

▶ COMO FAZER
LIVE COMMERCE



▶ COMO FAZER LIVE COMMERCE

Os padrões de consumo e o relacionamento com os clientes estão sempre em constante transformação. As novidades da tecnologia proporcionam novos canais de atendimento, conexão e vendas para todos os tipos de negócios. No e-commerce, as opções de produtos e serviços estão cada vez mais diversas, graças às inúmeras vantagens de se ter um negócio totalmente digital.

Mas como conquistar a atenção dos seus clientes e ainda aumentar suas vendas em um oceano de concorrentes?

O **live commerce** é mais uma forte tendência no setor do e-commerce e oferece uma dinâmica única entre vendas e entretenimento. Essa nova tendência está transformando a maneira de vender on-line.

MAS O QUE É LIVE COMMERCE?

O live commerce, ou live de vendas, é a combinação entre transmissão ao vivo e ferramentas de compras on-line. As maiores tendências estão sendo ditadas lá da China, e a proposta está cada vez mais forte na Europa e no Brasil. Somente na China, são 50.000 live streams por dia, e a audiência dessas lives chega a 260 milhões de pessoas.



MERCADO DE LIVE COMMERCE NO BRASIL

No Brasil, grandes empresas de varejo como a Magazine Luiza, o Mercado Livre e a C&A são pioneiras do live commerce. Conforme foi se intensificando nos últimos anos o hábito das pessoas de fazer compras on-line, o live commerce foi ganhando ainda mais espaço no Brasil.

De acordo com dados do portal Mercado e Consumo, a **taxa de conversão do live commerce é de 16%**, enquanto a do **e-commerce tradicional é de 2%**.

A expectativa para 2022 foi de que o mercado de live commerce iria movimentar mais de **500 bilhões de reais** em todo o mundo.

Isso significa que no Brasil há muitas oportunidades e espaço para experimentar essa potente ferramenta de *leads*. E alguns setores estão despontando no uso do live commerce.



SETORES QUE MAIS APOSTAM EM LIVES PARA O SEU E-COMMERCE



CASES DE QUEM JÁ FEZ LIVE COMMERCE

MERCADO LIVRE

O Mercado Livre criou sua própria página de transmissão de lives com agendas das lives na plataforma. O cliente pode acompanhar a apresentação e testes dos produtos que já ficam disponibilizados para compra logo abaixo da tela do vídeo. Pelo site Mercado Livre Live, ainda é possível logar com sua conta de usuário e fazer comentários e perguntas em tempo real.

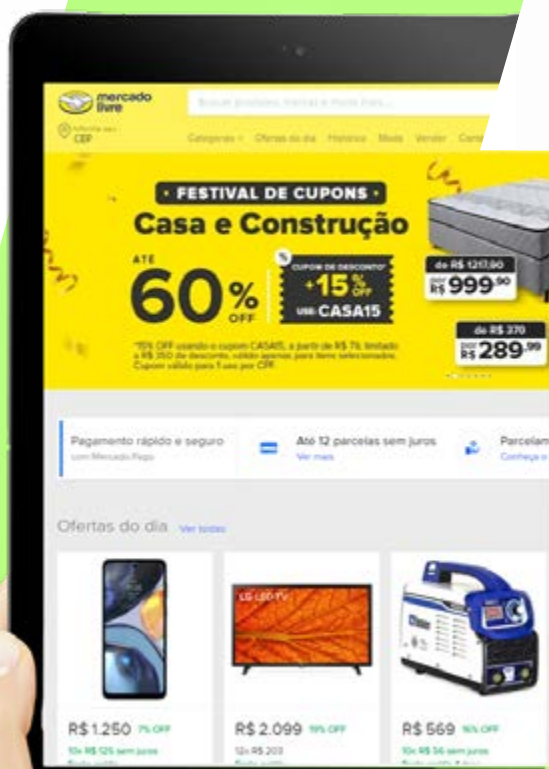
NOME: Mercado Livre Live

PLATAFORMA: página dedicada no site

SEGMENTOS: tecnologia, construção, cosméticos, moda, equipamentos de ginástica, automotivo, decoração

APRESENTADORES: personalidades e influencers

ACESSE O SITE:



▶ COMO FAZER LIVE COMMERCE

MAGALU

A Magazine Luiza já concluiu sua 29ª edição de live commerce. Empresas conhecidas do grande público, como Steal The Look e Jovem Nerd, também foram acionadas para trazer mais apelo ao público.

O aplicativo oficial da Magalu permite aos clientes favoritar seus produtos e ficar sabendo em primeira mão quais entraram nos superdescontos. Na última Liquidação Fantástica Magalu, foram oferecidos mais de R\$ 5 milhões em cupons ao longo da live.

NOME:
Liquidação Fantástica Magalu

PLATAFORMA:
YouTube e Facebook

SEGMENTOS:
tecnologia, eletrodomésticos, esportes, móveis, construção, cosméticos, moda, supermercado

APRESENTADORES:
personalidades e influencers

ACESSE O SITE:



▶ COMO FAZER LIVE COMMERCE

WESTWING

O clube de compras Westwing criou um videoclipe exclusivo para sua campanha com a cantora Vanessa da Mata. Este foi o primeiro clip-commerce feito no Brasil.

O acesso foi feito pelas ferramentas Facebook Collection, da Meta, e True View for Shopping, do Google. Os produtos que aparecem com a cantora ficam disponíveis em um catálogo junto ao vídeo. Ao todo, foram 400 produtos selecionados especialmente para esta campanha.

NOME:
Westwing e Vanessa da Mata em Viva um mundo mais bonito

PLATAFORMAS:
Google e Facebook

SEGMENTOS:
casa e decoração, maquiagem

APRESENTADORA:
Vanessa da Mata

ASSISTA AO VÍDEO:



COMO PREPARAR UMA LIVE DE VENDAS

Os canais digitais são os meios mais democráticos de acesso a um mercado consumidor que quer conhecer seus produtos e serviços. Com equipamentos de filmagem e streaming cada vez mais acessíveis, é a sua vez de também experimentar fazer o live commerce para o seu negócio e conquistar novos clientes. Além disso, é importante montar um cenário que esteja alinhado com a sua marca e oferecer a melhor experiência para os clientes. Vamos a alguns pontos importantes:

PLATAFORMA DE STREAMING

As redes sociais estão com espaços próprios para você começar a fazer seu live stream e a maioria delas é totalmente gratuita. Conheça algumas opções:



▶ COMO FAZER LIVE COMMERCE

VÍDEO

Os telefones celulares estão cada vez mais equipados com câmeras de alta qualidade que oferecem imagens com melhor resolução. É muito importante garantir que seus clientes estejam vendo os detalhes dos produtos à venda. Para isso, você também pode investir numa câmera própria.

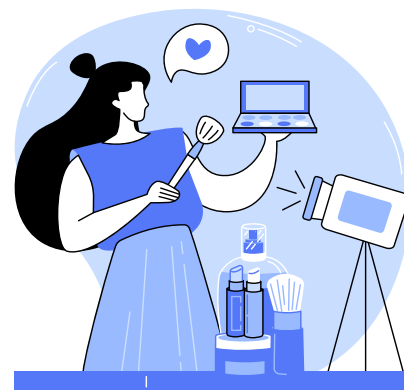
DICA:
Confira sempre sua conexão com a internet para garantir a qualidade do streaming. A resolução da imagem que chega aos clientes será impactada diretamente caso sua conexão com a internet esteja lenta.



ÁUDIO

Microfones com conexão USB são opções baratas e de fácil acesso para você melhorar a qualidade dos seus áudios. Durante as lives, você certamente terá de se comunicar com os seus clientes, dando mais informações sobre os produtos.

DICA:
Mesmo que seu negócio seja a venda de produtos como joias, bijuterias ou relógios, evite usar acessórios que façam muito barulho quando você se mexe.



CENÁRIO

O cenário é superimportante para posicionar o seu negócio com profissionalismo e segurança. Muitas vezes, a simplicidade de uma parede branca é suficiente para você conseguir o resultado desejado.

Além de um espaço que esteja visualmente agradável, considere também a disposição dos produtos que você irá oferecer.

Faça um teste do seu cenário considerando se você estará sentado ou em pé apresentando seu live commerce.



FIGURINO

O seu figurino também deve estar alinhado com o propósito do seu negócio. Um figurino mais neutro vai evitar distrações visuais e permitir que seu público foque naquilo que você quer vender: produtos.

DICA:
Evite roupas com listras finas ou bolinhas pequenas porque muitas câmeras não oferecem a resolução necessária para estes detalhes e o resultado final fica visualmente confuso.



CONTEÚDO E OFERTAS

Antes de anunciar a transmissão da sua live, faça a curadoria dos produtos que você deseja vender. Identifique o público-alvo para acertar na seleção dos produtos mais requisitados. Separe os produtos por categoria e considere quais você pode oferecer com um desconto interessante aos seus clientes. Aproveite datas importantes do comércio, como Dia das Mães, Dia dos Namorados, Dia dos Pais, Natal, etc., para impulsionar as compras.

DICA:
Ofereça cupons de descontos especiais ou realize promoções relâmpago durante a sua live.



DIVULGAÇÃO

Comece sua comunicação com seus clientes atuais e estabeleça quais canais você vai utilizar para divulgar sua live. Você pode usar suas próprias redes sociais não apenas para indicar o local e o horário da live, mas também para antecipar produtos que estarão à venda e quais descontos você vai oferecer. A expectativa do que será vendido e os descontos são muito importantes para alcançar mais pessoas presentes na sua live. Não se esqueça de outros meios de divulgação, como o e-mail marketing (sim! funciona superbem para live commerce), banners de propaganda no seu site e impulsionamento de postagens.

HORÁRIO E TEMPO DO EVENTO

O tempo é muito subjetivo, mas pelas boas práticas e para ter mais assertividade na sua proposta e no tempo de produção de uma live, considere até 1 hora para estar ao vivo com seus clientes. Prepare um cronograma com seu tempo para cada oferta e até mesmo um tempo para interagir com seus clientes.

Não se esqueça de verificar datas que antecipem o calendário do comércio e que sejam horários propícios para a participação das pessoas.

DICA:
Fique de olho em eventos especiais de algumas plataformas de marketplace, como o Prime Day, para não perder as oportunidades.



MEIOS DE PAGAMENTO

Os meios de pagamento devem ser uma das preocupações centrais no seu comércio.

A segurança e o tratamento dos dados não são apenas uma necessidade de regulação do negócio, mas também representam a base de confiança que seus clientes precisam para realizar transações financeiras.

Existem inúmeros tipos de pagamento para você oferecer a segurança necessária aos seus clientes e reduzir o abandono do carrinho no check-out.

O link de pagamento é uma das formas mais utilizadas no e-commerce. Com ele, você pode criar e enviar check-outs personalizados para o seu cliente, considerando pagamento com cartão de crédito, pix, transferência, etc. Escolha um meio de pagamento que faça sentido para o seu negócio e facilite sua gestão financeira.

Conheça algumas empresas que oferecem este sistema:

 pagar.me

 stripe

 PagSegura

 PayPal

O DIA D

Chegou o seu grande dia de fazer seu live commerce!

Depois de todos os cuidados na preparação, é o momento de você se conectar com o seu público.

Aproveite a oportunidade de interagir com seus clientes, descobrindo suas necessidades, suas dores e até mesmo perguntando o que eles querem nas próximas lives. Estar atento aos seus clientes é o segredo para manter uma boa base de clientes fiéis. Clientes fiéis são clientes felizes que podem promover organicamente o seu negócio junto aos amigos e conhecidos.

Siga seu roteiro de live, mas permita-se conversar com esses clientes e seja transparente na apresentação dos produtos. Quanto mais seus clientes estiverem seguros acerca dos produtos nos seus mínimos detalhes, mais certa é a conversão.

CUIDADOS NECESSÁRIOS

Ainda com toda preparação, há sempre alguns cuidados que devemos ter durante uma transmissão ao vivo. Vamos a eles:

FOCO NO QUE INTERESSA

A internet é um local onde o anonimato impera e, muitas das vezes, nos deparamos com situações desagradáveis. Não desperdice seu tempo ou perca seu foco com pessoas que possam aparecer na sua live para fazer críticas negativas em relação ao seu negócio.

Mantenha uma postura profissional e concentre-se em quem está ali para conhecer sua marca e seus produtos.

CRIANDO NOVAS RELAÇÕES

Seja autêntico sempre e crie empatia com seu público. O sucesso do live commerce está na possibilidade do contato direto com o vendedor, mesmo que em localidades diferentes. Aproveite a chance para dar a devida atenção aos questionamentos para fortalecer laços e até mesmo criar novos.

NÃO SE DEIXE LEVAR PELA INSISTÊNCIA DO PÚBLICO

Não promova descontos ou ofertas que não sejam financeiramente viáveis só pelo calor do momento. Tenha uma margem clara do seu faturamento para não prejudicar a saúde financeira da sua empresa.

CONHEÇA BEM SEUS PRODUTOS

Garanta que você está em posse de todas as informações sobre os produtos apresentados para não gerar confusão ou desconfiança dos possíveis compradores.

PÓS-EVENTO

Agora que sua live terminou, é o momento de avaliação da performance de vendas e do alcance do público. O pós-evento é um momento de reflexão sobre o trabalho executado e quais frutos você irá colher, além de assimilar boas práticas para as próximas lives.

INDICADORES

Defina alguns indicadores de sucesso que estejam alinhados aos seus objetivos na live.

Veja alguns exemplos de indicadores:

- Número de visualizações
- Pessoas presentes na live
- Conversão
- Itens mais vendidos
- Itens mais procurados

TESTES

A partir da sua primeira experiência, faça novos testes regulares com outros produtos, formatos e até mesmo novas audiências. Com esses testes, você pode rever sua estratégia e focar em algum nicho dentro do seu mercado.

FERRAMENTAS E EQUIPE

Invista em ferramentas on-line que possam oferecer em tempo real dados das suas lives para facilitar os seus insights e ampliar o seu aprendizado.

Se este for o momento mais adequado, considere trabalhar em parceria com profissionais de audiovisual para te ajudarem a melhorar seu cenário e sua transmissão. Com esta equipe, você ainda pode desenvolver melhores estratégias e ainda monitorar mais facilmente as tendências e novidades dentro do seu setor no live commerce.

▶ COMO FAZER LIVE COMMERCE

A produção de um live commerce envolve muito cuidado e pré-produção, mas é uma ferramenta de atração de clientes e impulsionamento de vendas que está se posicionando onde os futuros consumidores estão: na internet.

É possível fazer bom uso das ferramentas e plataformas disponíveis gratuitamente na internet para produzir bons conteúdos no live commerce. Além disso, os aparelhos celulares atuais conseguem entregar um centro de mídia completo para a realização de streamings. Motivos e público não faltam para você começar, hoje, a vender mais e vender melhor.

PRONTO PARA COMEÇAR SEU LIVE COMMERCE?





A força do empreendedor brasileiro.

0800 570 0800
www.sebrae.com.br