

O sucesso da loja virtual em quatro pontos básicos

Marcelo Roberto de Azevedo

As plataformas de e-commerce são parecidas e o que realmente faz a diferença é como o lojista se dedica ao negócio. Conteúdos sempre renovados, SEO, redes sociais e facilidade de uso são essenciais.

Iniciar uma loja virtual hoje é tão simples como há alguns anos atrás era iniciar um blog.

Já existem atualmente centenas de modelos de aluguel de plataformas pré-prontas, ou ainda pacotes gratuitos de códigos de instalação e utilização imediata.

Porém o que irá realmente determinar o sucesso da loja virtual é a forma como o lojista se dedicará ao negócio. As lojas virtuais têm praticamente a mesma base tecnológica e seguir essas dicas pode ser o diferencial entre mais vendas e o marasmo do oceano azul.

Manter os conteúdos frescos

O objetivo principal é promover motivos para que os clientes revisitem o site constantemente, porque dessa forma estaremos criando uma cultura de relacionamento; ou seja, a simples visita costumeira poderá fomentar subsídios para novas vendas.

Para isso engaje blogs, notícias relevantes, comentários de usuários, promoções e até mesmo as descrições dos produtos, que muitas vezes são escritas uma vez e nunca mais atualizadas.

Integrar-se com as redes sociais

Recente estudo comprovou que as redes sociais estão tendo mais audiência que os tradicionais portais da internet. Todo esse potencial e exposição deve ser utilizado a favor da loja virtual – para isso existem mecanismos que facilitam o compartilhamento dos conteúdos através das redes sociais.

Outra forma é utilizar as redes para agregar seguidores através de promoções e campanhas. Por consequência, essa exposição irá auxiliar na melhor classificação nos motores de busca.

Pratique um comércio fácil

Acredito que essa a regra mais tradicional do comércio convencional que deva ser transportado para o comércio eletrônico – minimizar as barreiras que possam fazer com que os possíveis clientes abandonem a intenção de compra.

Entre os principais facilitadores estão: processo de fechamento de pedido único, nenhum foco de distração, formulário de cadastro facilitado ou, no melhor dos casos, a “venda expressa”.

Enfim, quanto mais fácil, simplificado e rápido um processo de compras, maiores serão as taxas de conversão final.

Força total com SEO

Realmente esse tópico é bem profundo e complexo, porém existe o “be-a-bá” que deve ser feito para garantir pelo menos estar na frente da grande maioria dos outros concorrentes.

Entre as básicas: identificar as palavras chave da loja virtual e principalmente dos produtos, definir as palavras chave em cada página de produto (título, conteúdo, meta tags), conquistar e criar uma rede de links externos.

Quem não dedica um tempo essencial para esses itens fundamentais está em grande desvantagem, porque em recente pesquisa foi comprovado que as maiorias dos tráfegos da loja virtual proveem de motores de busca.

Fonte: Webinsider, 08 de mar. 2012: [Portal]. Disponível em:
<<http://webinsider.uol.com.br>>. Acesso em 9 de mar. 2012.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais.