
O GUIA ESSENCIAL PARA

RETER, ENGAJAR E FIDELIZAR CLIENTES EM SEU ECOMMERCE



 rockcontent

Uni | **buscapé**
company

SUMÁRIO

>> <i>Introdução</i>	03
>> <i>Antes de qualquer coisa: conheça e entenda quem é o seu cliente</i>	05
>> <i>A importância do marketing de conteúdo para o seu ecommerce</i>	09
>> <i>Uso das mídias sociais</i>	18
>> <i>Inovação</i>	22
>> <i>Conclusão</i>	25
>> <i>Sobre o Profissional de ecommerce</i>	27
>> <i>Sobre a Rock Content</i>	28



INTRODUÇÃO

O mercado de ecommerce no Brasil vem apresentando um crescimento sólido ano após ano. Segundo pesquisa realizada pelo E-bit, empresa dedicada ao levantamento de informações acerca do comércio eletrônico, a previsão de crescimento do mercado em 2014 é de 20% em relação a 2013, o que resulta em um faturamento em torno de R\$34 bilhões.

Para garantir a sua fatia neste crescimento, contudo, é necessário ter uma estratégia de marketing completa e bem planejada, que vá além da atração de novos clientes. Afinal, manter os clientes atuais é consideravelmente mais barato do que conquistar novos. Além disso, um cliente fiel compra mais e indica mais a sua loja virtual. Por isso, é fundamental que você foque na retenção, no engajamento e na fidelização de seus consumidores.

Para auxiliá-lo nesta tarefa, criamos este e-book como um guia definitivo para alcançar estes objetivos:



ANTES DE QUALQUER COISA: CONHEÇA E ENTENDA QUEM É O SEU CLIENTE

Para desenvolver uma estratégia adequada, o primeiro passo consiste no mapeamento do perfil de seus clientes. Por isso, é preciso entender seus hábitos de consumo, suas necessidades e preferências. Além disso, é importante colher seus dados demográficos, o que auxiliará a sua marca a definir a comunicação ideal para um relacionamento que retém, engaja e fideliza. Para isso, use a tecnologia a seu favor!

Como conhecer meu cliente

Existem diversas ferramentas tecnológicas no mercado que te auxiliarão na tarefa de conhecer melhor quem são os seus clientes. Dentre elas podemos citar:

- **Google Analytics:** que trará informações sobre o comportamento do seu consumidor diretamente ligado ao seu negócio;
- **Navegg E-commerce:** com tecnologia especializada em estudar o comportamento humano para descobrir padrões e antecipar tendências, a [Navegg](#) define 8 tipos de perfis (clusters) com

ANTES DE QUALQUER COISA: CONHEÇA E ENTENDA QUEM É O SEU CLIENTE

8 diferentes motivações de compras. E mostra qual o perfil exato do público que acessa seu site.

- **Monitoramento nas redes sociais:** através das quais é possível entender os dados demográficos de seus clientes, por exemplo pelo Facebook insights. Contudo, com um monitoramento mais completo será possível entender, inclusive, a visão de seus consumidores em relação à sua marca;
- **CRM (Customer Relationship Management):** com um software CRM integrado ao seu ecommerce, é possível centralizar cadastros e informações dos clientes de sua loja online. Desta forma você terá fácil acesso ao histórico de compras, o que auxiliará no entendimento de desejos e necessidades de cada perfil identificado;
- **Testes A/B:** estes testes são bastante úteis para validar campanhas e ações mais engajadoras através de amostragens de clientes. Através deles você conseguirá avaliar tratativas, interações e call-to-actions que convertem mais, ampliando os resultados de sua campanha;

ANTES DE QUALQUER COISA: CONHEÇA E ENTENDA QUEM É O SEU CLIENTE

- **Database Marketing:** com a estratégia você consegue identificar padrões comportamentais e demográficos para facilitar o agrupamento de perfis similares em grupos, mesmo com um grande volume de informações. Isto propiciará a segmentação de suas campanhas e, conseqüentemente, aumentará as taxas de conversão da sua loja virtual.

Direcionando a estratégia para cada tipo de cliente

De nada adiantará desenvolver todo o processo de mapeamento de perfis se as informações geradas não forem aplicadas ao seu negócio. Isso significa que, para cada tipo de cliente, representado por um grupo com variáveis em comum, será necessário trabalhar de uma forma específica para ser mais assertivo.



A IMPORTÂNCIA DO MARKETING DE CONTEÚDO PARA O SEU ECOMMERCE

O marketing de conteúdo ganha cada dia mais espaço no mercado. Isto devido à mudança do comportamento do consumidor, que está mais criterioso na tomada de decisões e, por isso, pesquisa a fundo as melhores opções antes de efetivar as compras.

No ecommerce esta ferramenta possui ainda mais poder. Isto porque as compras são realizadas puramente com base no conteúdo, seja ele informativo em forma de texto, especificações de produtos, imagens, vídeos sobre como utilizar, tutoriais sobre como montar, dentre outros. Neste sentido, o conteúdo ganha uma outra função: nutrir seus potenciais consumidores com informações relevantes que auxiliem na tomada de decisões, direcionando-os a cada etapa do funil de vendas até a conversão em vendas.

Há diversas formas de trabalhar o conteúdo para fomentar estas vendas. Dentre as opções, podemos citar como mais relevantes para a atuação do seu negócio:

Newsletter

As newsletters são boletins informativos enviados à sua base de contatos periodicamente. Elas

A IMPORTÂNCIA DO MARKETING DE CONTEÚDO PARA O SEU ECOMMERCE

têm a função de levar aos seus clientes as novidades ou questões mais relevantes trabalhadas em determinado período. Por isso, se você hoje trabalha com a estratégia exclusiva de envio de sugestões de produto, é hora de revê-la. Lembre-se que o conteúdo agrega valor, ajuda a sua empresa a se tornar referência, gera credibilidade e, conseqüentemente, auxilia na tomada de decisões.

Blog

Os blogs também ganham seu espaço a cada dia. Isso porque a estratégia de marketing de conteúdo desenvolvida nestes canais serve como apoio a diversas estratégias, bem como para a conquista de vários objetivos. Neste contexto, é preciso desenvolver conteúdo de qualidade, que seja relevante ao seu cliente e associado ao seu negócio. Dentre os benefícios de uma estratégia bem-feita podemos citar:

- Maior encontrabilidade de sua marca nos mecanismos de busca (ranqueamento do conteúdo);
- Geração de valor ao cliente;
- Conteúdo para nutrição de outros canais de relacionamento e vendas como redes sociais,

A IMPORTÂNCIA DO MARKETING DE CONTEÚDO PARA O SEU ECOMMERCE

e-mail marketing, newsletter, dentre outros;

- Educar e evangelizar clientes para uma tomada de decisão mais certa e favorável ao seu negócio;
- Desenvolvimento de autoridade em determinada área, bem como passar a imagem de segurança e credibilidade para o consumidor.

E-mail marketing

As campanhas de e-mail marketing têm um lugar cativo no ecommerce, sendo a estratégia responsável por um considerável volume de vendas no setor. Desta forma, é preciso desenvolver ações altamente segmentadas, que entregue a cada perfil ou grupo de clientes dicas, sugestões de produtos e conteúdo adequado às suas necessidades e desejos. Esta ferramenta ajudará a nutrir os seus potenciais clientes com informação até que eles se sintam seguros o suficiente para levá-los à conversão (efetivação de uma compra).

Vale ressaltar que existem diversas campanhas de e-mail marketing que auxiliarão a sua empresa a

A IMPORTÂNCIA DO MARKETING DE CONTEÚDO PARA O SEU ECOMMERCE

reter, engajar e fidelizar os clientes, além de motivar as conversões. A vantagem é que, com o auxílio de uma ferramenta para a gestão dos envios, é possível utilizar recursos que automatizam alguns destes processos. São os chamados e-mails transacionais, que são disparados conforme o comportamento do seu cliente em seu site. Dentre as possibilidades podemos citar:

- **Boas-vindas:** ideal para estreitar o relacionamento com seus novos clientes, o e-mail de boas-vindas é ativado quando um cadastro é realizado, seja de compra ou mesmo para assinatura de newsletter, por exemplo;
- **Carrinho abandonado:** é possível configurar o envio de um e-mail aos seus clientes que adicionaram produtos ao carrinho, mas não efetivaram a compra. Esta estratégia contribui para lembrar clientes esquecidos ou até mesmo estimular os indecisos;
- **“Estamos com saudade”:** com o intuito de reativar antigos clientes que não compram em sua loja on-line há algum tempo, é possível configurar o envio automático de mensagens para estimular a realização de novas compras por consumidores ausentes.

A IMPORTÂNCIA DO MARKETING DE CONTEÚDO PARA O SEU ECOMMERCE

Conteúdo multimídia

Apesar de o conteúdo em texto ser extremamente importante para a estratégia em diversos aspectos, o material multimídia, composto por imagens, vídeos, áudios, animações, dentre outros, deve compor a estratégia de comunicação visual do seu ecommerce. Neste contexto, vale ressaltar que o seu cliente não terá contato com os produtos que você comercializa antes da compra e, por isso, todos os recursos visuais que contribuem para aproximar a experiência à realidade são vantajosos para auxiliar e esclarecer suas dúvidas antes de comprar. Além disso, este tipo de conteúdo promove mais engajamento, o que estimula compartilhamentos, indicações e, conseqüentemente, visibilidade para a sua marca – quem sabe até mesmo uma viralização, já pensou?

Landing pages e descrições de produtos otimizadas

Landing pages ou páginas de entrada são as páginas para as quais os seus clientes são direcionados através de campanhas de marketing digital para analisarem os produtos ofertados por sua loja. Elas são fundamentais para os ecommerces e, por isso, merecem atenção especial em seu desenvolvimento, já que é através delas que o seu cliente opta por efetivar ou não uma conversão.

A IMPORTÂNCIA DO MARKETING DE CONTEÚDO PARA O SEU ECOMMERCE

Neste contexto, a experiência que o cliente tiver em sua página é, em grande parte das vezes, decisiva para esta tomada de decisão. Por isso, é muito importante que você esteja atento aos mínimos detalhes. Dentre eles estão:

- URLs otimizadas, cada uma correspondendo a uma página de produto;
- Botões bem posicionados e com chamadas para a ação visíveis;
- Descrições detalhadas de cada produto, com todas as informações necessárias para o esclarecimento de possíveis dúvidas do consumidor. Nada de erros ortográficos ou gramaticais, além de linguajar adequado ao público;
- Imagens diversas, com boa resolução e ângulos diferentes. Preferencialmente com possibilidade de zoom para uma melhor análise;
- Layout que passe credibilidade, segurança e profissionalismo.

A IMPORTÂNCIA DO MARKETING DE CONTEÚDO PARA O SEU ECOMMERCE

Lojas responsivas ou aplicativos?

O consumidor está cada vez mais adepto à mobilidade. Fato este comprovado pelo crescimento das vendas de tablets e smartphones, que são apontados como tendência para a substituição de PCs e notebooks. Diante a estes dados, é fundamental que você se atente a esta questão para aproveitar as oportunidades de vendas onde quer que seu consumidor esteja.

Neste contexto, existem basicamente 2 possibilidades às quais você pode direcionar o seu negócio: as lojas responsivas e o desenvolvimento de aplicativos. Cada um deles tem suas vantagens e abordagens de trabalho diferentes. A melhor opção dependerá do tipo de comércio eletrônico que você possui, assim como a verba para investimento e o perfil do seu cliente. Para que você entenda melhor, entenda as diferenças:

- **Loja responsiva:** as chamadas lojas responsivas são aquelas que possuem um layout que se adapta às telas de tamanhos diversos, adequando conteúdo, imagens e demais recursos conforme o dispositivo do consumidor. A grande vantagem é que esta opção não restringe acessos, independentemente do tipo de dispositivo móvel que o seu consumidor tenha.

A IMPORTÂNCIA DO MARKETING DE CONTEÚDO PARA O SEU ECOMMERCE

- **Aplicativos:** algumas lojas, porém, optam pelo desenvolvimento de aplicativos web, geralmente disponibilizados para sistemas operacionais específicos (IOS, Android, etc), conforme análise de perfil dos clientes. Com esta estratégia é possível desenvolver uma loja virtual totalmente pensada para dispositivos móveis, propiciando uma experiência ainda mais positiva aos clientes. Contudo, os custos são consideravelmente superiores aos da opção anterior, além de exigir o desenvolvimento de um aplicativo para cada sistema operacional, o que pode impactar ainda mais os investimentos.



USO DAS MÍDIAS SOCIAIS

Para estabelecer um relacionamento mais aproximado de seus clientes, fomentando o engajamento e a fidelização deles, as redes sociais são um excelente canal. Isto porque nelas os seus consumidores estão mais favoráveis ao diálogo. Porém, é fundamental que você desenvolva uma estratégia adequada, em vez de apenas compartilhar produtos e serviços como se estes fossem canais publicitários.

O que você deve observar nesta questão é que não é preciso estar em todas as redes sociais para obter o sucesso, mas sim onde os seus clientes estão! Por isso, antes mesmo de especificar qual será a sua linha estratégica de trabalho e comunicação com o cliente, para engajar é preciso conhecer o seu cliente e identificar quais destes canais são os mais indicados para o seu negócio. Veja quais são os principais e como utilizá-los a favor do seu negócio:

Facebook

O Facebook é a maior rede social da atualidade, tanto em número de cadastros quanto em usuários ativos. Isso representa um grande potencial para encontrar o seu consumidor e traçar estratégias de relacionamento a favor da retenção e fidelização de clientes nesse ambiente.

USO DAS MÍDIAS SOCIAIS

Está comprovado: fãs compram mais, indicam mais e ainda defendem a sua marca sob qualquer adversidade. Considerando o uso deste canal para pedidos de indicação e referência de compras, estar no Facebook é, na maioria dos casos, indispensável para as lojas virtuais. Contudo, para engajar e fidelizar seus fãs é preciso entendê-los, agregando valor através de conteúdo relevante e de qualidade, imagens e outros materiais multimídia que gerem engajamento.

Uma outra função muito útil é a de atendimento ao cliente através do Facebook, no chamado SAC 2.0. Todas estas questões, por sua vez, estão diretamente ligadas ao relacionamento, que é fundamental para reter e fidelizar clientes em sua loja on-line.

LinkedIn

O LinkedIn, por sua vez, também tem muito a contribuir para a estratégia. Contudo, ele é mais indicado para negócios B2B (Business to Business), devido ao perfil do canal. Através dos grupos de nicho, serviço de links patrocinados ou sua rede de contatos, que deve ser ampliada estrategicamente, é possível ampliar a visibilidade de sua marca, gerar autoridade e ainda conquistar grandes oportunidades de negócios.

USO DAS MÍDIAS SOCIAIS

Instagram e Pinterest

Há também as redes sociais destinadas às imagens, onde todo o relacionamento é baseado nelas. Dentre as opções, o Instagram possui um maior número de usuários ativos, contudo, isto não necessariamente significa que ele é o mais indicado ao seu negócio. Isto porque ele possui restrições de compartilhamento, como links, por exemplo, que são fundamentais para as vendas. Por isto, a rede é mais indicada para o trabalho da imagem da marca, o que é ideal para marcas que trabalham com entretenimento, moda, lazer ou têm estes itens como parte de seu discurso.

Para suprir esta deficiência, o Pinterest é uma excelente opção. Cabe dizer que ele também está vinculado ao Facebook, o que gera grandes oportunidades e visibilidade. Além disso, a rede social tem diversas funcionalidades mais favoráveis às ações de vendas. Nela é possível inserir não apenas links, mas preço, descrição de produtos, organizar boards por categoria, dentre outros. Por isso ele é uma rede social que faz tanto sucesso para o nicho de moda, por exemplo.



INOVAÇÃO

Para manter a competitividade de seu ecommerce e garantir uma fatia cada vez mais representativa no mercado, é fundamental que você esteja atento às tendências e sempre de olho no que o setor traz como inovação. Há diversas possibilidades para isto atualmente. Dentre as que mais se destacam estão:

Mobile commerce

Também conhecido como M-commerce, a ferramenta segue a linha de compatibilidade dos ecommerces aos dispositivos móveis que, como falamos neste e-book, apresentam crescimento constante de vendas no mercado. Ele consiste em uma variação do modelo de negócios para as compras on-line através de tablets e smartphones, que podem ser trabalhados tanto através das lojas responsivas quanto dos aplicativos.

Gamificação

A gamificação consiste em uma estratégia de fidelizar clientes através de estratégias de games em plataformas que não necessariamente são voltadas a isto. O intuito é gerar mais interação e

INOVAÇÃO

engajamento através de recursos que promovam uma experiência de marca mais favorável aos negócios. Isto porque o jogos em si trazem a dinâmica de conquistas: vidas, moedas, enfim, são artifícios que fomentam o usuário a passar mais tempo interagindo com sua loja. Consequentemente, eles ficarão mais engajados com sua marca, o que favorecerá também a viralização, por exemplo. Não significa necessariamente ter que premiar os participantes – o que não é também uma má alternativa –, mas é promover o relacionamento através de uma experiência de marca engajadora.

Programa de fidelidade

Os programas de fidelidade, apesar de uma prática antiga, sempre representam um ponto de inovação – seja na forma de trabalho, no tipo de pontuação ou mesmo de premiação. Vale lembrar que a tecnologia propiciou levar esta estratégia também para os ecommerces, contribuindo para a retenção e a fidelização dos clientes, além do aumento do ticket médio das lojas on-line.



CONCLUSÃO

Neste e-book você viu dicas relacionadas à retenção, ao engajamento e à fidelização de clientes em seu ecommerce. Contudo, vale ressaltar que você não precisa, necessariamente, utilizar todos estes recursos em sua loja virtual para alcançar as metas e chegar aos objetivos definidos, tampouco que você escolherá àquelas ações ou canais que mais lhe agradam. Lembre-se que o primeiro passo relatado neste material diz respeito ao entendimento do seu público-alvo. É através da análise destes perfis que você entenderá onde o seu público está – e é lá que a sua marca precisa estar presente também!



O Profissional de E-commerce é o Blog da Universidade Buscapé Company, que visa informar e capacitar dos profissionais de E-commerce e Marketing Digital, seja através de conteúdo de qualidade no blog, cursos presenciais e online.

Saiba mais sobre o [Blog Profissional de ecommerce](#) e sobre a [Universidade Buscapé Company](#).



A Rock Content é a empresa líder em marketing de conteúdo no mercado brasileiro. Nós ajudamos marcas a se conectarem com seus clientes através de conteúdo fantástico e blogs corporativos sem monotonia.

Através de nosso serviço de consultoria montamos estratégias de conteúdo para nossos clientes que são executadas pelo nosso time de milhares de escritores freelance qualificados.

Possuímos vários materiais educativos gratuitos e sempre temos algum artigo interessante no blog do Marketing de Conteúdo.



Acesse profissionaldecommerce.com.br e marketingdeconteudo.com