

IMPLANTANDO A VENDA ON-LINE NO MEU MERCADINHO



INTRODUÇÃO	3
POR QUE ESTAR NO MEIO DIGITAL?	5
COMO IMPLEMENTAR A VENDA ON-LINE NO MERCADINHO?	11
QUAIS FERRAMENTAS E SOLUÇÕES PODEM AJUDAR?.....	16
CONCLUSÃO	18
SOBRE O SEBRAE PE.....	20



INTRODUÇÃO

A transformação digital melhorou consideravelmente o controle de várias atividades de empresas de diferentes segmentos e portes. Como bem sabemos, é muito importante **contar com soluções inteligentes e oferecer uma boa experiência ao cliente** — principalmente para implementar as vendas on-line no mercadinho.

Atualmente, não podemos negar a importância dos meios digitais na vida dos consumidores. Afinal, antes de fazer as compras, eles pesquisam bastante até **encontrar uma solução que se adeque ao seu orçamento** e os permita realizar uma boa feira. Por isso, quem não está presente nesse meio perde boas oportunidades de negócios.

Mas é necessário um breve conhecimento do empresário para, só depois, dar início a esse processo. Ao passo que é preciso saber as vantagens de estar no ambiente virtual, como implementar e quais ferramentas ajudarão e agregarão valor ao seu diferencial competitivo. Portanto, continue conosco e veja mais detalhes nos tópicos deste e-book.





**POR QUE ESTAR NO
MEIO DIGITAL?**

A princípio, a atividade de ir ao mercadinho e fazer compras era bastante prazerosa e cotidiana. Dessa forma, muitos donos de negócios apostavam (e ainda apostam) em **ações promocionais e decorações especiais nas gôndolas** para chamar a atenção do público-alvo, principalmente em períodos de [sazonalidade](#).

Essas táticas para surpreender a clientela no ponto de venda ainda são muito válidas. Entretanto, o comportamento do consumidor sofreu várias mudanças ao longo do tempo. Desde o advento da internet muita coisa mudou, e é necessário se adaptar à realidade do cliente atual para manter o negócio saudável.

Como bem sabemos, a rotina das pessoas ficou cheia de pendências e com pouca duração entre uma tarefa e outra. Normalmente, quando se tem um tempinho, é necessário descansar um pouco e voltar aos constantes compromissos do dia a dia. Logo, sob tantas demandas e pendências diárias, coube ao indivíduo **otimizar o seu tempo**.

Assim, as soluções digitais são o principal auxílio na intenção de apostar na organização e na realização de atividades imprescindíveis. Por exemplo, os mantimentos do lar. Dessa maneira, os consumidores buscam em aplicativos e sites os itens fundamentais para a manutenção e administração do lar, preparo das refeições e limpeza da casa.

Ou seja, no meio digital. Portanto, **quem não se faz presente nele perde grandes oportunidades de atrair e também fidelizar clientes**, já que é por meio da retenção que uma empresa melhora o fluxo de caixa e desenvolve campanhas que melhoram o ticket médio da loja. Em suma, algo que agrega valor e que é totalmente necessário ao seu desenvolvimento.

PANDEMIA DE COVID-19

Como você já sabe, a pandemia de Covid-19 trouxe muitas dúvidas e incertezas à humanidade. Diante do medo da superlotação de infectados nos hospitais, a principal medida para mudar essa realidade foi **a adoção do isolamento social**. Com isso, muitas empresas começaram a trabalhar no modelo home office e as pessoas, a **passar quase todo tempo em casa**.

Apesar dos mercadinhos estarem inseridos em atividades essenciais, muitos clientes optaram pelas compras via aplicativo e o [serviço de delivery](#) para **evitar a possibilidade de contaminação do novo coronavírus**.

Seja como for, essa medida potencializou ainda mais a importância desse mecanismo e muitos empresários decidiram investir ainda mais nesse serviço.

Logo, é algo muito atual por conta de um fator que era tendência, virou uma necessidade e agora é **um mecanismo que se firmou no varejo**. Assim, cresceu a importância de investir nos meios digitais e atender essa parcela da clientela — pois é um modo de trazer mais segurança e comodidade sem que as pessoas precisem sair de casa.



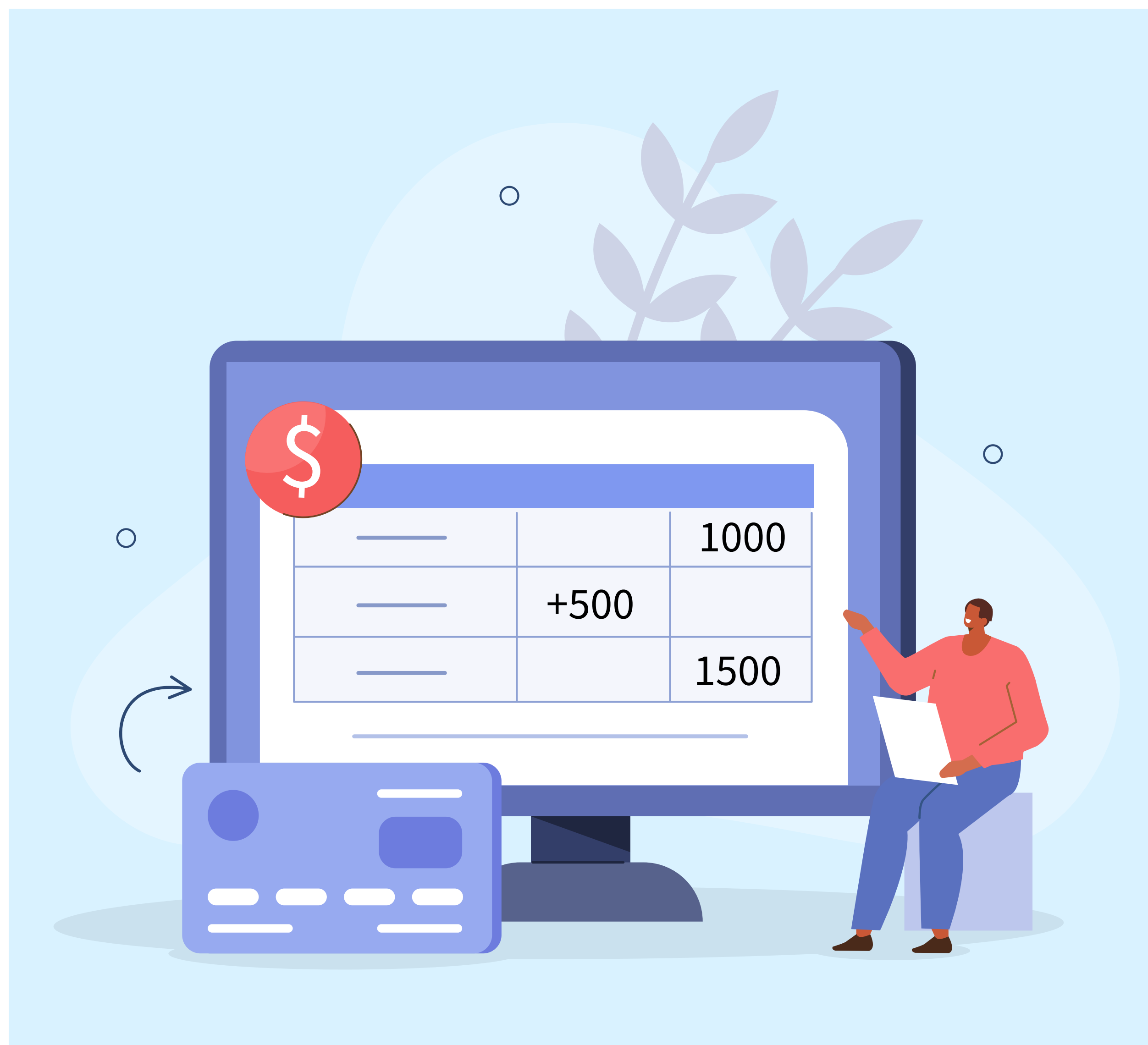
LGPD NO VAREJO

A [Lei Geral de Proteção de Dados \(LGPD\)](#) já está em vigor no Brasil e toda empresa que trabalha com coleta e armazenamento de dados precisa se adequar ao que ela propõe. De maneira geral, as regras causaram um grande impacto no varejo, sobretudo em relação à **proteção dos dados que o cliente forneceu**.

Como bem sabemos, as informações em relação aos clientes são imprescindíveis nas tomadas de decisões empresariais, principalmente no que diz respeito à **criação de campanhas de marketing e de vendas**. Além disso, a Lei impõe medidas preventivas para evitar vazamentos, roubos ou invasões dos dados disponíveis no sistema.

Logo, tão importante quanto passar pela transformação digital é seguir os parâmetros da LGPD. Afinal, a fiscalização dela é rigorosa e o descumprimento resulta em um pagamento de, ao menos, 2% do faturamento anual do estabelecimento. Ou seja, é algo que **deixa o cliente seguro e que melhora o seu posicionamento de marca**.

Portanto, não basta apenas querer implantar a venda on-line no seu mercadinho. Também é necessário conhecer as realidades do cenário atual, estudar a concorrência, conhecer verdadeiramente o seu público-alvo e criar estratégias que diferencie a sua imagem da concorrência e valorize o seu destaque em busca de impressionar e cativar a clientela.



SOFTWARE DE GESTÃO

Por falar em delivery e LGPD, não podemos esquecer da importância que um sistema de gestão integrado tem nos dias atuais. Um mercadinho depende do monitoramento de várias atividades importantes para que as vendas aconteçam e **a comercialização seja feita sem maiores complicações.**

Por sua vez, a tecnologia tem o papel de simplificar processos e promover grandes melhorias internas. Afinal, é possível mapear procedimentos padrões do dia a dia e **identificar erros e gaps que impedem o seu estabelecimento de se expandir** e aumentar a lucratividade. Além disso, ele traz vantagens ao longo prazo ao seu negócio.

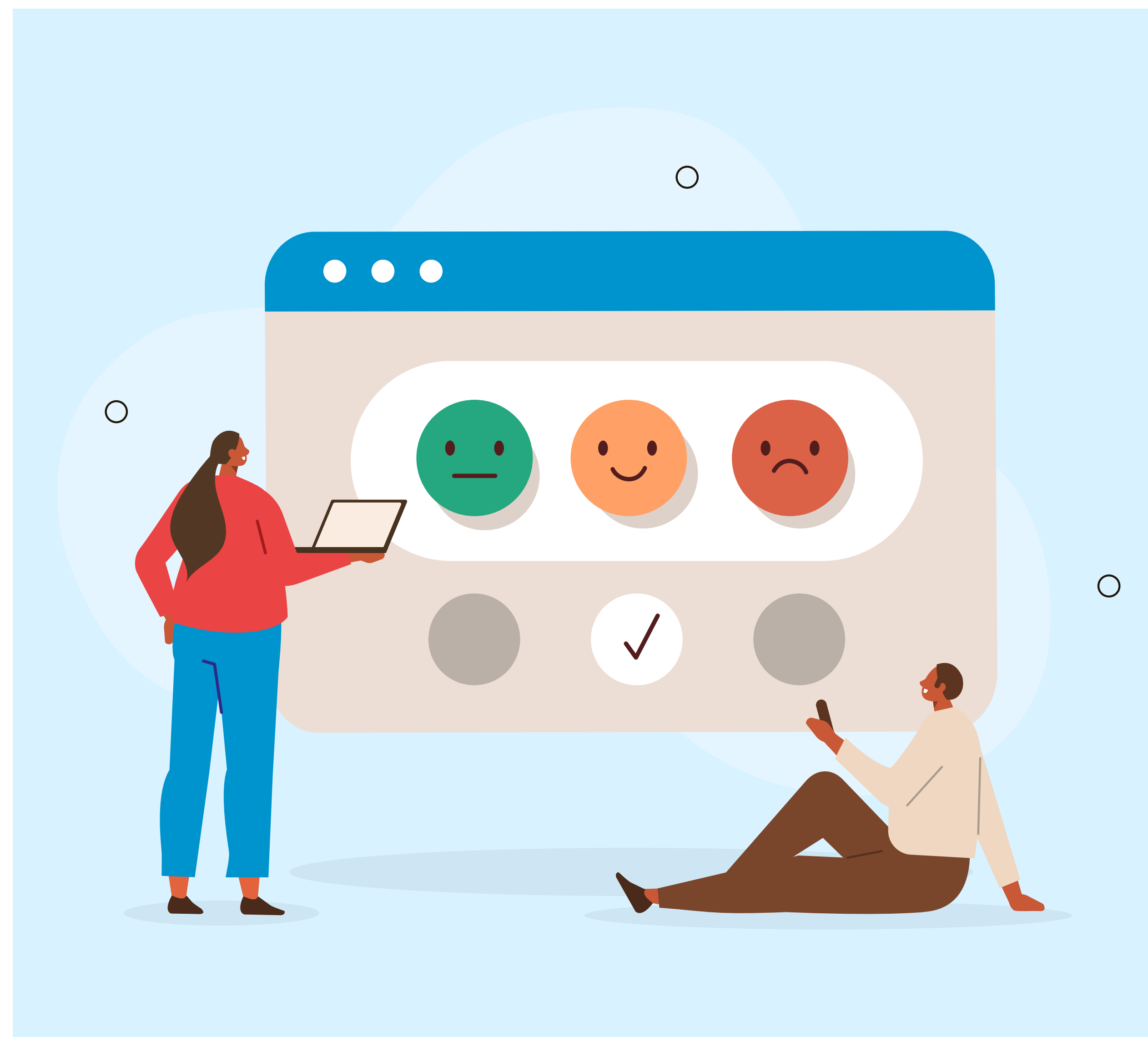
Por exemplo, o controle do estoque, a organização do histórico de pedidos dos clientes e outras informações ligadas a outras áreas do seu empreendimento. Trata-se de uma ótima maneira de reduzir custos operacionais, manter a organização das tarefas, alinhar prazos com fornecedores e **apostar na produtividade e na inovação no ambiente de trabalho.**

RELACIONAMENTO COM O CLIENTE ALÉM DO MERCADINHO

Normalmente, o contato do comerciante com o cliente se restringe à presença de ambos no ponto de venda. Entretanto, a internet permitiu **quebrar barreiras de tempo e espaço**. Afinal, é interessante que a sua marca participe da vida das pessoas e sempre traga uma experiência agradável a elas. Logo, é interessante apostar no meio digital.

Não só para implantar a venda on-line no seu mercadinho, mas principalmente para manter o contato com a clientela por meio das redes sociais e demais canais de comunicação. Dessa maneira, é possível conhecer um pouco mais sobre o seu negócio, **aproveitar promoções e descontos inéditos**.

Da mesma forma, você conhece mais características sobre seu público-alvo. Nesse caso, são informações preciosas e que fortalecem as suas estratégias. Assim, são maiores as chances de atrair e fidelizar, principalmente diante desse cenário tão competitivo em que é necessário se diferenciar para **conquistar a confiança e admiração do outro**.





**COMO IMPLEMENTAR
A VENDA ON-LINE
NO MERCADINHO?**

Até agora você percebeu o quanto é vantajoso a venda on-line no mercadinho. Além de aumentar as oportunidades de negócios e **fazer vendas recorrentes com os clientes fidelizados**, é possível manter o bom controle de estoque, trazer mais segurança ao gerenciamento de suas atividades e usar a tecnologia ao seu favor.

Entretanto, tratam-se de vários processos que precisam seguir etapas até que esse objetivo seja uma realidade no seu dia a dia. Afinal, ao mesmo tempo em que o empresário conhece a fundo todo esse mecanismo, ele também deve apostar em treinamentos na intenção de **qualificar os seus colaboradores e ter uma rede de talentos competente**.

Sob esse ponto de vista, é interessante também apostar em campanhas que preparam a sua clientela para usufruir dessa nova forma de comercialização. Nesse caso, é fundamental a presença de um bom planejamento estratégico, com **uma linguagem e um tom que se adéquem à realidade do público-alvo**.

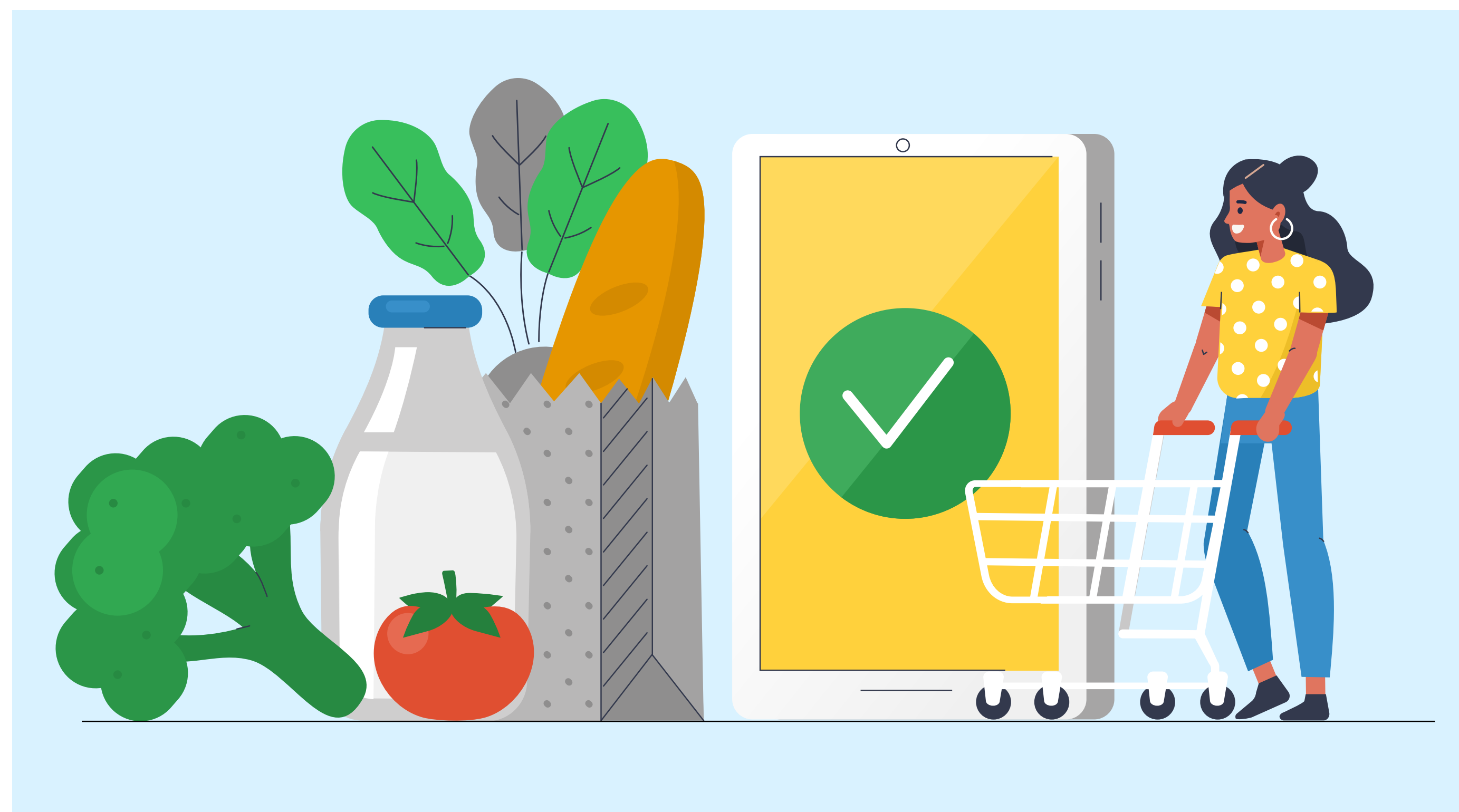
Assim, é possível garantir a satisfação dele e fazer com todos voltem a fazer compras no seu estabelecimento devido à praticidade e à excelência no atendimento.

Veja abaixo outras dicas para colocar em prática.

ESTRUTURE SEU PROCESSO DE VENDAS

O processo de vendas é bastante característico. Primeiramente, o consumidor identifica um problema, busca uma forma de solucionar, avalia as alternativas e escolhe aquela que agregar mais valor a ele.

Com isso em mente, é interessante criar uma estratégia que **mostre a utilidade dos seus produtos e serviços** bem antes de o cliente ver que precisa de uma solução para o problema. Assim, você tem maiores chances de causar mais impacto no público-alvo e aumentar a quantidade de compras no seu mercadinho.



TENHA UMA ESTRATÉGIA BEM DEFINIDA

O planejamento estratégico ajuda o estabelecimento a **manter o foco no objetivo principal**. Ou seja, implantar a venda on-line no mercadinho.

Assim, é interessante sempre pensar em soluções que impressionem a clientela e tragam o retorno desejado — principalmente a diversificação de formas de pagamento para facilitar ainda mais as compras.



ESTABELEÇA OS CANAIS QUE VÃO SER UTILIZADOS

Nesse momento, é muito importante **conhecer as características e os hábitos do seu consumidor**. Assim, você ficará nos ambientes virtuais corretos para realizar a divulgação dos seus serviços e, conseqüentemente, o aumento das vendas on-line. Não só nas redes sociais, mas também e-mail e estratégias de SMS marketing.

CONSIDERE O DELIVERY

Caso ainda não tenha a sua própria estrutura, considere alguns canais de delivery com parcerias que entendam as particularidades do seu negócio. Afinal, essa é uma ótima forma de dar os primeiros passos nas vendas on-line do seu mercadinho e **melhorar o seu fluxo de caixa com a visibilidade que esses meios já dispõem**.

ESTRUTURE A SUA LOGÍSTICA

A parte logística, assim como a excelência no atendimento, contribui bastante no aumento do número de conversões. Portanto, procure melhorar os seus processos, tenha um bom controle de estoque e também um bom relacionamento com os seus fornecedores.

Da mesma forma, é essencial estudar as melhores rotas e ver alternativas para que os itens não apresentem danos ao longo do trajeto. Afinal, é muito importante que os clientes sempre tenham uma boa experiência com a sua marca.

CONSTRUA CONFIANÇA

Inegavelmente, é essencial fazer com que essas pessoas tenham admiração e confiança pelo seu mercadinho, já que a satisfação do cliente é muito importante para a evolução do seu negócio.

Logo, fique de olho nas opiniões que elas compartilham em relação aos seus produtos e serviços, seja nas **redes sociais ou sites de avaliações**. Assim, você saberá exatamente quais são os pontos de melhoria e terá dados reais na intenção de abandonar o achismo e tomar decisões assertivas.



**QUAIS
FERRAMENTAS
E SOLUÇÕES
PODEM AJUDAR?**

Como foi dito, o sistema integrado de gestão, popularmente conhecido por ERP, é de grande importância quando o assunto é vendas online. Portanto, considere esse investimento para um melhor controle das atividades que fazem parte do seu mercado.

Além disso, é possível **reduzir certos trabalhos manuais e focar na automação de processos**, principalmente em relação a demandas de ações repetitivas que buscam fortalecer estratégias com o seu público. Ou seja, atendimento ao consumidor, **envios de mensagens personalizadas** e promoções aos clientes da lista de fidelizados.

Em relação ao relacionamento com o cliente, não existe software melhor que o CRM. Afinal, essa é uma forma de estruturar a sua comunicação, padronizar etapas e ter acesso às **métricas que melhoram a sua estratégia de conversão**.

Há também outras soluções que agregam valor ao dia a dia do comerciante. Por exemplo, a ferramenta Preço Certo, que auxilia o empresário a fazer uma boa precificação da sua mercadoria. Ou, então, se quiser montar o seu próprio comércio eletrônico, conte com plataformas como o **BigCommerce** ou o **WooCommerce**.





CONCLUSÃO

A tecnologia é uma grande aliada na valorização da sua marca e na conquista da confiança do consumidor. Em suma, a venda on-line no seu mercadinho é um importante passo para se adequar ao cenário atual e fortalecer o seu diferencial competitivo.

Caso não aposte nessas medidas, você perde boas oportunidades de negócios, além de ter gastos desnecessários por conta de um mau controle no estoque — uma vez que seria possível resolvê-los por meio das ferramentas on-line.

Dessa forma, foque na sua transformação digital, pois o momento atual está cada vez mais conectado e você não pode ficar fora desse meio.





O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é uma entidade privada, desenvolvida com o intuito de **auxiliar os empreendedores na gestão e no crescimento dos negócios**. Nós estamos em todo o território nacional e contamos com ampla experiência de mercado.

Nossa proposta é construir oportunidades em conjunto, trabalhando com capacitações, oficinas, consultorias e diversos serviços para auxiliar empresários a alcançarem prosperidade com os empreendimentos. Atuamos nas frentes de **fortalecer o empreendedorismo e de estimular a formalização dos negócios**, com a proposta de criação de soluções construtivas e criativas junto aos empresários.