas, de segmentos variados. È um shopping virtual.

Os Marketplaces são plataformas que oferecem modelos de formato de vendas prontos (know-how e estrutura) realizando a intermediação nas vendas e recebendo comissão sobre os produtos vendidos. Ex: Mercado Livre.

Vantagem: alternativa mais acessível para iniciar e mais simples de gerenciar, pois já estará implementado as formas de pagamento, marketing, segurança virtual, etc.

Desvantagem: a concorrência no mesmo local e a falta de liberdade de escolha do empreendedor para estrutura da sua loja virtual.

Social commerce.

Também denominado comércio social, são transações comerciais realizadas por meio de redes sociais (Facebook, Instagram, WhatsApp, Pinterest, etc) sem a necessidade de ter uma loja virtual.

Vantagem: essa modalidade permite estabelecer contato direto com o cliente (atraindo e fidelizando) para divulgar o produto e publicizar a marca.

Desvantagem: os consumidores não acessam as redes sociais para comprar, mas sim para criar conexões.

Além disso, existe o receio de comprar de um perfil desconhecido, bem como a ausência de credibilidade por não ter a estrutura de uma loja virtual. Para completar, não é um negócio escalável, nem existem formas de expandir o negócio em virtude da falta de estrutura.

FORMALIZANDO O SEU NEGÓCIO.

Para formalizar o seu negócio, independentemente da modalidade escolhida, siga os seguintes passos:

1. Faça o seu CNPJ e seu Contrato Social;
2. Registre o seu enquadramento inicial em MEI (com nota fiscal), pois é o ideal para quem está iniciando. Todavia, caso o seu faturamento já tenha ultrapassado o limite estabelecido, faça seu enquadramento na modalidade Empresário Individual, EIRELLI ou Sociedade Unipessoal;
3. Crie a sua marca e a identidade visual. Importante: lembre-se de consultar o INPI para visualizar se a marca escolhida está disponível;
4. Registre o domínio da marca.

QUAL A MODALIDADE MAIS ADEQUADA PARA INICIAR NO AMBIENTE VIRTUAL?

Para testar a aceitação do produto escolhido perante o público alvo (persona), através de um ambiente virtual, inicie pelo social commerce. Com um investimento inicial baixo, você poderá validar a sua ideia. Todavia, tenha os seguintes cuidados legais:

1. Crie uma conta profissional nas redes sociais;

2. Crie uma landing page, para esclarecer o consumidor de como serão os procedimentos em relação às compras, com informações sobre os produtos ou serviços, e contenha também:

- Política de Venda: informe os dados da empresa(CNPJ, endereço, razão social, telefones, whatsapp corporativo, e-mails. Esclareça as formas de pagamento (PagSeguro, transferência bancária, etc), as políticas de troca dos produtos (não esqueça do Direito de Arrependimento) e a logística (correios, delivery, etc).
- Política de Privacidade: informe como serão tratados os dados pessoais dos consumidores, em conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados.

OUTRA OPÇÃO PARA ESSE MOMENTO

Afiliado Digital

Se você já tem uma audiência nas redes sociais com engajamento, mas não tem intenção de ter seu negócio, existe outra possibilidade. Você poderá vender produtos digitais de outras pessoas e receber um percentual nas vendas. Para isso basta criar um blog (através do wix.com, por exemplo) e gerar conteúdos sobre os produtos que vai oferecer.

Segue a lista de algumas referências que trabalham com essa modalidade para que você possa acessar e obter mais detalhes: Netshoes, Amazon, Uol Afiliados, Monetize, Hotmart.

JÁ ESTOU HABITUADO AO SOCIAL COMMERCE, QUAL O PRÓXIMO PASSO?

Vendas no Marketplace

Vender seus produtos pelo marketplace lhe ajudará a conhecer o mercado e a concorrência, validar o seu negócio e analisar melhor o seu público. Você iniciará a sua loja virtual com menor investimento e com segurança.

O marketplace monetiza através de comissões sobre vendas. Em virtude disso, há um investimento alto em tráfego, em marketing. Sua loja e seus produtos estarão sendo visualizados por muitos consumidores, inclusive por quem não é seu público alvo.

Uma vez que não ocorrerá o investimento inicial em estrutura (plataforma pronta) invista na precificação de seus produtos com um valor mais competitivo no mercado.

Igualmente, tenha foco na gestão de estoque, no fluxo de caixa mensal, em priorizar o atendimento ao cliente.

As plataformas trabalham com algoritmos avançados de SEO. Assim, se você gerir bem seu negócio, ter uma boa reputação, garantir boas avaliações no pós-venda, irá aparecer primeiramente nos resultados de busca dentro da plataforma.

Alguns markeplaces para você analisar antes de fechar a contratação: Mercado Livre, OLX, Magazine Luiza, Amazon, B2W.

Importante: analise o contrato, o percentual de comissão para observar o quanto impactará no seu fluxo de caixa. Verifique se a infraestrutura que a plataforma oferece é adequada ao seu negócio.

HORA DE MONTAR SEU E-COMMERCE.

Para montar o seu e-commerce, é imprescindível seguir os passos a seguir alinhados:

1. Escolher a plataforma e a hospedagem para seu site;
2. Providenciar os certificados de Segurança e a criação de ambiente seguro para o consumidor;
3. Meios de pagamento;
4. SAC;
5. Contratar uma ferramenta para recuperação de carrinhos (quando o consumidor desiste da compra);

6. Instalar um ERP – software para gestão do seu negócio;

7. Confirmar com um advogado especialista em comércio eletrônico se sua loja virtual está adequada às diretrizes do Código do Consumidor, Lei do E-commerce e LGPD, entre outras legislações;

8. Plano de Marketing: invista em divulgação, tráfego, branding e posicionamento da marca;

9. Logística: estruture um bom sistema de distribuição adequado ao seu negócio e produto;

10. Preste muita atenção na tecnologia utilizada, pois seu site tem de performar bem em todos os dispositivos eletrônicos e em todos os ambientes digitais.

DICAS IMPORTANTES

Plataformas: existem várias especializadas em ajudar as pessoas a montarem suas lojas virtuais. Pesquise e observe qual se adapta melhor ao seu produto e a sua verba financeira. Ex: Loja Integrada, Magento, WooCommerce.

Imagens dos produtos e informações: as fotografias/imagens dos produtos devem ser de ótima qualidade, com descrição detalhada das características, informações completas sobre o preço, formas de pagamento e taxas adicionais.

Dados da empresa: coloque em destaque os dados da empresa no site, pois é uma exigência legal.

Documentos jurídicos: as legislações que incidem nesse segmento - Lei do E-commerce, Código do Consumidor, Lei do Marco Civil, entre outras — devem ser observadas nos documentos jurídicos para que o empreendedor não tenha aborrecimentos, impasses e para que não ocorra a judicialização. Utilize uma linguagem clara, objetiva e personalizada ao seu negócio nas Políticas de Privacidade e nas Políticas de Vendas, pois estes documentos serão acessados por uma gama enorme de pessoas, de diferentes classes econômicas e sociais.

Direito de arrependimento: existe a possibilidade do consumidor não aprovar o produto quando recebe-lo. Assim, deve constar na Política de Troca o prazo de 7 dias no qual o consumidor poderá devolver a mercadoria, com a restituição integral dos valores pagos, sem nenhum custo adicional.

Proteção dos dados pessoais: os dados dos clientes, fornecedores e colaboradores no comércio eletrônico são de suma importância. Realize as adequações conforme a Lei Geral de Proteção de Dados, que entrará em vigor em agosto de 2020.

Meios de pagamento: há no mercado brasileiro empresas que oferecem esse serviço, aliado a sistemas antifraude. Observe se a empresa se adapta às necessidades do seu negócio e do seu público quanto aos meios de pagamento oferecidos (cartões de crédito, débito, boletos) e se as tarifas são atrativas sobre as transações. Ex: PaSeguro, Moip, Pay Pal, boleto de pagamento(entre em contato com sua instituição bancária).

Sistemas antifraude: A prevenção de golpes através de um sistema antifraudes é essencial, pois há a análise dos dados do comprador e demais peculiaridades no momento da compra, para autorizá-la ou não. Ex: de cartões de crédito roubados ou clonados). Ter um sistema antifraude é importantíssimo para evitar problemas com consumidores, repassando confiança e credibilidade. Ex: ClearSale, Konduto, BigDataCorp.

Segurança digital: a loja virtual tem que oferecer um ambiente seguro para o consumidor realizar as suas compras. Assim, a inclusão de sistemas de prevenção de crimes cibernéticos são essenciais. Aconselho a utilizar certificações SSL, um antivírus atualizado, firewalls, controles de acesso as informações importantes do seu negócio. Realize também backups profissionais e faça o bloqueio de sites maliciosos, essas são as primeiras barreiras de defesa e que podem ser implementadas com um baixo custo.

Estoque: assegure que o produto divulgado esteja disponível para compra. Cuidado com a propaganda enganosa. Procure diversos fornecedores, não fique atrelado a somente um e analise se o mesmo tem capacidade de entregar rapidamente várias unidades (se for necessário).

Logística: É através dela que o cliente também é fidelizado. Escolha parceiros que tenham infraestrutura adequada e que possam atender as suas demandas. Atenção: esclareça sempre o prazo de entrega para os consumidores e tente superar esta expectativa.

SAC: tenha um atendimento on-line rápido e eficiente para tirar dúvidas dos clientes. E mais: peça sempre um comentário sobre a experiência de ter comprado na loja após o recebimento do produto.

Marketing digital: sem marketing o negócio não progride! Dentro do possível contrate uma agência especializada em marketing. Pode parecer ser um investimento um pouco alto no início, mas será altamente decisivo para o sucesso do seu negócio.

Todas as dicas estão em conformidade com:

- Lei do E-commerce (Decreto 7.962/2013);
- Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990);
- Lei da Transparência (Lei nº 12.741/2012);
- Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965/2014);
- Lei Geral de Proteção de Dados (Lei nº 13.709/2018).

Na dúvida, consulte um advogado especialista em e-commerce, pois muitas empresas já tiveram prejuízos por não estarem em conformidade com as normas legais.

CONTATO

Consultoria Jurídica especializada em comércio eletrônico.

Para maiores informações ou esclarecimentos entre em contato:

Blog: www.josianepaiani.com.br

E-mail: contato@josianepaiani.com.br

Instagram: [@josianepaiani](https://www.instagram.com/josianepaiani)

