



Digitalize seu negócio: como unir vendas presenciais e online

[guia completo]



Sobre a autora

Kyte



Jéssica Otoboni

Coordenadora de
Conteúdo no Kyte
[Perfil no LinkedIn](#)

Sumário

01. Introdução

02. A importância de integrar vendas online e presenciais

03. Catálogo online

04. Comércio no WhatsApp

05. Presença nas redes sociais e outros canais

06. Conclusão

07. Sobre o Kyte

Introdução

Kyte

No mundo atual, não existe mais uma separação entre físico e online. Assim, um negócio eficaz é aquele que integra essas duas modalidades de venda.

Pode até parecer difícil, mas hoje em dia essa tarefa é mais simples do que você imagina e pode ser feita usando apenas o seu celular.

Com este pequeno aparelho, você consegue criar um catálogo online, organizar todos os seus produtos, administrar os pedidos, otimizar a gestão da empresa e promover ações para ampliar o engajamento com os clientes.

Neste ebook, você vai aprender a gerenciar o seu negócio de forma prática, aliando atendimento presencial a canais de venda online. Além disso, ficará por dentro das melhores estratégias para atrair clientes novos e tornar aqueles que já compram com você verdadeiros porta-vozes da sua marca.



Boa leitura!

A importância de integrar vendas online e presenciais

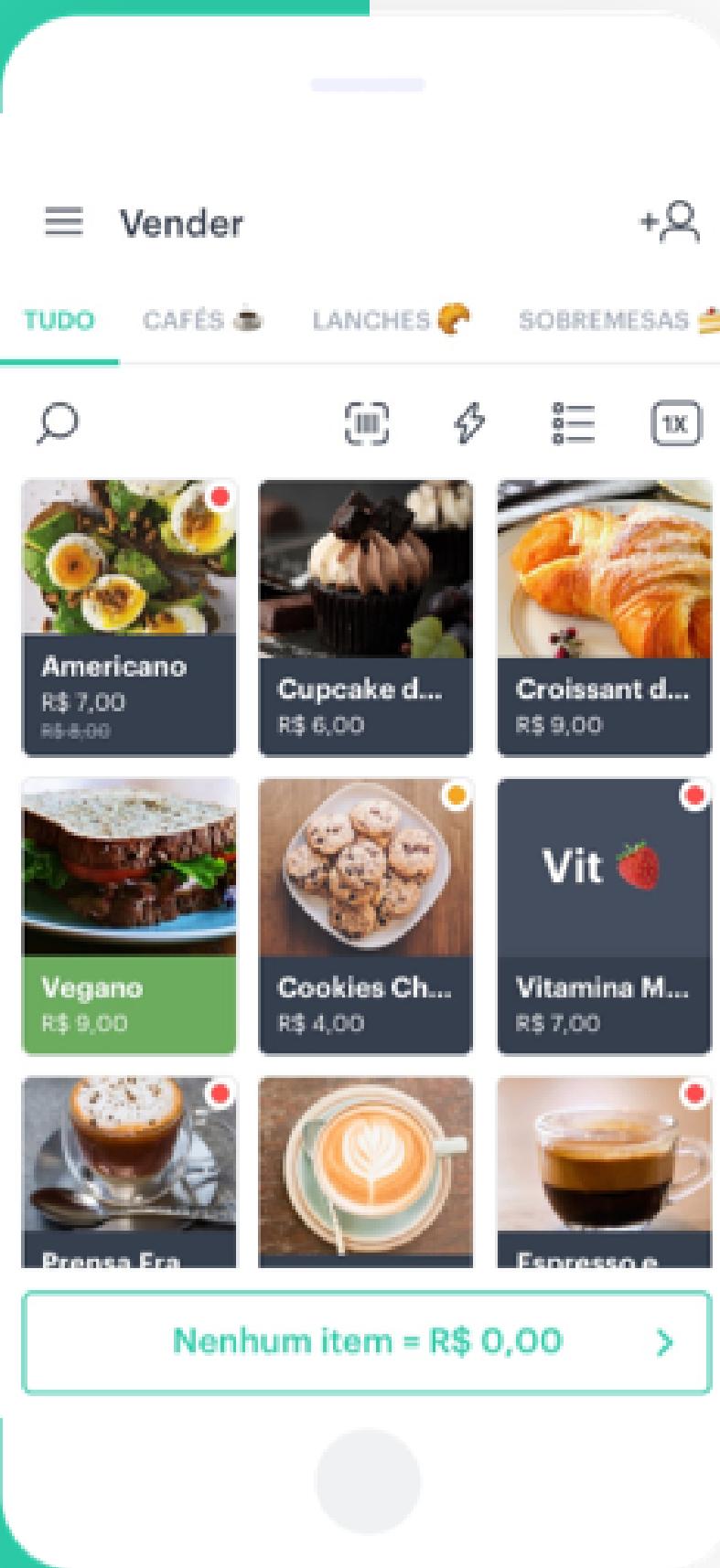
Todo mundo sabe que, hoje em dia, quem insiste no analógico acaba ficando para trás. Manter desde as tarefas simples até as complexas no digital é cada vez mais comum e necessário.

A tecnologia ajuda a poupar muito tempo e facilita demais a nossa vida. Para os empreendedores não é diferente.

Atualmente, é possível digitalizar muitas atividades que antes necessitavam de mais atenção. E uma das maiores vantagens é poder unir o melhor dos dois mundos do comércio: vendas presenciais e online.

**Uma coisa é certa: o importante
é vender, seja qual for o meio.
Contudo, o ideal é estar presente
em mais lugares possíveis.
Afinal, quanto maior a presença,
mais chances seu negócio tem
de ser visto e chamar a atenção
dos consumidores.**

Com uma integração entre vendas físicas e virtuais:



01.

Seus produtos ou serviços têm um alcance maior.

02.

Você aumenta sua base de clientes.

03.

Melhora a satisfação e amplia as chances de fidelização da clientela.

04.

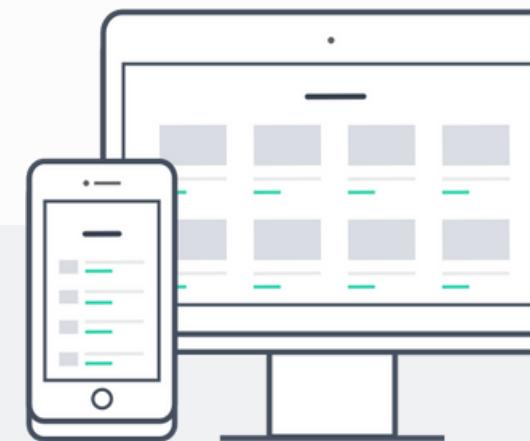
Lucra muito mais.

Se quiser saber mais sobre como fidelizar a clientela, leia a matéria

[Entenda o que é retenção de clientes e veja 6 técnicas para aumentá-la](#) no Comercyo.

Catálogo online

Para exibir produtos nas vitrines de lojas físicas é preciso pensar na melhor forma de organizá-los a fim de chamar a atenção dos clientes. O mundo online também exige uma estratégia nesse sentido. E ela tem que ser bastante eficaz, afinal a concorrência na internet é infinitamente maior.



Por isso, elaborar um catálogo online se tornou praticamente obrigatório para quem trabalha com vendas. Com uma boa edição e as ferramentas corretas, ele ajuda a atrair diversos clientes para a sua loja.

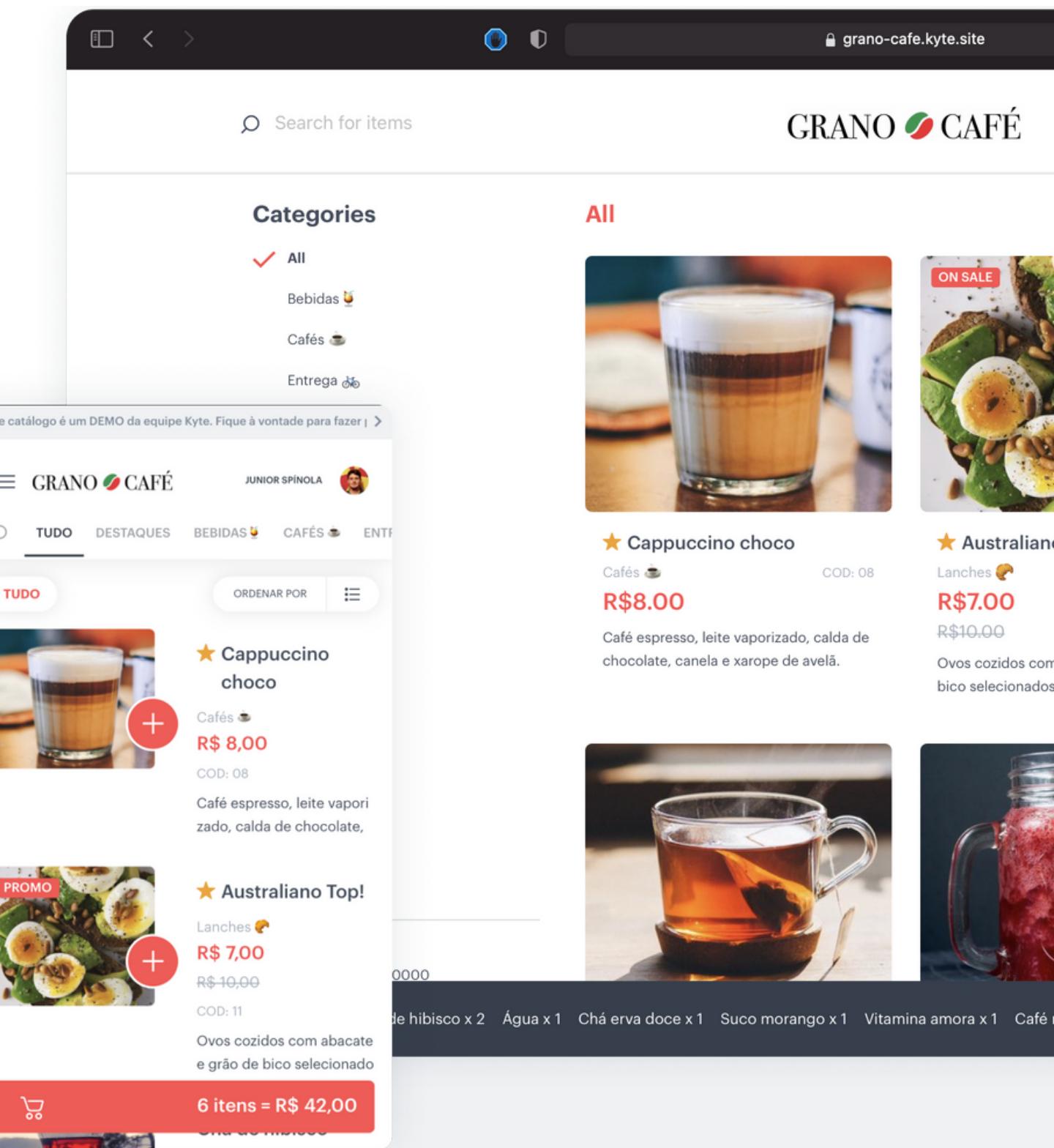
O que é um catálogo online?

O catálogo online é uma vitrine de produtos na internet. É uma maneira prática, atrativa e acessível de consumidoras e consumidores visualizarem as mercadorias que estão à venda.

Atualmente, há muitas formas de se confeccionar um catálogo online. Seja estático ou interativo, ele pode ser feito em:

01. Plataformas gratuitas e pagas.
03. Sites especializados.

02. Editores de imagem.
04. Aplicativos que oferecem esse serviço.



Por que criar um catálogo online?

O catálogo online é atualmente uma das formas mais fáceis, rápidas e baratas de estabelecer presença na internet. Ao contrário de um site de vendas próprio (e-commerce), o catálogo pode ser criado sem a necessidade de conhecimento técnico.

Ao cadastrar os seus produtos em um catálogo online, você insere todas as informações que achar necessárias e úteis:

- | | | | |
|------------|------------------|------------|--------|
| 01. | Nome do produto. | 02. | Marca |
| 03. | Descrição | 04. | Preço |
| 05. | Tamanho | 06. | Cor |
| 07. | Fotos | 08. | Vídeos |

**Um catálogo online pode ser
compartilhado no WhatsApp
e/ou integrado às redes sociais e
a outros canais. Desta forma,
mais pessoas são alcançadas e,
com mais visibilidade, as
chances de venda aumentam.**

E não necessariamente você precisa ter site próprio de vendas (e-commerce). O catálogo pode ser usado para exibir os seus produtos com o objetivo de divulgar a sua marca e estar disponível 24 horas por dia para seus clientes.

Criar uma vitrine virtual para a sua loja permite economizar dinheiro com a impressão de catálogos físicos. Ainda que você opte por uma ferramenta paga para montá-lo, com certeza ficará mais barato do que imprimir uma pilha de material.

Ou seja, acaba também ajudando o meio ambiente ao preservar árvores e economizar água.

Tem um restaurante ou um bar? Então, no seu caso, o menu é o seu catálogo. Se quiser saber mais sobre essa modalidade, leia a matéria [Cardápio digital grátis: aprenda a criar o seu e conquiste mais clientes](#) no Comercyo.

Como montar um catálogo online

Criar um catálogo online é uma maneira simples de fidelizar clientes ao modernizar o atendimento. E se você pensa que para ter um desses precisa investir uma grande quantia de dinheiro, vai ver que há tanto formas pagas quanto gratuitas de elaborar uma vitrine bonita, atrativa e moderna.



Boas práticas [VISUAL]

Kyte

A cara do seu catálogo precisa ser atraente, tem que fazer as pessoas quererem clicar nele e conhecer os seus produtos. De nada adianta vender algo de qualidade se não souber como apresentá-lo.

Invista tempo em tirar boas fotos das mercadorias. Procure utilizar a melhor resolução possível e tente observar ângulos favoráveis. Aliás, é interessante mostrar a mercadoria de perspectivas diferentes para os clientes terem uma visão melhor dela.

Pense em um layout interessante, mas sem esquecer da sua marca. É legal utilizar cores e elementos que já fazem parte da identidade do seu negócio.

Boas práticas [NAVEGAÇÃO]

Kyte

Não é só de beleza que se vive, não é mesmo? Um bom catálogo online precisa ser funcional. Os itens precisam estar dispostos de uma forma organizada, que faça sentido e, ao mesmo tempo, seja confortável, útil para os consumidores e fácil de navegar.

Uma boa dica é separá-los em categorias. Assim, fica muito fácil para os clientes encontrarem o que procuram.

The screenshot shows a mobile application interface for a coffee shop named 'GRANO CAFÉ'. At the top, there's a header with the shop name, a profile picture of 'JUNIOR SPÍNOLA', and a note: 'Este catálogo é um DEMO da equipe Kyte. Fique à vontade para fazer | >'. Below the header is a navigation bar with categories: TUDO (selected), DESTAQUES, BEBIDAS (with a juice icon), CAFÉS (with a coffee cup icon), and ENTR. (with a sandwich icon). On the right of the navigation bar are buttons for 'ORDENAR POR' and a filter icon. The main content area displays a product card for 'Cappuccino choco'. The card features a photo of a latte with chocolate, a red circular '+' button, the product name 'Cappuccino choco', the category 'Cafés', the price 'R\$ 8,00', and a code 'COD: 08'. A detailed description at the bottom reads: 'Café espresso, leite vaporizado, calda de chocolate,'.

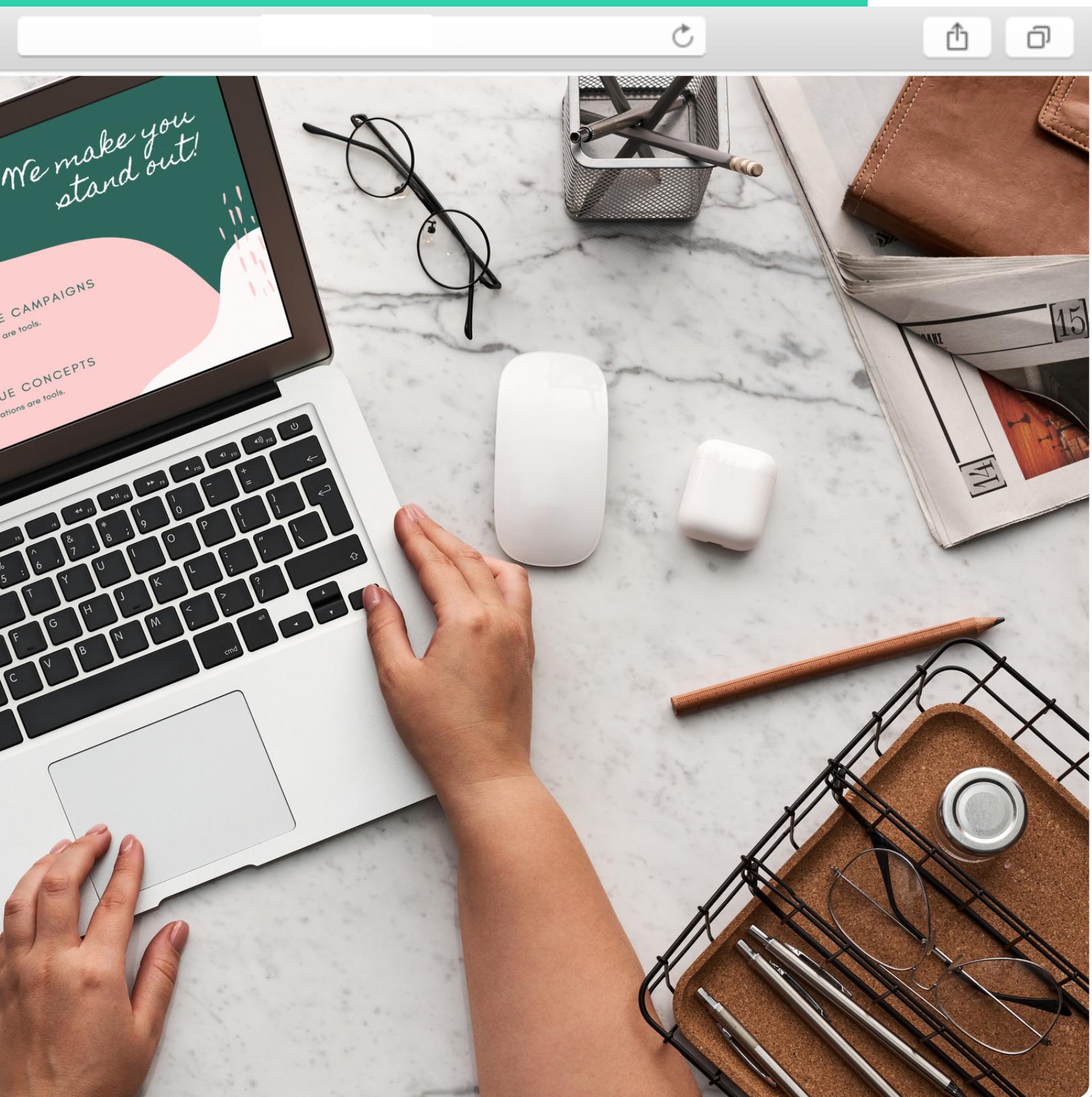
Boas práticas [INFORMAÇÕES]

Kyte

Procure escrever descrições detalhadas dos produtos. Isto é, não deixe de inserir nenhuma informação considerada de extrema importância para os clientes, como tamanho e material, por exemplo.

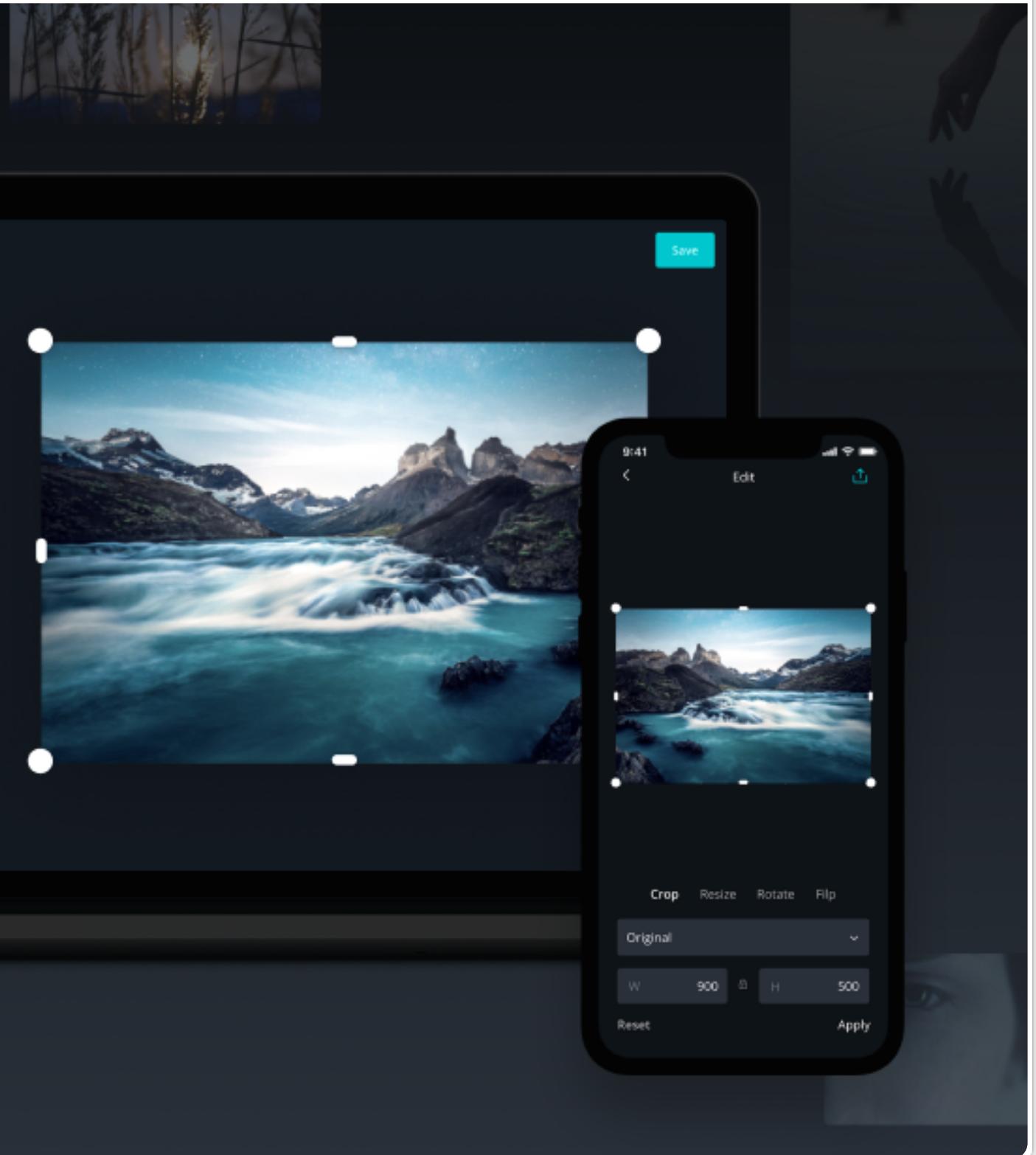
Uma dica é sempre pesquisar seus produtos no Google para entender como a maioria dos usuários procura por ele, o tipo de informação que é ressaltada e também os tipos de buscas relacionadas. Isso ajudará você a se destacar de forma orgânica nos buscadores.





Ferramentas

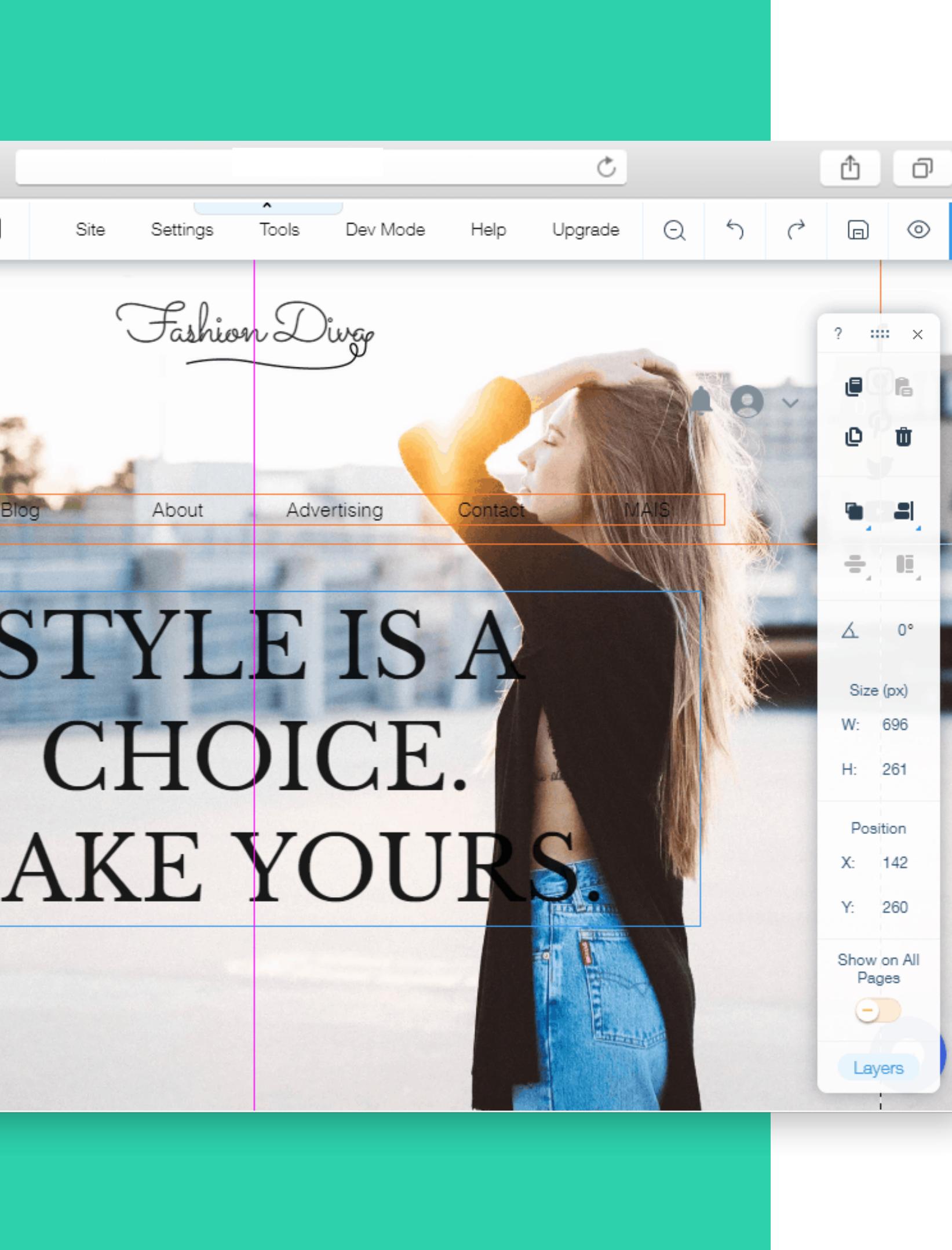
Há muitos jeitos de se fazer um catálogo online. E você não precisa ser um gênio do design para criar algo interessante.



Editores de imagem

Sites de edição de imagens são muito úteis pois já contam com alguns modelos prontos, ideais para quem não tem muita experiência com esse tipo de coisa. Você só precisa colocar as informações dos seus produtos e fazer pequenas customizações, se quiser. Tudo simples, rápido e ainda fica salvo na nuvem.

Vale destacar que, neste formato, o catálogo é estático (normalmente é exportado em arquivo PDF ou JPG), não permitindo interações.



Plataformas de criação de sites

Você pode confeccionar o seu catálogo online em plataformas de criação de sites e ainda aproveitar as outras funcionalidades que elas oferecem, divulgando, por exemplo, horário de funcionamento do seu estabelecimento e informações sobre delivery.

Aqui o cliente tem liberdade para navegar entre as páginas e visualizar separadamente cada item.

The screenshot shows a mobile application interface for 'GRANO CAFÉ'. At the top, there's a header with the logo 'GRANO CAFÉ' and a 'LOGIN OR CREATE ACCOUNT' button. Below the header, there are several product cards:

- Cappuccino choco**: An image of a cappuccino with a brownie at the bottom. Price: R\$10.00. Description: leite vaporizado, calda de chocolate, leite condensado, canela e xarope de avelã.
- Australiano Top!**: An image of a sandwich with avocado, eggs, and pine nuts. Status: ON SALE. Category: Lanches. Price: R\$7.00. Description: Ovos cozidos com abacate e grão de bico selecionados no pão brasileiro.
- Chá de hibisco**: An image of a glass of hibiscus tea. Category: Bebidas. Price: R\$8.00. Description: Chá de hibisco com toque de laranja sem açúcar.

At the bottom of the screen, there are three more images of drinks: a cup of tea, two jars of smoothies (one red, one orange), and a glass of orange juice with a straw and a lemon wedge. A footer bar at the bottom shows the total price: Total: R\$69.00 >.

Aplicativos

Alguns apps oferecem o serviço de criação de catálogo online junto a outras funcionalidades, como canal de vendas, gerenciamento de pedidos online, entre outros.

Um desses aplicativos é o Kyte, que conta com um ponto de vendas móvel e ainda permite gerar recibos. Em poucos minutos, você cria um catálogo online e já pode compartilhá-lo com clientes. Você ainda consegue integrar o cardápio ao Facebook e ao Instagram, fazer controle de fiado e muito mais.

[Veja aqui como é fácil criar seu catálogo online com o Kyte.](#)

Gerenciamento de produtos

Kyte

Com todos os seus produtos dispostos em uma vitrine virtual, o gerenciamento deles fica muito mais fácil de fazer.

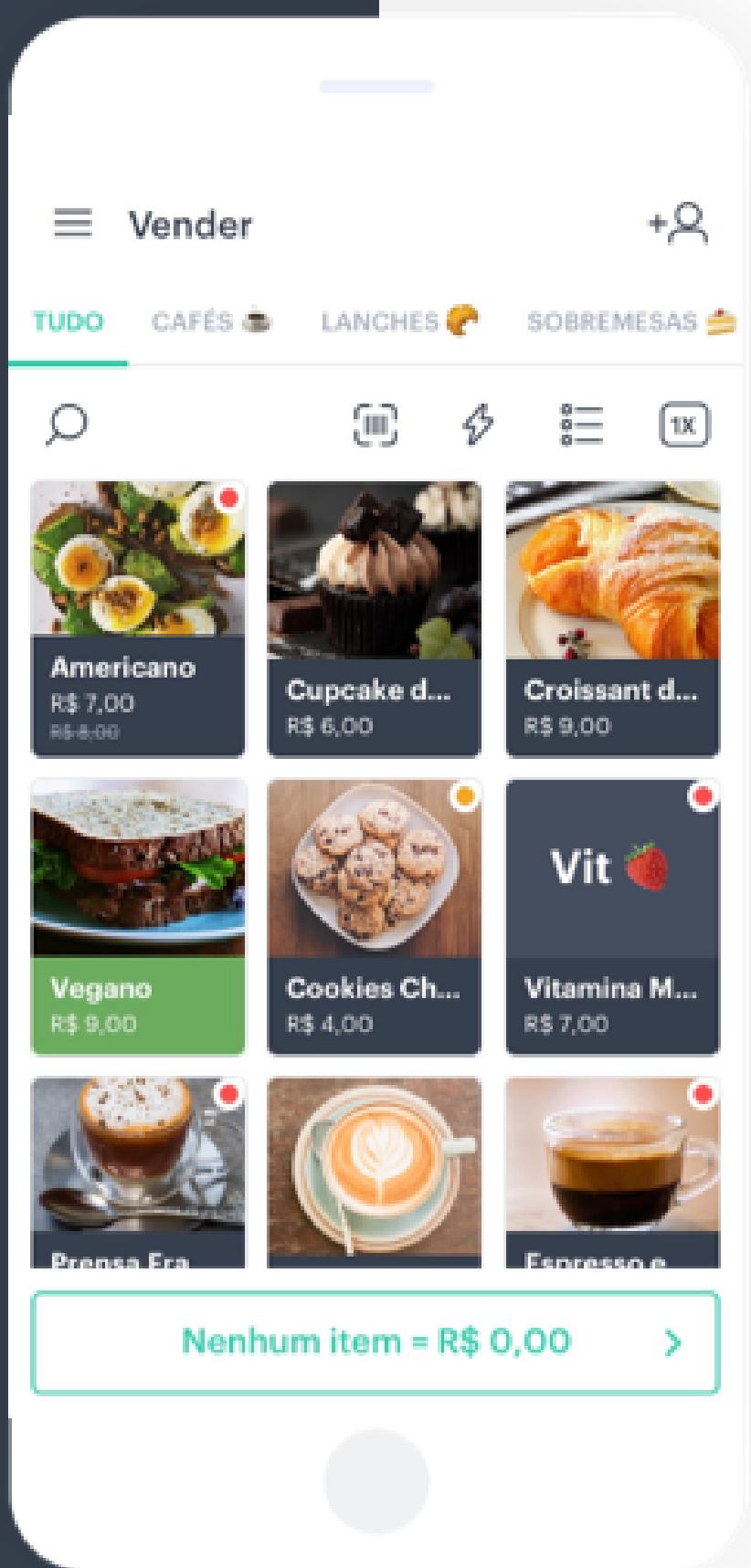
Se precisar realizar alguma alteração, como indicar promoção, aumento de preço ou mesmo que o estoque esgotou, em alguns segundos você muda o que precisa e a informação publicada é atualizada automaticamente.

Toda essa dinâmica virtual favorece um controle mais tecnológico.

Ao ter um catálogo online, também é interessante integrá-lo a uma plataforma de vendas e até de controle de estoque para uma organização ainda mais eficiente. Desta forma, todos os processos ficam mais ágeis, práticos e modernos.

Kyte

No caso do Kyte, você consegue até mesmo ter acesso a relatórios e gráficos com dados essenciais para te ajudar a tomar decisões mais acertadas e acompanhar o sucesso do seu negócio.



Compartilhamento

Kyte

A facilidade de um catálogo online é tamanha que você pode utilizá-lo no WhatsApp, nas redes sociais e em outros canais.

Isso graças à possibilidade de conectá-lo a plataformas de negócios, como WhatsApp Business, Gerenciador de Negócios do Facebook, Instagram for Business e Google Shopping.

Além disso, também dá para compartilhar o link do catálogo diretamente com seus clientes, ampliando a divulgação e facilitando o acesso ao material.

Se quiser saber como compartilhar o seu catálogo do Kyte no WhatsApp, confira [este tutorial](#).

Kyte

Comércio no WhatsApp

Aproveitar o aplicativo mais popular no Brasil para aumentar as vendas é uma estratégia usada por diversos empreendedores e empreendedoras.

Oi, vou querer aquele produto,
como faço pra pagar? 

Que bom!! É só clicar no link:
<https://pay.kyte.site/3257> 

Segundo estimativas, o WhatsApp tem mais de 120 milhões de usuários no país, então saber utilizá-lo a favor do seu negócio pode ser altamente lucrativo.

WhatsApp Business

Esta é a modalidade do aplicativo voltada exclusivamente para quem quer vender na plataforma. O WhatsApp Business permite que os comerciantes se conectem de forma mais direta com os clientes. Com ele, é possível:

01.

Dar destaque para os produtos e serviços que você oferece.

02.

Responder dúvidas de consumidores mais rapidamente.

03.

Criar um catálogo para exibir seus produtos e serviços.

04.

Configurar respostas automáticas, como uma saudação ou um aviso sobre o horário de atendimento.

05.

Criar um perfil comercial com todas as informações essenciais sobre o seu negócio.

06.

Criar etiquetas para facilitar a organização dos seus clientes e localizá-los mais facilmente.

07. Enviar informações importantes e/ou urgentes.

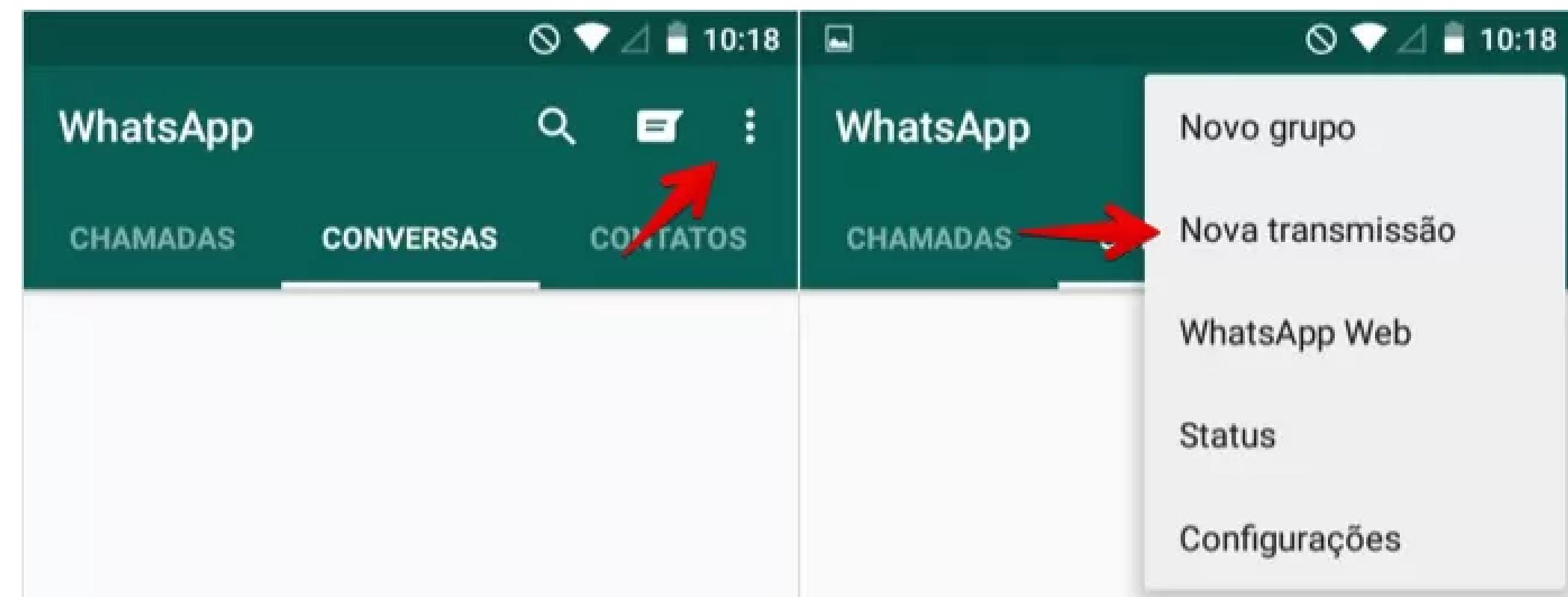
Kyte

Vendendo no WhatsApp

Para vender pelo WhatsApp, é importante se atentar a algumas dicas.

Prefira as listas de transmissão

Com as listas de transmissão você consegue enviar uma mensagem para um determinado grupo de clientes de uma única vez. Só que aqui eles não podem ver as reações e respostas uns dos outros, apenas você – o que não acontece quando se dispara uma mensagem em um grupo.



Para mandar mensagens para contatos que possuem WhatsApp, toque em na parte superior da tela.

Para mandar mensagens para contatos que possuem WhatsApp, toque em na parte superior da tela.

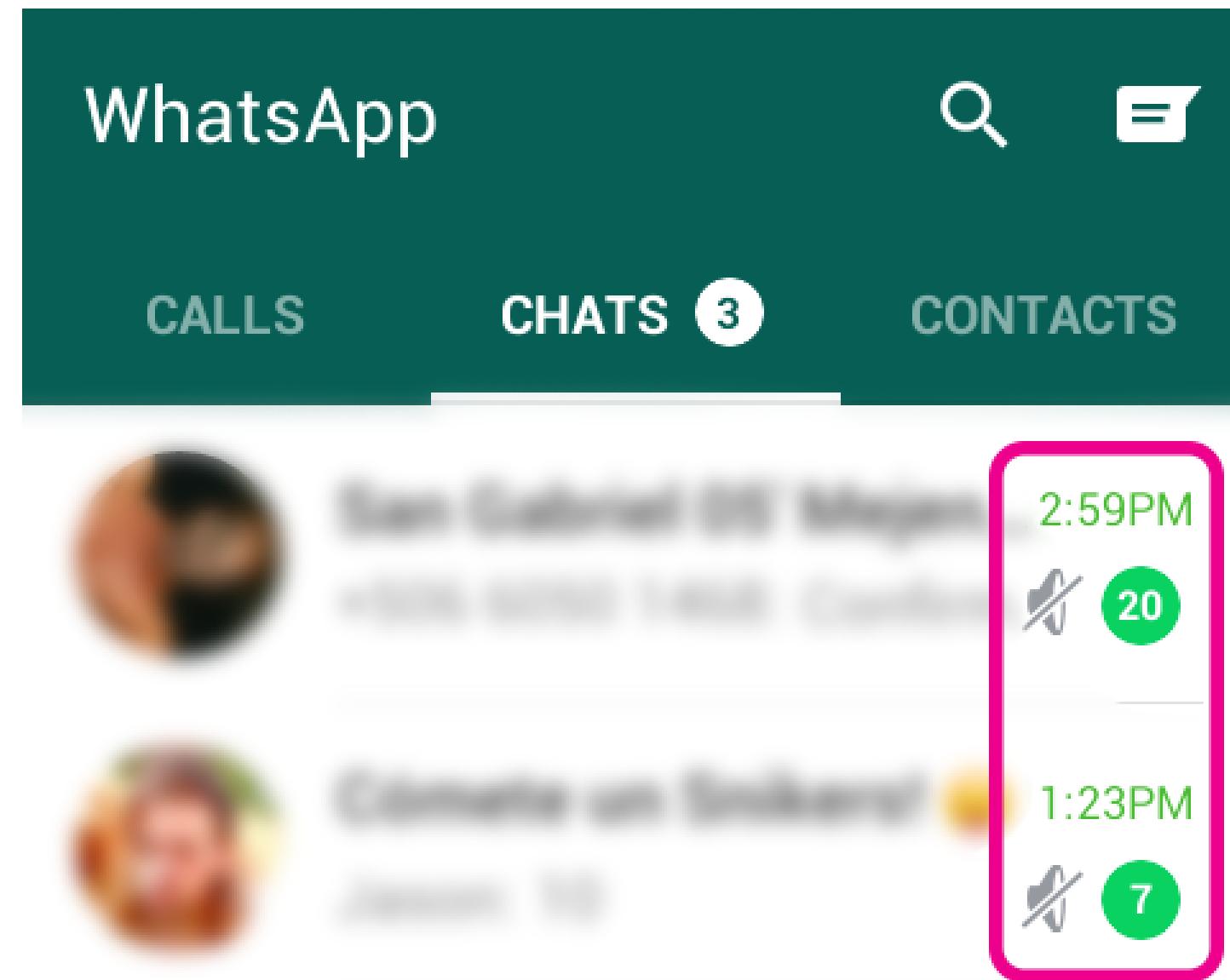
Kyte

Vendendo no WhatsApp

Para vender pelo WhatsApp, é importante se atentar a algumas dicas.

Cuidado com o excesso de mensagens

Disparar dezenas de mensagens parecidas ao longo do dia falando sobre a sua loja não traz resultados positivos. Então pare, sente, analise e busque formas criativas de atrair as pessoas, invista um tempo pensando no que vai dizer.



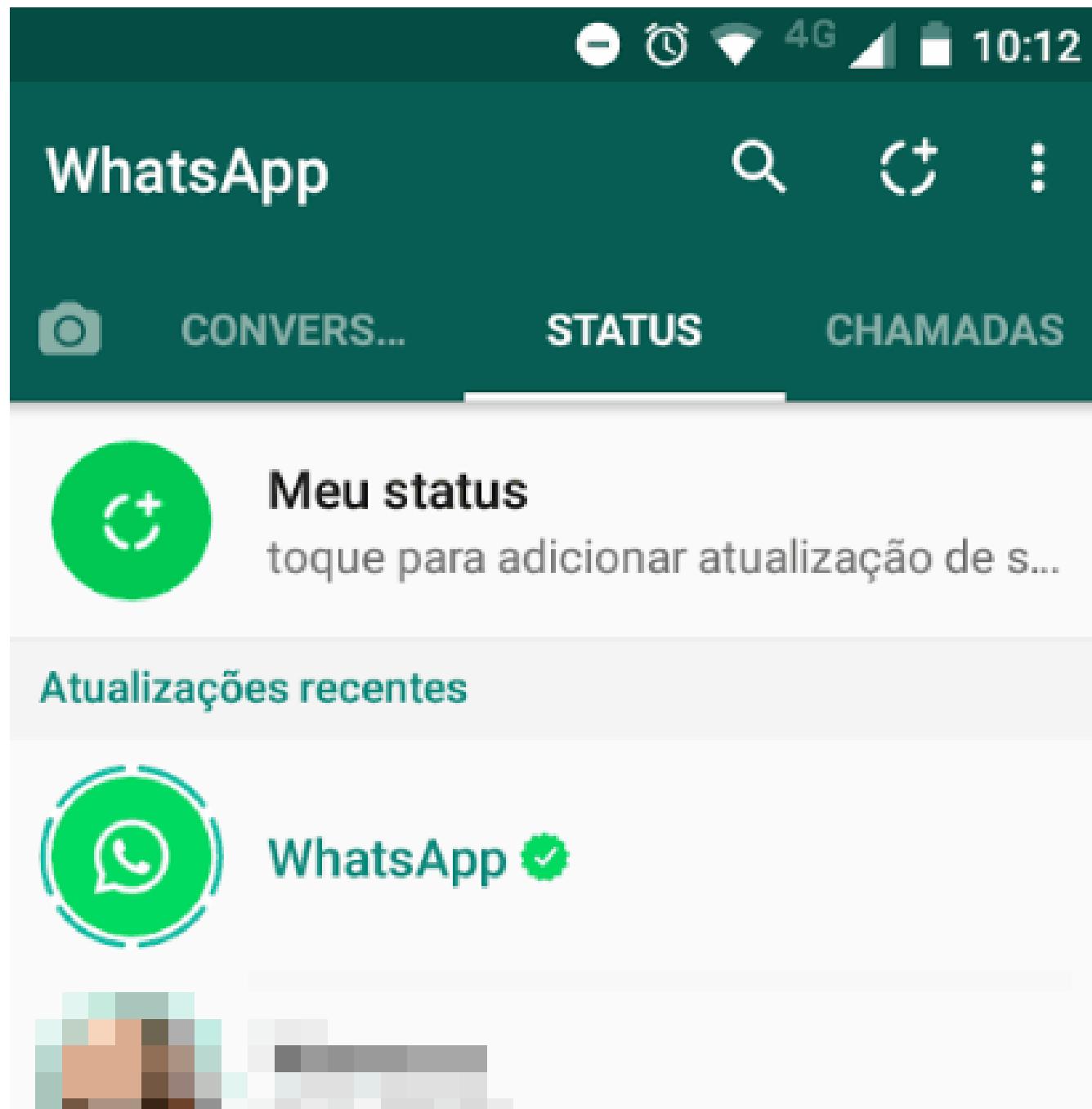
Kyte

Vendendo no WhatsApp

Para vender pelo WhatsApp, é importante se atentar a algumas dicas.

Explore o recurso de Status

O ideal é ir além do comum envio de textos e fotos. O Status (recurso semelhante ao Stories, do Instagram) é uma ferramenta excelente para anunciar novidades e promoções.



Fidelização do cliente

Empreendedores de sucesso sabem que a venda não acaba quando uma mercadoria é comprada. É preciso trabalhar para fazer com que o consumidor retorne e, melhor ainda, promova a sua marca.

Organize os contatos para uma abordagem personalizada

Aproveite os recursos de etiquetas e listas de transmissão do WhatsApp e separe os seus clientes.

Na sua lista de contatos, há aqueles que compram sempre com você, aqueles que realizaram uma ou duas compras no máximo, e ainda os que, apesar do interesse, nem sequer são clientes ainda. Obviamente cada um desses grupos exige uma abordagem específica, pois os interesses são diferentes.

Fidelização do cliente

Empreendedores de sucesso sabem que a venda não acaba quando uma mercadoria é comprada. É preciso trabalhar para fazer com que o consumidor retorne e, melhor ainda, promova a sua marca.

Atente-se ao tempo de resposta

É claro que não dá para ficar o tempo todo monitorando as mensagens que chegam no seu WhatsApp. No entanto, é muito importante ter uma atenção especial ao tempo de resposta aos clientes.

Comerciantes que demoram muitos dias ou semanas para retornar podem acabar perdendo a venda. A comunicação no WhatsApp deve prezar pela agilidade.

Fidelização do cliente

Empreendedores de sucesso sabem que a venda não acaba quando uma mercadoria é comprada. É preciso trabalhar para fazer com que o consumidor retorne e, melhor ainda, promova a sua marca.

Capture o número do cliente por meio de recompensas

Já que enviar conteúdo no WhatsApp sem a autorização da pessoa é considerada uma tática invasiva, uma boa saída é oferecer a ela algo em troca do número.

Muitas empresas investem em conteúdos especiais sobre um determinado assunto. Uma boa estratégia é investir em cupons de desconto. Se a pessoa gostar da promoção, estará disposta a fornecer o número de telefone em troca do presente.

Já vende pelo WhatsApp e quer saber se está fazendo tudo certinho? Então confira a checklist [Como vender pelo WhatsApp: as melhores práticas para lucrar](#) no Comercyo.

Presença nas redes sociais e outros canais

Uma coisa é certa nos dias de hoje: sua clientela certamente está nas redes sociais. Sendo assim, uma das melhores formas de se comunicar com ela e atraí-la para o seu negócio é estando nesse ambiente.

84%

dos brasileiros usam o Instagram para descobrir novos produtos e serviços.

[Saiba mais](#)

79%

das pessoas afirmam que o conteúdo produzido pelos usuários das redes sociais tem grande impacto na decisão de compra.

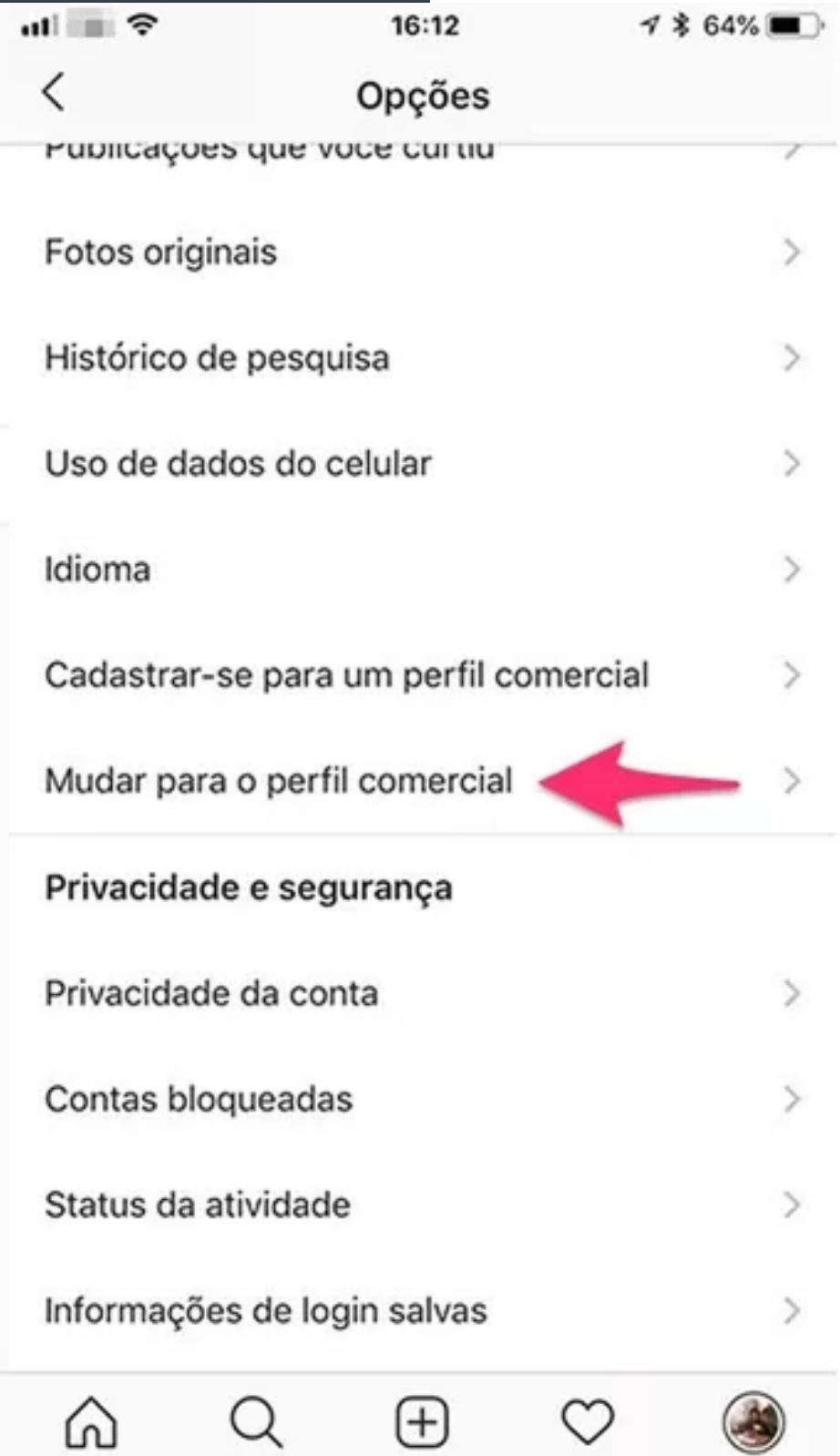
[Saiba mais](#)

54%

dos navegadores (Google, Bing, etc.) utilizam as redes sociais para buscar informações sobre produtos.

[Saiba mais](#)

Presença nas redes sociais e outros canais



Provavelmente você já tem uma conta no Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, TikTok ou qualquer outra. No entanto, saiba que é muito mais eficiente ter um perfil comercial em plataformas que oferecem esse serviço, como Facebook, Instagram e Google.

Além de dar um ar mais profissional à sua empresa, ele conta com ferramentas que ajudam a promover a sua marca e se conectar melhor com o seu público.

Facebook

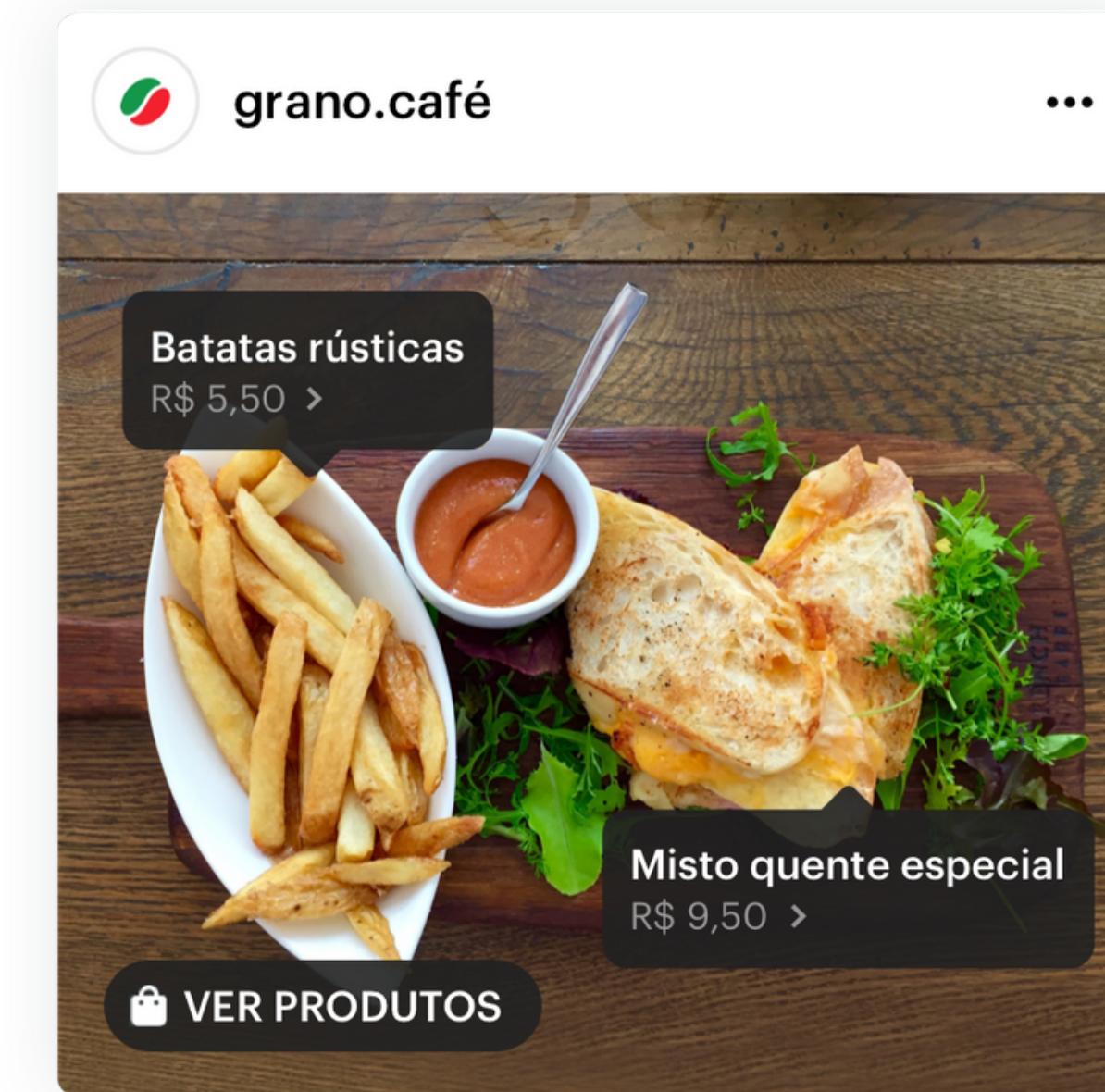
O Facebook é a maior rede social do mundo, com mais de 2 bilhões de usuários ativos. Além disso, há mais de [60 milhões](#) de páginas ativas de empresas na rede social. Só no Brasil, [54,18% dos sites de e-commerce](#) têm um perfil no Facebook.

Estar nessa plataforma é importante para o seu negócio porque dá visibilidade a ele. Também permite que consumidores e consumidoras naveguem, explorem e comprem diretamente com você.

Instagram

Kyte

Sabia que [87% das pessoas](#) afirmam que os influenciadores as inspiram a fazer uma compra? E que [43% dos indivíduos](#) dizem que as análises e observações de outros usuários e profissionais podem influenciar nessa decisão? Essas duas informações têm uma coisa em comum: ambas estão relacionadas ao Instagram.



Kyte

Instagram

Vender nessa rede social é tentar captar a atenção de alguém em um ambiente com mais de 1 bilhão de usuários ativos. E se mesmo assim você se pergunta por que deve estar lá, confira esses dados do próprio Instagram:

90%

dos usuários desta rede social seguem ao menos uma empresa.

[Saiba mais](#)

50%

das pessoas ficam mais interessadas em uma marca quando veem anúncios dela no Instagram;

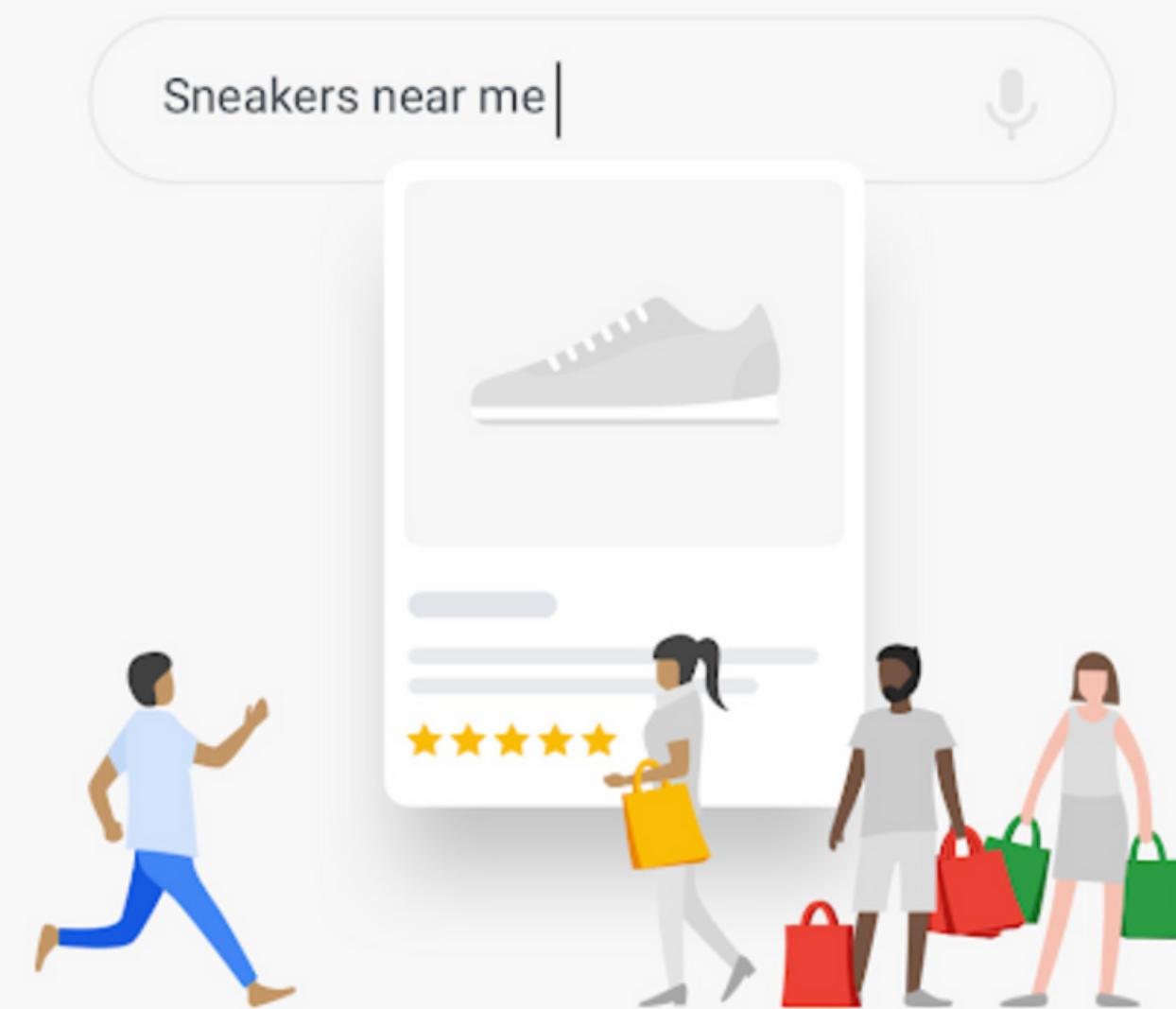
200M

de usuários do Instagram visitam pelo menos um perfil comercial por dia.

Exatamente por isso, ter um perfil no Instagram é fundamental para o sucesso de qualquer negócio

Google Shopping

O Google Shopping é a vitrine virtual do Google. É aquela aba na qual se vê anúncios (gratuitos e patrocinados) de várias lojas com fotos do item procurado no buscador. Os anúncios da plataforma mostram a foto do produto, nome dele e marca, nome da loja, preço e avaliações.



**Segundo informações da própria
gigante de tecnologia, 65% dos
consumidores dizem que usam o
Google antes de comprar um
produto novo.**

Google Shopping

Logo, colocar a sua empresa nesse ambiente ajuda a aumentar o seu número de clientes e, consequentemente, de vendas.

Além disso, ao anunciar no Google Shopping, você exibe as informações mais importantes sobre o seu produto, o que auxilia os clientes na tomada de decisão de compra.

Em outras palavras, encurta e agiliza o caminho até o consumidor ou consumidora fechar o negócio – e ainda aumenta o tráfego para o site da sua loja.

Site próprio

Ter um site próprio para realizar as suas vendas (um e-commerce) pode ser muito vantajoso graças à autoridade e ao tom profissional que ele concede ao seu negócio.

Em alguns casos, ele se torna obrigatório. O Google Shopping, por exemplo, exige que você tenha uma página sua para comercializar os itens anunciados na plataforma. Um site próprio ainda contribui para o aumento das suas vendas.

De acordo com uma pesquisa feita pelo próprio Google em parceria com o Instituto Ipsos, 70% dos consumidores afirmam que preferem fazer negócios com empresas que já possuem um site.

Há várias formas de se criar um site, em plataformas gratuitas e pagas. Uma dessas maneiras é usando o Kyte. Com ele, você cria uma página para a sua loja e, graças a uma integração com o Mercado Pago, consegue aceitar pagamentos via cartão de crédito e carteira digital.

Se quiser saber como o Kyte pode te ajudar a vender no Google Shopping, confira [este tutorial](#).

The screenshot displays a web browser window for the website grano-cafe.kyte.site. The header features the logo "GRANO CAFÉ". A search bar is at the top left, and a login link "LOGIN OR CREATE ACCOUNT" is at the top right. On the left, a sidebar titled "Categories" includes "All", "Bebidas", "Cafés", and "Entrega". Below the sidebar, a message reads "Este catálogo é um DEMO da equipe Kyte. Fique à vontade para fazer o que quiser!" The main content area shows a grid of products:

Image	Name	Type	Price	Description
	★ Cappuccino choco	Cafés	R\$ 8,00	Café espresso, leite vaporizado, calda de chocolate, canela e xarope de avelã.
	★ Australiano Top!	Lanches	R\$ 7,00	Ovos cozidos com abacate e grão de bico selecionados no pão brasileiro
	Chá de hibisco	Bebidas	R\$ 8,00	Chá de hibisco com toque de laranja e açúcar.
	Cappuccino curto	Cafés	R\$ 8,00	Café espresso, leite vaporizado, calda de chocolate, canela e xarope de avelã.

A red button at the bottom right of the grid says "Total: R\$69,00". At the bottom of the page, there's a footer with links: "Sobre", "Termos de Uso", "Política de Privacidade", "Política de Retorno", "Política de Envio", "FAQ", and "Ajuda".

Conclusão

Manter seu negócio no ambiente físico e online exige estratégias, dedicação, força de vontade e, claro, muito trabalho. Mas o resultado pode ser extremamente recompensador e lucrativo.

Esperamos que este ebook tenha sido útil para te ajudar a digitalizar o seu negócio e entender as melhores formas de fazer essa transformação.

Utilizando as dicas mencionadas aqui e as ferramentas certas, sua marca tem tudo para ser um grande sucesso. Agora é hora de arregaçar as mangas e colocar a mão na massa!

Bom trabalho!



Sobre o Kyte

O [Kyte](#) é um app criado especialmente para o pequeno comércio.

Nosso objetivo é atender às necessidades atuais dos comerciantes, mas com olhar no futuro, onde a tecnologia está no centro de tudo e transforma as relações entre lojas e consumidores.

O Kyte inova a operação dos pequenos negócios oferecendo recursos em 3 áreas: vendas, gestão comercial e fidelização.



 Baixe na
Google Play

 Disponível na
App Store

