

MERCADO

COMO O MICROEMPREENDEDOR PODE VENDER MAIS PELA INTERNET?



SEBRAE



© 2019. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Bahia – Sebrae/BA
Todos os direitos reservados. A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610/1998).

INFORMAÇÕES E CONTATO

Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Bahia – SEBRAE/BA
Unidade de Gestão do Portfólio – UGEP
Rua Horácio César, 64 – Bairro Dois de Julho
CEP: 40.060-350 – Salvador / BA
Tel.: (71) 3320-4436

Presidente do Conselho Deliberativo Estadual

Carlos de Souza Andrade

Diretor Superintendente

Jorge Khoury

Diretor Técnico

Franklin Santana Santos

Diretor Administrativo e Financeiro

José Cabral Ferreira

Unidade de Gestão do Portfólio (UGEP)

Norma Lúcia Oliveira da Silva
Leandro de Oliveira Barreto

Analista

Viviane Canna Brasil Sousa

Projeto Gráfico, editoração e revisão ortográfica

Yayá Comunicação Integrada

www.sebraeatende.com.br **0800 570 0800**



SebraeBahia

SUMÁRIO

As múltiplas possibilidades do e-commerce	4
Dicas para estar à frente nas vendas pela internet	5
Conheça os principais desafios	6
Escolha um segmento de atuação	9
Como monitorar suas vendas na internet	10
Atenda bem o seu público consumidor	12
Garantias para produtos comprados pela internet	13
Checklist de documentos do MEI	14
Conclusão	15

AS MÚLTIPLAS POSSIBILIDADES DO E-COMMERCE

Um dos principais fenômenos em expansão da internet, o e-commerce, modalidade de venda ou compra de produtos através de dispositivos eletrônicos, abrange todo o processo comercial. Ele engloba desde o marketing até o serviço de atendimento ao consumidor, incluindo o pós-vendas. O e-commerce também diminui os custos operacionais, iguala as possibilidades de mercado e aproxima o cliente da empresa.

Engana-se quem generaliza toda plataforma de compra e venda online como e-commerce. Para se encaixar na categoria é preciso que a sua plataforma virtual seja própria, que comercialize apenas produtos da sua empresa e que não haja um intermediador no processo de venda, existindo uma relação direta entre a sua empresa e o seu consumidor.



Gerenciar uma loja virtual exige tempo, cuidado e dedicação. Vai além de cadastrar produtos e acompanhar estoques. É importante trabalhar para oferecer o melhor para o seu consumidor, conhecendo os desejos e as necessidades dele, posicionando a sua empresa como uma opção atrativa, resolutiva e interessante.

Existem diversas maneiras para regularizar o comércio eletrônico, e uma delas é o MEI, que MEI serve para aquelas pessoas que trabalham por conta própria e possuem um faturamento mensal de até R\$ 6.750 emitidos em notas fiscais. Isso representa um faturamento anual máximo de R\$ 81.000.

O MEI oferece como vantagem aos empreendedores a isenção de tributos federais, como o PIS, Cofins, IPI, CSLL e Imposto de Renda. Ao tornar um Microempreendedor Individual, também é possível obter um CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas), que é o RG das empresas.

DICAS PARA ESTAR À FRENTE NAS VENDAS PELA INTERNET

A cada ano o número de consumidores que têm aderido ao comércio online aumenta e, com isso, as expectativas de crescimento continuam altas. Por causa desse avanço, a plataforma vem se aprimorando. Confira alguns quesitos que fazem o seu e-commerce sair na frente:

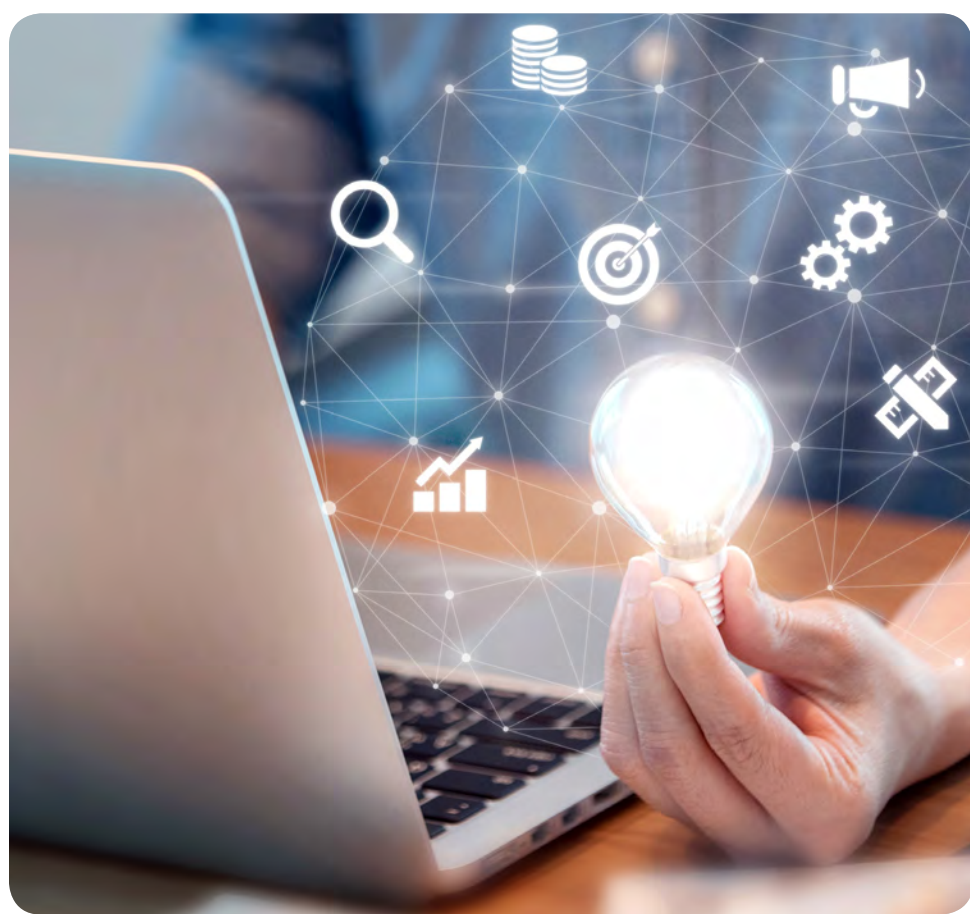


Esteja conectado à realidade mobile

Ofereça sempre a melhor navegabilidade para o seu usuário. Adeque a sua plataforma para múltiplas telas através de sites responsivos, sites mobiles e aplicativos. Tenha uma ferramenta antifraude para evitar riscos aos seus consumidores.

Tenha uma estratégia de marketing de fácil consumo

O imediatismo faz parte das nossas interações. O consumidor não pode pensar muito, precisa ter as informações acessíveis e elas precisam contemplar às expectativas que ele coloca sobre a sua empresa. Aproveite cada oportunidade de interações online. A utilização do storytelling é uma boa estratégia de conexão com os usuários.



Opte por um atendimento mais humanizado

É essencial que você ofereça uma assistência efetiva e resolva todas as dúvidas de venda e pós venda, portanto, abuse dos recursos tecnológicos. O uso de assistentes virtuais é cada vez mais frequente. WhatsApp, redes sociais e chats são grandes alternativas para essas conexões.*



*<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline>

CONHEÇA OS PRINCIPAIS DESAFIOS

Muitos empreendedores já descobriram as vantagens do e-commerce e, por isso, esse mercado torna-se cada vez mais competitivo. Entre os principais desafios de gestão de e-commerce no Brasil estão:



Logística

O consumidor que compra pela internet busca comodidade, praticidade e eficiência, portanto é fundamental atender às expectativas que ele coloca sobre a qualidade e competência da sua empresa. As empresas em expansão precisam ter em mente que é necessário o investimento em sistemas operacionais. Compra de estoque, produção de produto e procedimentos de envio precisam estar bem alinhados. A transparência com o consumidor é fundamental para o sucesso do negócio.



Estoque

Você vai precisar dedicar um tempo especial na gestão da sua equipe e do seu estoque. É de extrema relevância que você identifique as suas necessidades. Saiba o número de itens que precisa guardar e selecione o local mais adequado, afinal o cuidado com o seu produto se transforma na excelência na entrega. A gestão correta evita gastos desnecessários e sobras de produtos. Compreenda, através do controle das vendas mensais, o seu fluxo de saída de produtos, assim você consegue administrar melhor o que deve ou não ser repostado.



Tecnologia

Por causa dela foi possível o surgimento desse tipo de negócio e é importante utilizá-la como aliada na construção de um e-commerce seguro e com credibilidade. Um bom software de gestão é interessante para o trabalho. Com ele você consegue diminuir o tempo que gasta em funções mais detalhadas e consegue focar em atividades que realmente precisam de mais atenção. Através dela você consegue mensurar resultados e analisar as métricas no seu negócio. Dê uma atenção especial para usabilidade do seu e-commerce e a acessibilidade mobile.



Marketing

Alinha entre uma divulgação assertiva e exagerada é tênue. O marketing é uma ferramenta poderosa para quem quer vender. É preciso identificar as necessidades dos clientes e criar um plano de ação efetivo e focado em resultados. Alguns pontos que são importantes para montar a estratégia de marketing da sua empresa: e-mail marketing, analisar opinião dos clientes, observar a taxa de conversão e rejeição, analisar o custo de aquisição do cliente, ficar de olho no abandono de carrinho, no número de visitantes e fazer um investimento em pós-vendas.



Segurança

Esteja atento sempre à segurança do seu negócio, tanto para o seu consumidor quanto para o seu negócio. Fraudes por e-mail são recorrentes e ameaças virtuais podem ser constantes. Investir em uma plataforma segura é fundamental para credibilidade da sua empresa e ainda evita situações negativas.

Um dos principais problemas na gestão de um e-commerce é a logística ligada aos processos de entrega dos produtos. Para conseguir organizar o fluxo logístico é importante que saiba todas as etapas do processo e se atente a algumas dicas:

- @ Mantenha o estoque sempre atualizado;
- @ Evite atrasos na entrega dos produtos;
- @ Analise os indicadores de performance;
- @ Escolha a melhor forma de transportar a sua mercadoria;
- @ Tenha uma boa comunicação com os seus consumidores;
- @ Faça um investimento em plataformas eficientes

ESCOLHA UM SEGMENTO DE ATUAÇÃO

O nicho de mercado é o melhor caminho para pequenos e médios empreendedores, sobretudo para os microempreendedores individuais. A segmentação diz muito a você sobre o perfil do seu consumidor, as demandas, preferências e ainda orientam a sua linha de atuação.

Porém, antes de investir o capital no negócio é preciso ter certeza da área em que pretende atuar.

Para obter uma resposta assertiva sobre o nicho em que pretende atuar, faça o seguinte levantamento:



Liste o que você gosta de fazer: ter o próprio negócio exige dedicação. Invista em algo que se reconhece e dar prazer em trabalhar.

Encontre um problema de um público específico: encontrando esse desvio você pode trazer uma solução assertiva para um público específico.

Conte do seu projeto para analisar a viabilidade dele: a experiência do próximo sempre agrega de alguma maneira. Compartilhe a sua ideia e ache soluções para ela.

Faça uma pesquisa de mercado: analise os concorrentes e reúna o maior número de informações sobre o seu ramo de atuação. Essa etapa é a que oferece todo suporte para o planejamento para o negócio.

Entre os setores que mais faturam nesse tipo de negócios estão:

- | | | | |
|---|------------------------|---|----------------------------------|
| @ | Telefonia e celulares; | @ | Saúde, cosméticos e perfumaria; |
| @ | Eletrodomésticos; | @ | Moda e acessórios; |
| @ | Eletrônicos; | @ | Esporte e lazer; |
| @ | Informática; | @ | Acessórios automotivos; |
| @ | Casa e decoração; | @ | Livros, apostilas e assinaturas. |

COMO MONITORAR SUAS VENDAS NA INTERNET



Para que seja gerado um bom volume de vendas é imprescindível que você monitore e analise os dados do seu e-commerce. É importante que você saiba discernir quais indicadores de desempenho são importantes para essa análise. As principais são:

Valor de tempo de vida do cliente (CLV)

Ajuda a identificar o retorno obtido com cada cliente em relação ao investimento que foi feito;

Margem bruta

A porcentagem de lucro obtido com cada produto do seu e-commerce sem nenhum desconto agregado ao valor do produto;

Taxa de conversão do e-commerce

Esse é um importante quesito para analisar o desempenho do seu negócio virtual. Esse número é encontrado através da divisão do número total de vendas pelo volumes de visitas no e-commerce no mesmo período;

Taxas de e-mail marketing

Campanhas de e-mail marketing são as principais aliadas dos e-commerces. É importante fazer um acompanhamento efetivo dos assinantes, da taxa de entrega, de abertura dos e-mails e de desinscrição na newsletter;

Receita por visita

Este indicador te ajuda a obter resultados sobre o valor de cada visitante do seu e-commerce. Você identifica ele através da divisão do número de visitas pela receita que o seu site gera;

Ticket médio

Representa o valor médio de todas as suas vendas na loja virtual;

Taxa de abandono no carrinho

Essa taxa serve para informar o número de clientes que não finalizaram a compra. Muitas vezes essa métrica está relacionada ao alto custo de frete, desistência por longos cadastros, clientes que estão apenas efetuando busca, insegurança em relação ao sistema de pagamento e processos longos e confusos;

Taxa de visitas por dispositivos móveis

Essa métrica reforça a importância de se criar um site responsivo e trazer a facilidade para o consumidor.



ATENDA BEM O SEU PÚBLICO CONSUMIDOR

O atendimento ao consumidor é extremamente importante em todas as etapas do processo de compra. No momento da venda esse contato é crucial pois ele é um fator decisivo de compra. A venda do produto deve ser bem detalhada, de forma clara, correta e ostensiva. É importante a divulgação de preços, prazos, quantidades e garantia de origem.

Assim como o atendimento ao consumidor no ato da compra, o pós-vendas é fundamental para conquistar a fidelidade do cliente. Um cliente que já comprou anteriormente tem mais chances de adquirir um novo produto.

Para ter uma comunicação de excelência com o seu público consumidor, siga essas dicas:

- @ Agradeça ao consumidor;
- @ Conquiste o consumidor com o atendimento;
- @ Prepare a sua equipe;
- @ Ofereça benefícios a cliente fiéis;
- @ Simplifique o contato com o consumidor;
- @ Surpreenda o consumidor com entregas antecipadas;
- @ Seja proativo e atualize sempre o cliente do status do pedido;
- @ Trabalhe com uma política clara e eficiente de trocas e devoluções
- @ Envie pesquisas de satisfação e disponibilize espaços para o cliente dar um feedback



GARANTIAS PARA PRODUTOS COMPRADOS PELA INTERNET

O MEI deve se atentar para os tipos de garantias de compras realizadas pela internet, são elas:

Garantia legal

Obrigatória por lei, esse tipo de garantia cobre qualquer tipo de dano, imperfeição, problema ou defeito sem custos ao consumidor. Segundo o art. 26 do Código de Defesa do Consumidor, o período de validade da garantia é de trinta dias para produtos não duráveis e de noventa dias para produtos duráveis. A contagem do prazo se inicia após a entrega do produto ou serviço;

Garantia contratual

Ela não é obrigatória e é estabelecida entre o fornecedor e o consumidor. Tem um prazo adicional à garantia legal e, geralmente, contém algumas condições. Devem constar em um documento escrito, o termo de garantia;

Garantia estendida

Esse tipo de garantia é paga, opcionalmente, pelo consumidor. É um seguro que prorroga a garantia após o vencimento da legal e contratual. Por ser adquirida em forma de compra, o consumidor também tem o direito de pedir cancelamento no prazo de sete dias.

Além das garantias, é importante você se atentar sobre a diferença dos vícios ocultos e aparentes. Esse quesito tem extrema relevância, pois determina o início da contagem do prazo para o consumidor exercer o direito de reclamar de vício no produto adquirido. O vício aparente diz respeito a constatação das avarias perceptíveis ao consumidor. Já o oculto aparece após algum tempo de uso, não é identificado de forma ordinária. Enquanto o prazo para reclamar do vício aparente começa a contar a partir da data em que o consumidor recebe o produto, o prazo do oculto inicia a partir do momento em que este é evidenciado.



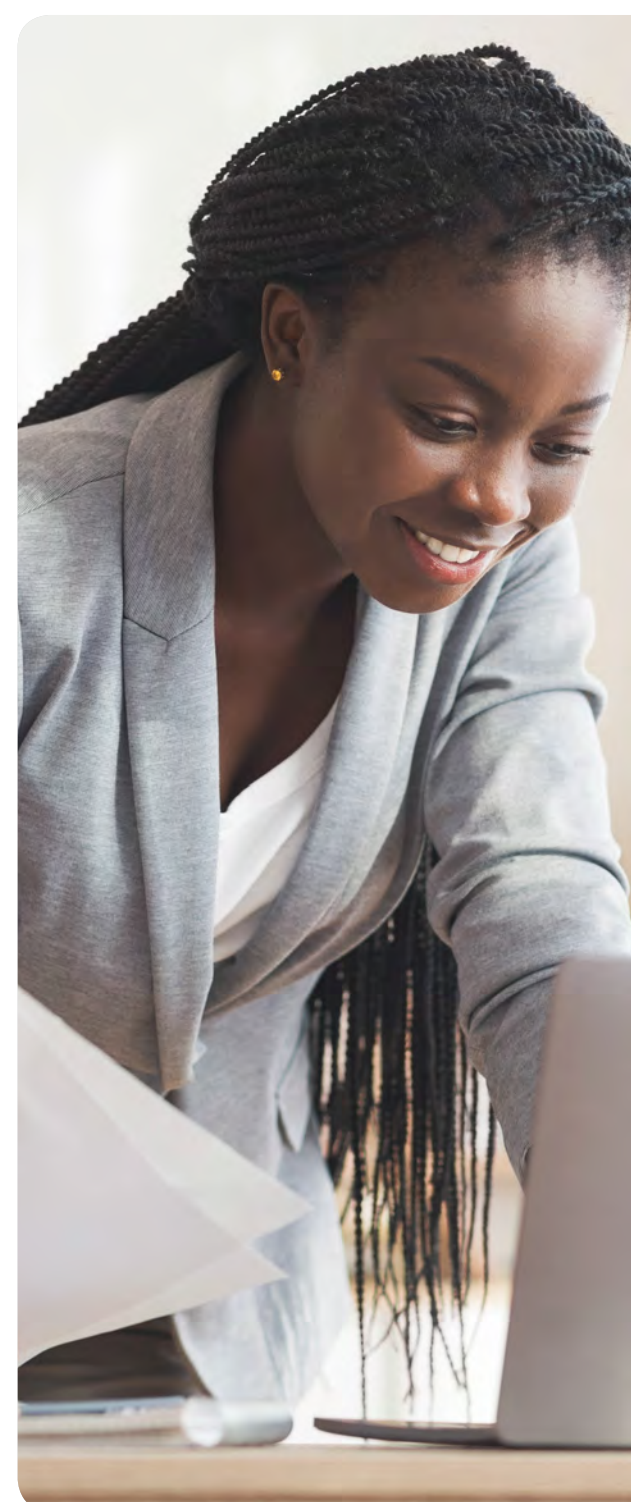
CHECKLIST DE DOCUMENTOS DO MEI

Para se formalizar, é preciso informar:

- @ Número do CPF
- @ Data de nascimento do titular
- @ Número do título de eleitor (ou número do último recibo de entrega da Declaração Anual de Imposto de Renda Pessoa Física)

Após a formalização, o Portal do Empreendedor recomenda:

- @ Imprimir os DAS para recolhimento das contribuições ao INSS, ISS e/ou ICMS para o ano;
- @ Imprimir o Certificado de Microempreendedor Individual – CCMEI;
- @ Imprimir o Cartão do CNPJ no site da Receita Federal;
- @ Imprimir e preencher todo mês o Relatório de Receitas Brutas, disponível no Portal do Empreendedor/Obrigações.



E quem não pode ser MEI?

Como você já deve ter observado, o MEI abrange muitas atividades. No entanto, existem algumas situações que não podem ser enquadradas na modalidade. Não pode ser MEI:

Empresa com sócios;

- @ Empresas que faturem mais de R\$ 6.750 ao mês ou mais de R\$ 81.000 ao ano;
- @ Empresas que tenham ou pretendam ter filiais;
- @ Empresa com mais de um empregado;
- @ Empresa com empregado que ganhe acima do piso salarial da categoria;
- @ Profissionais que trabalhem com atividades intelectuais, como advogados, arquitetos, engenheiros, médicos, psicólogos e professores.*

*<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/mei2020>

Gerar conteúdo para e-commerces é uma estratégia assertiva. Aumentar a taxa de vendas e a qualificação do tráfego do site são apenas duas consequências desse plano. Ao oferecer aos seus atuais e futuros clientes outras opções que não seja somente a compra, você os cativa e educa com informações que podem satisfazer o que eles buscam, fortalecendo a imagem da sua marca e sua reputação no seu nicho de mercado.

O grande intuito de produzir conteúdo no seu site é criar conexão com a sua rede de consumidores, para que eles sempre tenham a sua empresa em mente quando forem buscar por algo do seu nicho. Compradores educados e conscientes tendem a diminuir a quantidade de atendimento e suporte que você pode vir a prestar no pré e pós-vendas.

Para criar um conteúdo bacana é importante que você tenha em mente o que os seus consumidores querem receber de conteúdo, conhecer o seu público e os hábitos que ele carrega. É fundamental que o conteúdo que você elabore tenha relação com o produto que você oferta ou o nicho que você atua. Além disso, certifique-se do que você quer que o seu público consuma pela sua empresa.

Os consumidores gostam de conteúdos que os instruem e solucionem problemas. Tente ajudá-los a encontrar uma solução ou a realizar algo que tenha valor para ele, sempre mostre que é uma autoridade no assunto e não crie apenas textos de vendas.

As Leis do Consumidor não abrangem todas as situações do meio eletrônico, mas, muitos dos direitos presentes no Código do Consumidor contemplam as transações mais frequentes dos e-commerces, mesmo sem ter uma lei específica para esse tipo de plataforma. Mesmo assim, não há distinção entre o consumidor comum e o consumidor online. Os direitos de devolução do produto, desistência de compra, garantia de produtos, restituição do valor pago, são obrigações dos fornecedores, tanto no meio virtual, quanto no presencial.





Quer saber mais?
Acesse o site do Sebrae e conheça outros conteúdos.

www.sebraeatende.com.br **0800 570 0800**



SebraeBahia