

INTERNET PARA PEQUENOS NEGÓCIOS

Táticas para construir uma presença de sucesso na internet

COMO ABRIR UMA LOJA VIRTUAL

SEBRAE

Serviço Brasileiro de Apoio às
Micro e Pequenas Empresas

Quem tem conhecimento vai pra frente | sebrae.com.br

INTERNET PARA PEQUENOS NEGÓCIOS

Táticas para construir uma presença de sucesso na internet

COMO ABRIR UMA LOJA VIRTUAL



*Serviço Brasileiro de Apoio às
Micro e Pequenas Empresas*

© 2011. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae
Todos os direitos reservados.

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte,
constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610).

Informações e contatos:

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae
Unidade de Capacitação Empresarial – UCE
SGAS 605 – Conjunto A – Asa Sul – 70.200-645 – Brasília / DF
Telefone: (61) 3348-7168
Site: www.sebrae.com.br

Presidente do Conselho Deliberativo

Roberto Simões

Diretor Presidente

Luiz Barretto

Diretor Técnico

Carlos Alberto dos Santos

Diretor de Administração e Finanças

José Claudio dos Santos

Gerente da Unidade de Capacitação Empresarial

Mirela Malvestiti

Coordenação Nacional

Michelle Carsten Santos

Consultor Conteudista

Edgar Powarczuk – Powarczuk Estratégias de Relacionamento Ltda.

Consultora Educacional

Élida Maria Loureiro Lino

Equipe Técnica

Alcionei Rocha dos Santos – Sebrae/SC

INTERNET PARA PEQUENOS NEGÓCIOS

Táticas para construir uma presença de sucesso na internet

COMO ABRIR UMA LOJA VIRTUAL



*Serviço Brasileiro de Apoio às
Micro e Pequenas Empresas*

Sumário

APRESENTAÇÃO 6

CAPÍTULO 1 – O QUE É UMA LOJA VIRTUAL..... 8

Um espaço para a empresa mostrar seus produtos e serviços na internet..... 10

CAPÍTULO 2 – A IMPORTÂNCIA DA LOJA VIRTUAL 12

Milhares de internautas tendo acesso à empresa por um clique 14

A estrutura da empresa para bem atender 15

Vantagens para o negócio 17

CAPÍTULO 3 – FORMAS DE A SUA EMPRESA TER SEU ESPAÇO DE VENDAS 22

Alternativas diferentes para apresentar a loja de forma *online*..... 24

Loja própria..... 25

Loja em *shopping* virtual..... 25

Loja pronta..... 26

CAPÍTULO 4 – ALGUNS EXEMPLOS DE LOJAS VIRTUAIS..... 30

Conheça a abordagem de algumas empresas neste tipo de mercado 32

CAPÍTULO 5 — HORA DE PRATICAR	36
Tutorial para criação da sua loja virtual	38
PASSO 1 — Cadastro da loja virtual	38
PASSO 2 – Construção da loja virtual	41
CAPÍTULO 6 — FIQUE DE OLHO	46
Atente para cuidados importantes e dicas essenciais para a loja virtual.....	48
Dicas importantes	48
Cuidados necessários	50
CAPÍTULO 7 — RECURSOS ADICIONAIS PARA A SUA LOJA VIRTUAL	52
Possibilidades para deixar a loja virtual ainda mais consistente	54
CONSIDERAÇÕES FINAIS	58
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	62

Apresentação

É notório que a internet reúne milhões de pessoas no mundo inteiro. Somente no Brasil foram mais de 75 milhões de usuários em 2010, divididos entre todas as classes sociais. Estes milhões de brasileiros usuários da internet configuram um mercado crescente e cada vez mais confiável tecnicamente.

Com o poder de venda migrando também para as classes C e D, os pequenos negócios estão à frente de excelente oportunidade de alavancagem de suas empresas na internet, com a mesma atenção e disponibilidade de uma loja física.

Afinal, desde que surgiram em meados dos anos 1990, pode-se dizer que as lojas virtuais causaram uma verdadeira revolução no comércio. Como não há necessidade da presença física nem do comprador, nem do vendedor, também não necessitam do manuseio de papel moeda e, tampouco, da mercadoria no momento da transação. Nelas, a relação ocorre entre um comprador e um vendedor em qualquer lugar do planeta.


Esta cartilha reúne as informações necessárias para você abrir sua loja virtual e iniciar o seu comércio eletrônico.

Toda menção a empresas e/ou marcas contidas nesta cartilha **Como abrir uma loja virtual** tem o propósito único e exclusivamente ilustrativo.

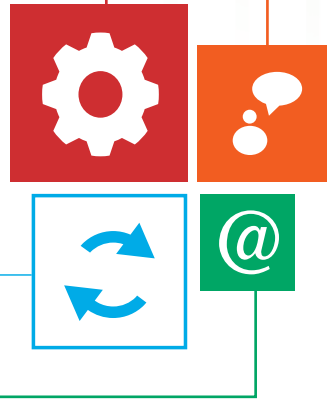
Sucesso!





A young woman with dark, curly hair is smiling warmly at the camera. She is wearing a light orange, short-sleeved, ribbed top. She is sitting at a desk with a yellow laptop. A white coffee cup is visible in the bottom left corner. The background is a bright, outdoor setting with a blue sky and some foliage.

Antes de qualquer coisa, é importante que você saiba que, embora toda loja virtual seja um *website*, nem todo *site* é uma loja virtual. Ou seja, nem todo *site* vende produtos ou serviços; existem diversas funções desempenhadas pelos *sites* além da venda direta, por exemplo, a divulgação institucional, compras, relações com fornecedores, treinamento de funcionários, entre outras.



O QUE É UMA LOJA VIRTUAL

O que é uma loja virtual

Um espaço para a empresa mostrar seus produtos e serviços na internet

Um espaço para a empresa mostrar seus produtos e serviços na *internet*

Antes de qualquer coisa, é importante que você saiba que, embora toda loja virtual seja um *website*, nem todo *site* é uma loja virtual. Ou seja, nem todo *site* vende produtos ou serviços; existem diversas funções desempenhadas pelos *sites* além da venda direta, por exemplo, divulgação institucional, compras, relações com fornecedores, treinamento de funcionários, entre outras.

Portanto, esses *sites* não são considerados lojas virtuais, tendo em vista que lojas virtuais são *sites* de *e-commerce*, em que o cliente visualiza e escolhe seu produto, coloca no carrinho de compras e passa no caixa para realizar o pagamento, em um processo totalmente *online*.

Podemos dizer que as lojas virtuais são uma série de sistemas que interagem com o usuário de uma forma que culmine em uma compra. Esses sistemas podem ser adquiridos de terceiros ou desenvolvidos internamente, mas é fundamental que deem respostas ágeis e eficientes aos usuários 365 dias por ano, 24 horas por dia.

Esse correto funcionamento das lojas virtuais depende primordialmente de um bom provedor de serviços de hospedagem. Hoje, o custo desse tipo de serviço está bem acessível no Brasil, graças a grande concorrência de fornecedores de infraestrutura.

Fora do ambiente virtual é de praxe dizer que nada é 100% seguro, tanto que normalmente, empreendedores e



empresários trabalham com uma margem de perdas que é considerada aceitável.

Na internet, este princípio também é válido, mas é importante se precaver para minimizar o risco. Confira mais detalhes no capítulo “Cuidados necessários” nesta cartilha.

Os problemas que ocorrem com mais frequência no caso das lojas virtuais são a clonagem da página da loja, a invasão de sistemas e, por consequência, o acesso a informações sigilosas.

Uma maneira de evitar problemas de segurança é a certificação do *site*, além de outras medidas de segurança já acessíveis ao empreendedor na internet.

As lojas virtuais devem disponibilizar aos clientes diversas opções de pagamento. Tradicionalmente, o boleto bancário e o cartão de crédito são os meios mais disponibilizados pelos lojistas.

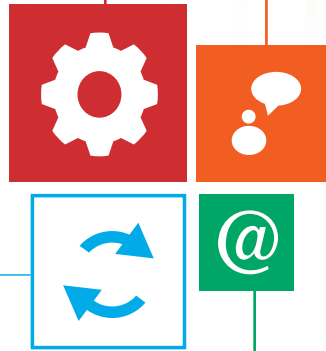
Lembre-se!

Quanto mais opções de pagamento houver, melhor para os clientes.





Enquanto uma loja física depende de localização, ambiente, infraestrutura e divulgação para ser vista, a loja virtual é uma oportunidade de oferecer produtos para os milhões de internautas brasileiros que circulam pela web todos os dias.



A IMPORTÂNCIA DA LOJA VIRTUAL

A importância da loja virtual

Milhares de internautas tendo acesso à
empresa por um clique

A estrutura da empresa para bem atender

Vantagens para o negócio

Milhares de internautas tendo acesso à empresa por um clique

Enquanto uma loja física depende de localização, ambiente, infraestrutura e divulgação para ser vista, a loja virtual é uma oportunidade de oferecer produtos para os milhões de internautas brasileiros que circulam pela web todos os dias.

Para os pequenos negócios, a loja virtual pode ser uma alavanca nas vendas. Enquanto uma loja física depende de localização, ambiente, infraestrutura e divulgação para ser vista, a loja virtual é uma oportunidade de oferecer produtos para os milhões de internautas brasileiros que circulam pela web todos os dias. Além disso, as pessoas têm a possibilidade de comprar artigos sem que você tenha de contratar um vendedor e um caixa para atendimento. A loja virtual não rouba a cena da loja física, mas é excelente alternativa para complementar o seu negócio – desde que bem planejada.

Sendo um alvo de grande potencial a ser conquistado, o comércio virtual tornou-se um segmento de inúmeras possibilidades para realizar compras e vendas a distância, por meio do computador. Do mesmo modo que a loja física deve capacitar toda a equipe de vendas, a loja virtual deve estar preparada para fornecer o mais alto nível de satisfação dos visitantes. A partir disso, tornou-se uma preocupação crescente valorizar o cliente como indivíduo, por meio do desenvolvimento de produtos e serviços.





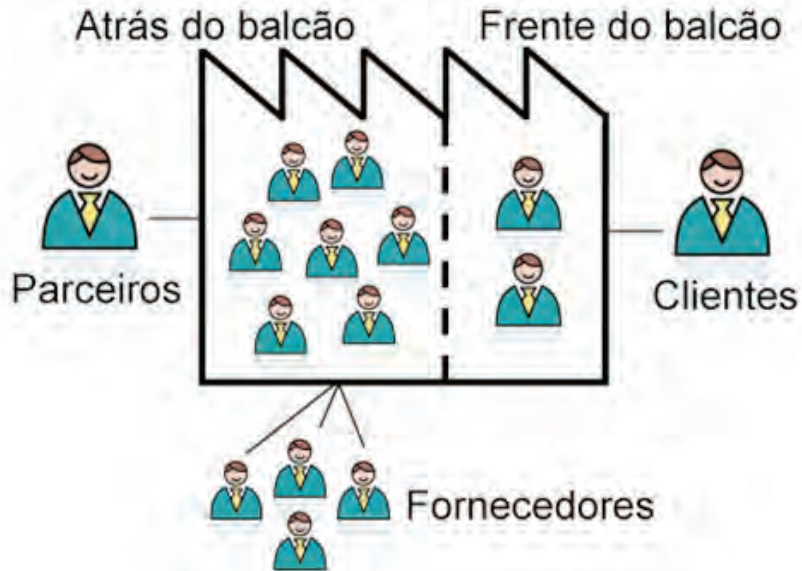
Os clientes virtuais tendem a ser exigentes, já que por alguns cliques a mais podem mudar de loja. É imprescindível que a empresa tenha entendimento de suas necessidades para o sucesso de um negócio virtual. As lojas virtuais desempenham um papel estratégico para qualquer negócio na internet. É nas lojas virtuais que o visitante será apresentado aos produtos e, possivelmente, se sentirá motivado a realizar uma compra.

Vender pela internet não é somente ter uma loja virtual. A empresa deve ter uma estrutura adequada para realizar o processo de vendas.

A estrutura da empresa para bem atender

A empresa deve ter uma estrutura adequada para realizar a encomenda dos pedidos, entregar com agilidade, efetuar o pós-venda e outros procedimentos inerentes. Por isso, é necessário estar atento ao que fica na “frente do balcão” e ao que fica “atrás do balcão”.





A **frente do balcão** é a parte frontal da empresa, a frente do seu balcão, visível pela clientela.

O **atrás do balcão** é o conjunto de processos internos da empresa: produção, logística, estoque, venda, contabilidade, gestão dos recursos humanos etc. Esta parte também trata do conjunto das partes do sistema de informação às quais o usuário final não tem acesso. É essencial ela estar bem alinhada para você partir para o comércio *online*.





Vantagens para o negócio

A possibilidade de chegar ao cliente a um custo baixo – em comparação às tradicionais lojas físicas – é a principal vantagem de se vender pela internet.

O comprador, por meio do *site* de uma empresa, pode navegar pelas categorias de produtos, visualizar as descrições e fotos e adicioná-las a um carrinho de compras, a semelhança do que ocorre em um supermercado. Além disso, o cliente pode escolher a forma e a condição de pagamento e ter a garantia de entrega no local informado, por meio de um sistema de acompanhamento do pedido e entrega de produtos.

As compras virtuais têm apresentado perspectivas animadoras, mostrando um perfil maduro e profissional, visto que a prática de realizar transações comerciais pela internet têm sido cada vez mais utilizadas.

A internet amplia o tempo de exposição da marca e mostra que a sua empresa está preparada para atender os clientes na era da informação.



Veja mais alguns dados sobre a importância que uma loja virtual poderá ter para o seu negócio:

Se você acha que as pessoas têm receio de comprar pela internet, saiba que o comércio eletrônico cresce muito no Brasil¹:

- O Brasil movimentou R\$ 15 bilhões no comércio *online* em 2010, 40% a mais que o ano anterior.
- O Natal de 2010 movimentou R\$ 2,2 bilhões em compras pela internet.
- O valor médio das compras foi de R\$ 370.
- 70% dos internautas brasileiros que acessam a *web* diariamente estão nas classes C e D.

Se você acha que o cliente não usa a internet, pense melhor: talvez você ainda não saiba!

- 94% dos internautas² pesquisam sobre produtos e serviços antes de comprar. Se a sua empresa ou o seu produto não estiver presente na internet, há uma boa chance do seu cliente (ou potencial cliente) comprar do concorrente.

¹ Fonte: *tobeguarany.com*, JP Morgan e Instituto Data Popular

² Fonte: *Cetic Brasil promovida pela CGI.br*. (2009)





Se você ainda tem dúvida sobre a importância da internet, pense sobre isso:

- A internet não tem fronteiras geográficas, ou seja, você pode conquistar clientes de qualquer lugar do planeta.
- Os computadores estão ficando cada vez mais acessíveis e as redes de conexão chegando a cidadezinhas do interior.
- Por fim, quase tudo que está na internet é gratuito.

Se até aqui você ainda não se convenceu de vender pela internet, observe estas outras vantagens:

- Produtos em estoque para *sites* de comércio eletrônico não precisam ser exibidos, podendo ser armazenados de forma compacta em um centro de distribuição. Assim, se pode mais facilmente vender os itens que não tem em estoque, além de oferecer visualmente a agradável mistura de produtos que são atualizados com frequência, sem se preocupar em concentrar na lotação de alto volume, tamanhos, cores etc.
- Uma loja virtual nunca fecha. Como já foi dito, funciona 24 horas por dia, sete dias por semana, não importa a hora, o cliente sempre terá acesso para comprar, seja final de semana, seja feriado. Você, empresário, estará sempre fazendo negócios.






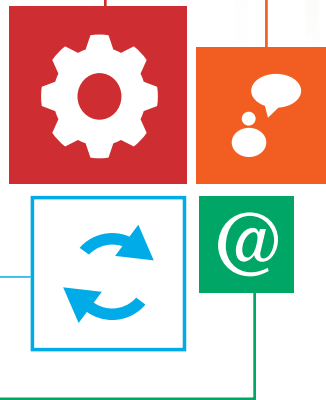
- Você e seus funcionários não precisarão estar em um escritório estabelecido em um único local. O consumidor não precisa mais ver uma pessoa, e os internautas, de maneira geral, estão mais esclarecidos sobre compras *online*s e formas de pagamento. Hoje, a internet não é mais um lugar escuro e apavorante.

Certo, essas informações ajudaram você a ter um novo entendimento sobre as oportunidades da internet. Mas como fazer para iniciar seu negócio *online*?



A smiling man with a shaved head, wearing a red polo shirt, is seated at a desk in a home office. He is looking directly at the camera with a friendly expression. His hands are on a black computer keyboard. In the background, there is a large window with white frames, and a framed picture is visible on the wall to the left. The scene is brightly lit, suggesting a sunny day.

A internet é um meio que oferece várias ferramentas para você se relacionar com seus públicos, apresentar o seu negócio e melhorar a gestão da sua empresa. Com o comércio *online* não é diferente: você dispõe de diversas ferramentas para realizar vendas pela internet.



FORMAS DE A SUA **EMPRESA** TER SEU ESPAÇO DE **VENDAS**

Formas de a sua empresa ter seu espaço de vendas

Alternativas diferentes para apresentar
a loja de forma *online*

Loja própria

Loja em *shopping* virtual

Loja pronta

Alternativas diferentes para apresentar a loja de forma *online*

A internet é um meio que oferece várias ferramentas para você se relacionar com seus públicos, apresentar o seu negócio e melhorar a gestão da sua empresa. Com o comércio *online* não é diferente: você dispõe de diversas ferramentas para realizar vendas pela internet.

Nenhuma alternativa é melhor ou pior que outra, porém uma se adapta melhor ao seu tipo de negócio do que outras. Quando se trata de lojas virtuais, temos três principais possibilidades:

- Uma loja **própria**.
- Uma loja em um **shopping virtual**.
- Uma loja **pronta**.





Loja própria

Uma loja própria é um espaço de vendas exclusivo, que tem os atributos específicos que você deseja ou atende às necessidades do seu negócio, se estas forem muito específicas. Para fazer isso, você deverá contratar uma empresa especializada (agência digital), o que, invariavelmente, implica custos maiores.

A agência digital vai customizar a loja ao seu próprio estilo e necessidade, garantindo a possibilidade de segmentar seções, colocar um número infinito de produtos e deixar a loja mais com o estilo da sua empresa. Cuide para não ficar “dependente” da agência para realizar atualizações e acréscimos de produtos, exigindo um painel próprio para o controle administrativo e de inserção de fotos, textos e preços, por exemplo.

Loja em *shopping virtual*

É a loja que você contrata junto a um *site* de vendas que agrega várias lojas, como em um *shopping center*. Você não precisa investir tanto na divulgação da loja, pois ela está alocada em um *site* que já possui um bom índice de acessos diários e, também, trabalha por meio de modelos prontos. Mas limita você a não ter um domínio (por exemplo www.lojadofulano.com.br), além de ter de pagar taxas de “condomínio” para ter a loja e, na maioria dos casos, também pagar comissão sobre as vendas.





Compre Seguro | Adicionar aos favoritos | Anuncie | Fofagem | Minha conta

SHOPPING UOL
COMPRE NA MELHOR PREÇO

Compare preços de Compare

AMIGO SECRETO | LIVROS | GAMES | DVDS | ELETRÔNICOS | CINE E FOTO | CELULARES | INFORMÁTICA | TODAS AS CATEGORIAS

Eletroram.com

Telefone: Comercial: (34) 3221-2632
DDG: 08002631121

Entrega: Todo o Brasil

produto	loja	preço	parceias
 Video Game PlayStation 2 - Sony		R\$ 355,00	10x de R\$ 35,50 

<http://shopping.uol.com.br/loja.html?id=36845192>, acessado em 07/01/2011 às 11h22min.

Loja pronta

É a forma mais prática para você estar na internet e vender seus produtos ou serviços. Significa que você irá criar a **sua loja virtual a partir de modelos prontos**.

Pontos fortes:

- Fácil criação e administração.
- Muitas ferramentas são gratuitas.
- Possui *designs* prontos bem atraentes.

Pontos fracos:

- Exige divulgação da sua loja.
- A ferramenta impõe limites nas alterações que deseja fazer.
- Dificuldade no uso de um integrador de pagamento seguro.







Na internet, você encontrará vários fornecedores de modelos de lojas prontas e *layouts* (modelos) específicos. Sempre é importante ter algum conhecimento de internet, mas não é preciso que seja um programador ou *designer* profissional para dar organização e disposição das informações sobre os produtos na loja virtual.

Embora a maioria desses serviços seja pago, são ferramentas que auxiliam muito você a criar um espaço *online* para vendas.

Conheça algumas:

- **Locaweb** (www.locaweb.com.br)
- **UOL** (www.uolhost.com.br)
- **Seja online** (www.sejaonline.com.br)
- **Webnode** (www.webnode.com.br)

Entre as citadas acima, o **Webnode** é a única que oferece um pacote inicial **gratuito**. Por isso, vale a pena treinar ali, pois você não terá nenhum custo inicial.



Veja agora, porque será utilizada a plataforma do **Webnode**:

Fácil criação de loja virtual



Ideal para vendas por telefone ou e-mail



Gratuita



Usa um integrador internacional



Fácil de mexer



Não é do Brasil



Design atraente




Precisa de divulgação

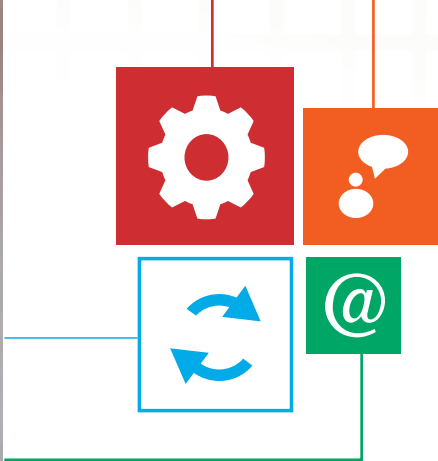


- **Versão básica gratuita:** sem gastos para criação ou manutenção.
- **Fácil de mexer:** a interface é amigável, fazendo que qualquer pessoa possa criar um *site* ou uma loja.
- **Design atraente:** os modelos prontos de *layout* gráfico são muito bonitos e, ainda, podem ser customizados.
- **Usa um integrador internacional:** o sistema de pagamento *online* é bastante difícil de mexer.
- **Não é do Brasil:** apesar da versão em português, o *site* não é nacional, o que pode dificultar na hora de algum suporte técnico.
- **Precisa de divulgação:** ninguém vai adivinhar que sua loja existe. Logo, você precisa divulgá-la.





Uma loja virtual pode ser uma excelente forma de você inserir a sua empresa na internet, mas para isso você deve estar devidamente preparado — e uma maneira de fazer isso é estudar outras lojas *online*.



ALGUNS EXEMPLOS DE **LOJAS** **VIRTUAIS**

Alguns exemplos de lojas virtuais

Conheça a abordagem de algumas empresas
nesse tipo de mercado

Conheça a abordagem de algumas empresas nesse tipo de mercado

Uma loja virtual pode ser uma excelente forma de você inserir a sua empresa na internet, mas para isso você deve estar devidamente preparado – e uma maneira de fazer isso é estudar outras lojas *online*.

Exemplo 1

A **Flores Online** está a 10 anos vendendo pela internet. Tem **600 mil clientes** no Brasil.

Site: <http://www.floresonline.com.br>

The screenshot shows the Flores Online website interface. At the top, there's a header with the Flores Online logo and a navigation menu. The main content area is divided into several sections. On the left, there's a section for '30.09 Dia da Secretária' featuring a bouquet of roses. In the center, there's a large banner for 'Secretária' with the text 'Você não precisa lembrar desse compromisso!' and an image of a hand holding a ribbon. Below this, there are several product listings, including 'Splash de Frésias Colônias' and 'Buquê Catavento'. On the right, there's a section for 'Secretária Gulosa' with a small image of a bouquet. The bottom of the page has a footer with the text 'VOCE E A FLORES ONLINE'.

<http://www.floresonline.com.br>, acessado em 11/03/2010 às 15h.



Exemplo 2

A loja virtual da **ClickFios** responde por **17% das vendas da empresa** oferece mais de 2 mil produtos.

Site: <http://www.clickfios.com.br>

The screenshot displays the ClickFios website interface. At the top, the logo 'clickfios' is prominent, along with contact information: 'ATENDIMENTO: (12) 3921-5152 | sac@clickfios.com.br'. Below the logo, navigation links include 'MEU CADASTRO', 'MEUS PEDIDOS', 'MEU CARRINHO', 'EMPRESA', 'CONTATO', 'AUTO-ATENDIMENTO', and 'LINKS ÚTEIS'. The main banner features a 'PATCHWORK' promotion with the text 'Aproveite nossa promoção!! Imperdível Até 20/10 Compre agora !!'. The banner also includes a search bar and a 'Conheça nossa história na Empresas Negócios' button. Below the banner, there are several product listings for sewing machines, each with a 'COMPRAR' button. The listings include: 'SINGER' (Ref. 1729,99), 'SINGER' (Ref. 2290, SINGER por: R\$ 283,00), 'SINGER' (Ref. 4295, SINGER por: R\$ 495,00), and 'SINGER' (Ref. 4295, SINGER por: R\$ 495,00). The website also features a 'Blog ClickFios' section and a 'CONHEÇA NOSSAS LOJAS' button.

<http://www.clickfios.com.br>, acessado em 11/03/2010 às 15h.



Exemplo 3

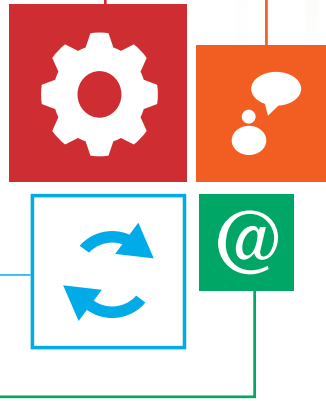
Há três anos e meio a **MaterialEscolar.com.br** montou sua loja *online*. Ao todo, a loja da empresa já teve mais de 600 mil acessos.

Site: <http://www.materialescolar.site.br.com/loja/index.php>

<http://www.materialescolar.site.br.com/loja/index.php>, acessado em 16/03/2010 às 15h.







HORA DE PRATICAR

Hora de praticar

Tutorial para criação da sua loja virtual

PASSO 1 – Cadastro da loja virtual

PASSO 2 - Construção da loja virtual

Tutorial para criação da sua loja virtual

Para fazer sua loja virtual no **Webnode**, você deve seguir os passos abaixo:

PASSO 1 – Cadastro da loja virtual

- Acesse o site www.webnode.com.br.

webnode Web site pessoal Site empresarial Loja Online Ajuda

Crie seu próprio site de graça!

Endereço de seu projeto:

Endereço de e-mail:

Senha:

Registre-se e crie seu Site

Watch video 1 minute

Crie seu site! É fácil e grátis

Webnode é uma ferramenta para criar sites de maneira rápida e fácil. Você ainda pode usar seu próprio nome de domínio!

[Saiba mais](#)

Ideal para seu site e e-shop

Centenas de modelos modernos adaptados às suas necessidades. Uma solução ideal para sites pessoais, empresas e lojas virtuais.

[Saiba mais](#)

Você estará em boa companhia

Mais de 3 000 000 empresas, autônomos, estudantes e blogueiros em todo o mundo são usuários satisfeitos com o Webnode.

[Quem são nossos usuários?](#)

<http://www.webnode.com.br/>, acessado em 13/06/2011 às 17h22min.

- Clique em **loja online**.



Sua nova loja virtual em 5

Pode ter a sua nova loja virtual pronta a arrancar dentro de minutos. Basta registar-se e pode começar a vender on-line já!

[Saiba mais...](#)



Utilização fácil e intuitiva

Webnode E-shop pode verdadeiramente ser executado por qualquer pessoa! Sua interface é intuitiva e simples, não precisa ter conhecimentos técnicos.

[Saiba mais...](#)



Demonstração num clique

Uma amostra do que a loja virtual Webnode pode oferecer ao seu negócio. Pode experimentar todas as funcionalidades Premium gratuitamente.

[Experimente demonstração on-line!](#)

Características da loja virtual

- Loja virtual com aspeto profissional em 5 minutos
- Modelos criativos e de fácil utilização
- Estilística detalhada do site e do negócio
- Pagamento por cartão de crédito e PayPal
- Fácil importação e exportação de produtos
- Integração de portas para comparação de preços
- Variedade de produtos (côr, tamanho, etc.)
- Interface fácil e intuitivo



[Saiba mais...](#)

Opinião dos utilizadores

"Webnode is the single best, 'do it yourself' website solution for people wanting value, functionality and great looks. Whether you are a novice or seasoned professional, webnode can get your website up and running in little or no time. The sites robust features and functions are certainly a hit for..."

Steve Linn

[Mais comentários...](#)

<http://www.webnode.com.br/>, acessado em 13/06/2011 às 17h22min.

- Clique em **características da loja online**. Você será enviado para uma página em que constam todas as funcionalidades do serviço.
- Analise as funcionalidades e clique em **sim, quero ter uma e-shop**.

Características

	Grátis	Mix	Standard	Professional
Armazenamento Espaço em armazenamento online para a sua loja e e-mails.	10 MB	300 MB	1000 MB	4000 MB
Tráfego mensal Limite mensal de tráfego na sua loja.	1 GB por mês	1 GB por mês	20 GB por mês	Limite de banda ilimitado
Endereços de e-mail Número de endereços de e-mail que você pode criar e usar. Você pode usar o mesmo endereço de e-mail de modo a enviar e receber mensagens usando o mesmo URL?	0	1	20	100
Nome de Produtos Número máximo de produtos você pode criar em seu catálogo.	10	100	1000	ilimitado
Versão Móvel O acesso online em dispositivos móveis é uma versão adaptada do seu site (para smartphones, tablets, etc.)	✓	✓	✓	✓
Cartão de Crédito Aceitação e gerenciamento de cartões de crédito em seu site e em sua loja física.	✓	✓	✓	✓
Contas de Produto Permissão para criar contas de usuário.	✓	✓	✓	✓
Suporte Premium Suporte prioritário 24 horas por dia.	✓	✓	✓	✓
Backup and Restauração Habilitado para fazer backup e restaurar sua loja.	✓	✓	✓	✓
Estatísticas detalhadas negócios Detailed analysis of customer behavior, necessary, time getting products or sales against customers, etc.	✓	✓	✓	✓
Varição de Produtos Permite que você crie variações para cada produto (ex: diferentes cores ou tamanhos de produtos).	✓	✓	✓	✓
Personalizar rodapé Opção de editar o rodapé do seu website (ex: comentários e o endereço de contato online).	✓	✓	✓	✓
Informação Feed sobre Produto Disponível para comércio para melhorar o ranking do seu site e a visibilidade em mecanismos de busca.	✓	✓	✓	✓
Importação/Exportação Importar e exportar múltiplos produtos em formato CSV, XML ou JSON.	✓	✓	✓	✓
Proteção de Site Proteção contra ataques de segurança.	✓	✓	✓	✓
Versão Offline Seu site pode ser acessado e gerenciado em sua rede local ou intranet (LAN ou Wi-Fi).	✓	✓	✓	✓
Preço	Grátis	12,25 BRL por mês (114,95 BRL/ano)	29,95 BRL por mês (289,95 BRL/ano)	60,45 BRL por mês (574,95 BRL/ano)

Quer ter sua Loja? Comece agora!

Comerça já a ganhar dinheiro vendendo através da Internet! Sua nova loja online será criada em 5 minutos! Não custando dos aspectos técnicos, deixando-o livre para concentrar-se nos negócios. Tudo o que você precisa fazer é registrar-se!

Sim! Quero ter um e-shop



<http://www.webnode.com.br/loja-virtual-e-shop-webnode/>, acessado em 13/06/2011 às 17h42min.



- Faça o registro da sua loja, preenchendo os seguintes dados na *home* do **Webnode**:
 - **Nome do site da sua e-shop.**
 - **Endereço de e-mail.**
 - **Senha.**
- Clique em **registre-se e crie seu site**. O *site* irá processar as informações e encaminhar você para o próximo passo.

PASSO 2 – Construção da loja virtual

- Selecione o tipo de *site* que vai criar (neste caso, uma *e-shop*).

webnode Assistente de registo

Passo 1
Seleção do site

Passo 2
Informações pessoais

Passo 3
Endereço e dados

Selecione um tipo de site

Sites pessoais
Ideal para sites pessoais: blogs e páginas fotos etc.

Site de negócio
Ideal para pequenas ou grandes empresas, com sites de design profissional.

E-shop
Ideal para vender online seu produto ou serviços online.

Nome da loja virtual
Ex: Mateia

E-mail
Ex: "compra@mateia.com"

Senha

Idioma
Português

Continuar

<http://wizard.webnode.com/?p=testeezuk2&l=br&h=799083b4f554e0b3c5222755cad417a1&w=webnode.com.br>, acessado em 13/06/2011 às 17h44min.



- Defina o nome da loja virtual, um *slogan* para ela e o idioma adotado.
- Clique em **continuar**, após as escolhas.

Esta etapa permite escolher um *layout* (modelo) para a sua loja virtual.

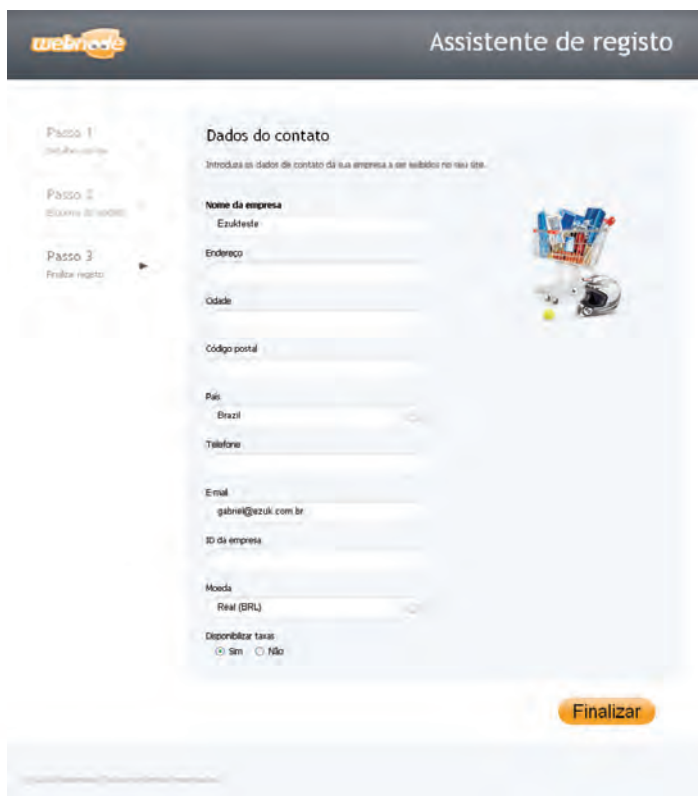
- Clique em **continuar**, após a escolha do modelo do seu *site* (sua loja).



<http://wizard.webnode.com/?p=testeezuk2&l=br&h=799083b4f554e0b3c5222755cad417a1&wd=webnode.com.br#step2>, acessado em 13/06/2011 às 17h46min.

O *layout* pode ser customizado em parte, então opte por um esteticamente bonito e que mantenha um padrão de *design* com o logotipo da sua empresa.

- Insira os dados no **assistente de registro**.



The screenshot shows the 'Assistente de registro' (Registration Wizard) interface for Webnode. It is currently on 'Passo 3' (Step 3) titled 'Dados do contato' (Contact Data). The interface includes a progress bar on the left with three steps: 'Passo 1' (Introdução), 'Passo 2' (Dados da empresa), and 'Passo 3' (Finalize registro). The main form area contains the following fields and options:

- Nome da empresa:** Input field with 'Ezukefe' entered.
- Endereço:** Input field.
- Cidade:** Input field.
- Código postal:** Input field.
- País:** Dropdown menu with 'Brasil' selected.
- Telefone:** Input field.
- Email:** Input field with 'gabriel@ezuk.com.br' entered.
- Site da empresa:** Input field.
- Moeda:** Dropdown menu with 'Real (BRL)' selected.
- Disponibilizar taxas:** Radio buttons for 'Sim' (selected) and 'Não'.

A 'Finalizar' button is located at the bottom right of the form area.

<http://wizard.webnode.com/?p=testeezuk2&l=br&h=799083b4f554e0b3c5222755cad417a1&wd=webnode.com.br#step3>, acessado em 13/06/2011 às 17h47min.

- Clique em **finalizar** após preencher os dados solicitados.

Nesta etapa, serão solicitadas informações complementares ao seu cadastro, como endereço, contatos e moeda a ser utilizada. O **Webnode** exportará isso automaticamente para sua loja virtual. Os dados que serão utilizados em sua empresa precisam ser todos preenchidos.

- O **Webnode** pode demorar um pouco carregando sua loja virtual.



Assistente de registro

Por favor aguarde!

Seu site está a ser configurado.
Este processo dura menos de um minuto.

© 2011 Webnode. Todos os direitos reservados.

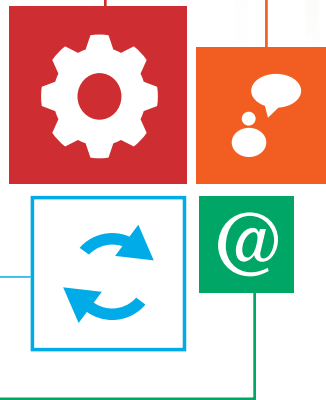
<http://wizard.webnode.com/?p=testeezuk2&l=br&h=799083b4f554e0b3c5222755cad417a1&wd=webnode.com.br#step3>, acessado em 13/06/2011 às 17h48min.

- Pronto! Está devidamente criada a sua loja virtual!





Para seu negócio ter sucesso, é preciso ter um planejamento de toda infraestrutura que permita a sua viabilidade. Se a sua loja não oferecer a praticidade que o consumidor busca, por exemplo, encontrar a informação até o terceiro clique, ele não voltará e ainda ficará com uma imagem negativa da sua marca.



FIQUE DE OLHO

Fique de olho

Atente para cuidados importantes e dicas
essenciais para a loja virtual

Dicas importantes

Cuidados necessários

Atente para cuidados importantes e dicas essenciais para a loja virtual

Para seu negócio ter sucesso, é preciso ter um planejamento de toda infraestrutura que permita a sua viabilidade. Se a sua loja não oferecer a praticidade que o consumidor busca, por exemplo, encontrar a informação até o terceiro clique, ele não voltará e ainda ficará com uma imagem negativa da sua marca.

Você não quer que isto ocorra e deseja avançar nas vendas com a sua loja virtual? Então atente bem para os pontos verdes que fazem sua empresa avançar e cuidado com os sinais vermelhos!



Dicas importantes

Diga o que sua empresa vende

Sua missão e visão são muito legais, mas o que se quer saber é o que você realmente faz. Você só vende por atacado? Tem loja no estado? Os usuários gastam apenas poucos segundos avaliando a página inicial do seu *site*. Por isso, sua empresa precisa explicar o que faz em poucas palavras.

Utilize títulos chamativos

A oferta é um dos grandes pontos para chamar atenção do internauta. Tente sempre apresentar o produto e ao mesmo tempo fazer com que o cliente sinta a necessidade de tê-lo.





Atualize o site

É importante que você mantenha a loja atualizada para reter a atenção do consumidor. Se ele perceber que está há dias desatualizada, ele perde o interesse. Afinal, o público internauta é ávido por notícias atualizadas.

Seja claro e intuitivo

Não varie no modo de apresentar seus produtos. Tente manter um padrão de organização das informações, para que depois de ver o primeiro produto o internauta já saiba onde encontrar as informações nos outros itens que você oferece.

Escolha cores sóbrias, fontes comuns e legíveis

Fuja das cores berrantes e letras garrafais. Escolha cores sóbrias, fontes comuns e legíveis, imagens bem editadas, padrões agradáveis. Nada de letras com muitos detalhes!

Tenha um processo simples para as vendas

Ofereça um método fácil para que os produtos sejam comprados. Se ficar muito complicado para o internauta realizar uma compra, ele desiste e procura outro local pra adquirir o que quer. Verifique quais serão as formas de pagamento ao cliente e lembre-se de que, se for transação via cartão de crédito ou débito, há uma taxa a ser paga.

Esteja presente nas redes sociais

É importante sua loja virtual estar nas principais redes sociais, como *Twitter*, *Facebook*, *Orkut* e *MSN*, entre outras. O contato direto com o consumidor fortalecerá a imagem



da empresa e permitirá uma divulgação mais rápida de promoções e ações de *marketing*.



Cuidados necessários

Não dificulte os contatos com o cliente

Não basta você conseguir atrair o internauta com excelentes promoções se o cliente não encontrar sua empresa. Deixe seus contatos (telefone, *e-mail*, fax etc.) totalmente disponíveis para que o cliente possa tirar dúvidas e/ou adquirir algum produto.

Não ofereça produtos diferentes na mesma seção

Se você trabalha com produtos totalmente diferentes, procure separá-los de alguma forma para que não confunda o internauta. Coloque cada categoria de produto de uma forma diferente, seja por conteúdo, foto, cor, local.

Não trabalhe sem alinhar bem as vendas com o seu contador

Trabalhar com vendas *online* é tão importante quanto vendas *offline*. É preciso você estar plenamente alinhado com o seu contador para entender os impostos e as taxas, pois elas determinarão os preços e o lucro.





Não coloque fotos que não sejam do seu produto

Embora deixe esteticamente mais bonito, você pode iludir o cliente com imagens de produtos que não são os que você vende. Além disso, pegar uma imagem qualquer na internet e colocar como sendo sua pode acarretar problemas jurídicos de direitos de imagem.

Aparência é tudo!

Não se esqueça de que a apresentação dos produtos deve ser feita por meio de fotos profissionais que valorizem a marca e as qualidades do produto. O texto tem de ser objetivo e exibir todas as características do produto. Produtos com descrições erradas podem gerar muitas reclamações de clientes, inclusive no Procon. Um diferencial competitivo para produtos mais detalhados como eletrônicos são vídeos de apresentação dos produtos com detalhes técnicos e de funcionamento.


Não se esqueça de avisar que há um produto novo

O seu cliente não vai entrar todos os dias na internet esperando que você tenha colocado um produto novo. Avise-o que há uma novidade. Isso pode ser feito enviando um *e-mail*, bem simples.

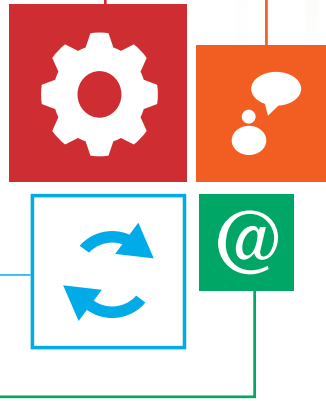
Prazos e entregas

A demora nas entregas ou até mesmo a não entrega de um produto é o que de pior pode ocorrer em seu negócio. Portanto, o empresário deve ter os produtos oferecidos em estoque e prontos para entrega.





Ter uma loja virtual organizada e constituída já é uma grande iniciativa para impulsionar o seu negócio na internet. Mas esses milhares de internautas brasileiros que fazem compras diariamente na *web* são acompanhados de vários outros concorrentes também. Por isso, é importante você não se acomodar e buscar aprimorar ainda mais o seu espaço *online* de vendas.



RECURSOS ADICIONAIS PARA A SUA LOJA VIRTUAL

Recursos adicionais para a sua loja virtual

Possibilidades para deixar a loja virtual
ainda mais consistente

Possibilidades para deixar a loja virtual ainda mais consistente

Ter uma loja virtual organizada e constituída já é uma grande iniciativa para impulsionar o seu negócio na internet. Mas esses milhares de internautas brasileiros que fazem compras diariamente na *web* são acompanhados de vários outros concorrentes também. Por isso, é importante você não se acomodar e buscar aprimorar ainda mais o seu espaço *online* de vendas.

Para empresários experientes é muito fácil administrar a solicitação do pedido de compra, o estoque, a entrega e o pós-venda. Mas como fazer todas as etapas pela internet? Se você quer manter o mesmo padrão de atendimento na loja física e na loja virtual, é essencial organizar todo o caminho que o cliente vai fazer desde a solicitação do produto, até o monitoramento da satisfação pela pós-venda. Confira o caminho abaixo:



- 1. Escolha do produto:** internauta acessa o *site* e define qual o produto que pretende adquirir.





2. **Pedido de compra:** consumidor confirma por meio do *site* que deseja comprar aquele produto.
3. **Recepção do pedido:** o administrador do *site* recebe a informação de que um internauta solicitou a compra de um determinado produto.
4. **Financeiro:** setor responsável pelas cobranças é acionado para dar sequência ao pagamento na forma que foi solicitada pelo internauta no ato de compra.
5. **Validação do pedido:** após serem verificadas as informações referentes ao pagamento, o vendedor dá como certa a realização da compra.
6. **Cliente recebe validação:** é enviada uma mensagem ao comprador para informá-lo de que seu pedido foi recebido e em breve será realizada a entrega.
7. **Estoque/compra:** a empresa que vende os produtos busca em seu estoque o bem solicitado ou – se vende em consignação - entra em contato com o fornecedor para suprir a compra do internauta.
8. **Expedição:** a embalagem deve estar adequada às características do produto para ele não sofrer danos no transporte.
9. **Transportadora:** o produto é entregue por um terceirizado. Atualmente, 70% desse mercado são dos Correios.
10. **Cliente recebe produto:** a mesma transportadora efetua a entrega para o comprador e certifica formalmente o recebimento.



11. Pós-venda: a empresa que vendeu o produto entra em contato com o comprador para que seja feita uma avaliação da compra, para registro de melhorias e fidelização.

Organizado como se dará todo o processo de venda pela internet, você pode partir para novas possibilidades que fortaleçam a loja virtual e complemente as vendas. Confira algumas alternativas:

Campanha de e-mail marketing

Um *e-mail* para várias pessoas pode ser uma boa ação de *marketing*, variando desde um simples recado de “Feliz Aniversário” ou até os mais complexos *e-mails* massivos oferecendo produtos para venda.

Otimização para os sites de busca

É uma tática em que você desenvolve ações para que o seu *site* tenha uma posição privilegiada nos resultados dos *sites* de buscas. Este tipo de ação é mais voltada para a programação de linguagem da internet.

Marketing para os sites de busca

É uma tática para colocar o *site* no topo dos *sites* de busca, por meio da compra de *links* patrocinados. Em outras palavras, você compra palavras-chave que, quando buscadas, colocarão seu *site* no topo dos resultados.

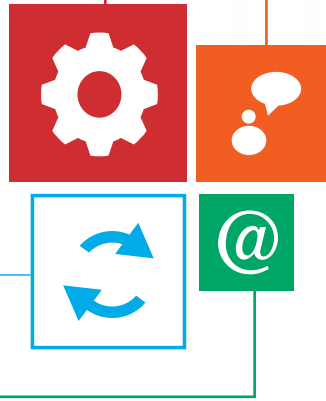




INTERNET PARA
PEQUEÑOS NEGOCIOS







CONSIDERAÇÕES FINAIS



Este novo conceito de loja revolucionou os padrões tradicionais de relacionamentos existentes entre o empreendedor e os agentes externos que com ele interagem. Cada vez mais está se firmando como uma das melhores alternativas para o atendimento e a satisfação de uma fatia dos consumidores.

As lojas virtuais vêm atender ao consumidor que busca comodidade, pouca disponibilidade de tempo para efetuar as suas compras e, por isso, prefere realizar suas compras pela internet.

É importante lembrar que esse tipo de negócio, certamente não inviabilizará, nem substituirá totalmente a loja tradicional. Esses dois tipos de loja irão coexistir, sendo complementares, na tentativa de atender às necessidades de seus consumidores, procurando abranger o mercado como um todo.

A loja virtual pode ser vista como uma estratégia competitiva, com mecanismos para proporcionar experiência e permanência no mercado digital.





REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANDERSON, Chris. **The Long Tail**. Tradução de Afonso Celso da Cunha. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- ERCÍLIA, Maria. GRAEFF, Antonio. **A internet**. São Paulo: Publifolha, 2008.
- GLADWELL, Malcolm. **O ponto de desequilíbrio**. Tradução de Talita Macedo Rodrigues. Rio de Janeiro: Rocco, 2002.
- GODIN, Seth. **Permission Marketing: turning strangers into friends, and friends into customers**. Nova Iorque: Simon & Schuster, 1999.
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1991.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.
- LIMEIRA, Tânia M. Vidigal. **E-Marketing: o marketing na internet com casos brasileiros**. São Paulo: Saraiva, 2003.
- MILLER, Michael. **YouTube for business: online video marketing for any business**. QUE, 2008.
- PARENTE, Juracy. **Varejo no Brasil: gestão e estratégia**. São Paulo: Atlas, 2000.
- PINTO, Sandra Rita Bento. **Dominando as ferramentas do Google**. São Paulo: Digerati Books, 2007.
- PORTER, Michael. **Vantagem competitiva**. Rio Janeiro: Campus, 1989.
- TAPSCOTT, Don. WILLIAMS, Anthony. **Wikinomics: como a colaboração em massa pode mudar o seu negócio**. Tradução de Marcello Lino. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2007.
- VAZ, Adolpho Conrado. **Google Marketing: o guia definitivo de marketing digital**. São Paulo: Novatec Editora, 2008.





*Serviço Brasileiro de Apoio às
Micro e Pequenas Empresas*

