



Inside Commerce



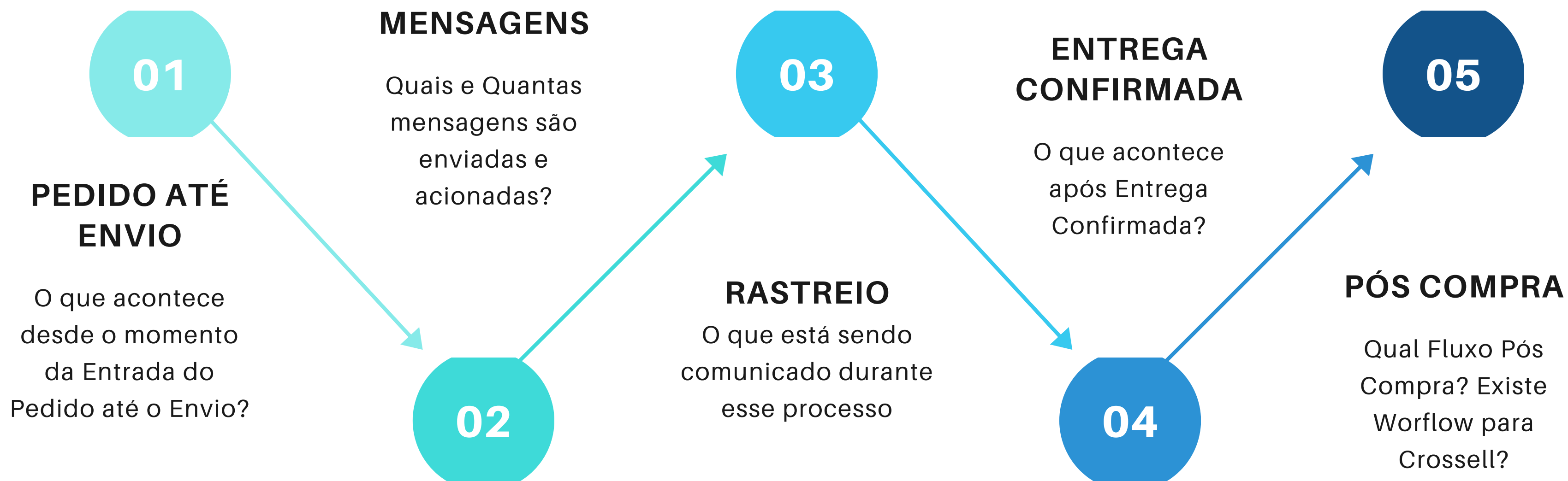


O que é Inside Commerce?

A etapa Inside Commerce é focado em analisar todas Oportunidades, Pontos Fortes e Pontos Fracos de um projeto, para com isso criar um Plano de Ação de Melhorias, trabalhando de Dentro para Fora do Projeto, e organizando a Casa para uma futura escala.



Fluxo do E-commerce





CAC & LTV

CLIENTES

Quantidade de
Clientes Novos e
Recorrentes

TICKET MÉDIO

Valor médio de
compra dos
Clientes Novos e
Recorrentes

PRODUTO

Tipo de produto
vendido para
Clientes Novos e
Clientes
Recorrentes

COMPRAS RECENTES

Quantidade de
Compras do
MESMO cliente
no Período x
Faturamento

CONCLUSÃO

Com esses dados
em mãos traga
intencionalidade
nas ações
comerciais:
Aquisição,
Retenção e
Fidelização





Estrutura do Site

01

QUALIDADE DOS BANNERS

Claro, Objetivo, Identidade visual, Oferta, CTA

02

ORGANIZAÇÃO DAS VITRINES HOME

Mais desejados, Melhores Ofertas, Novidades, Liquidação

03

POLÍTICAS DA LOJA

Deixar as “regras do jogo” clara, informações importantes e relevantes do ponto de vista do usuário

04

QUEM SOMOS

Apresentação da loja, dentro de uma perspectiva envolvente DSB

05

ESTRUTURA DE CATEGORIAS

Departamento, Categoria, Subcategoria, produto, priorização de acessos

06

QUANTIDADE DE ITENS CATEGORIAS

Sensação de “Prateleira cheia”

07

FILTROS

Maneira para facilitar a busca de produtos, categorias, preços, descontos, cores, modelos

08

LINKS COMPLEMENTARES NO RODAPÉ

Blogs, Dúvidas, Conteudos Informativos

09

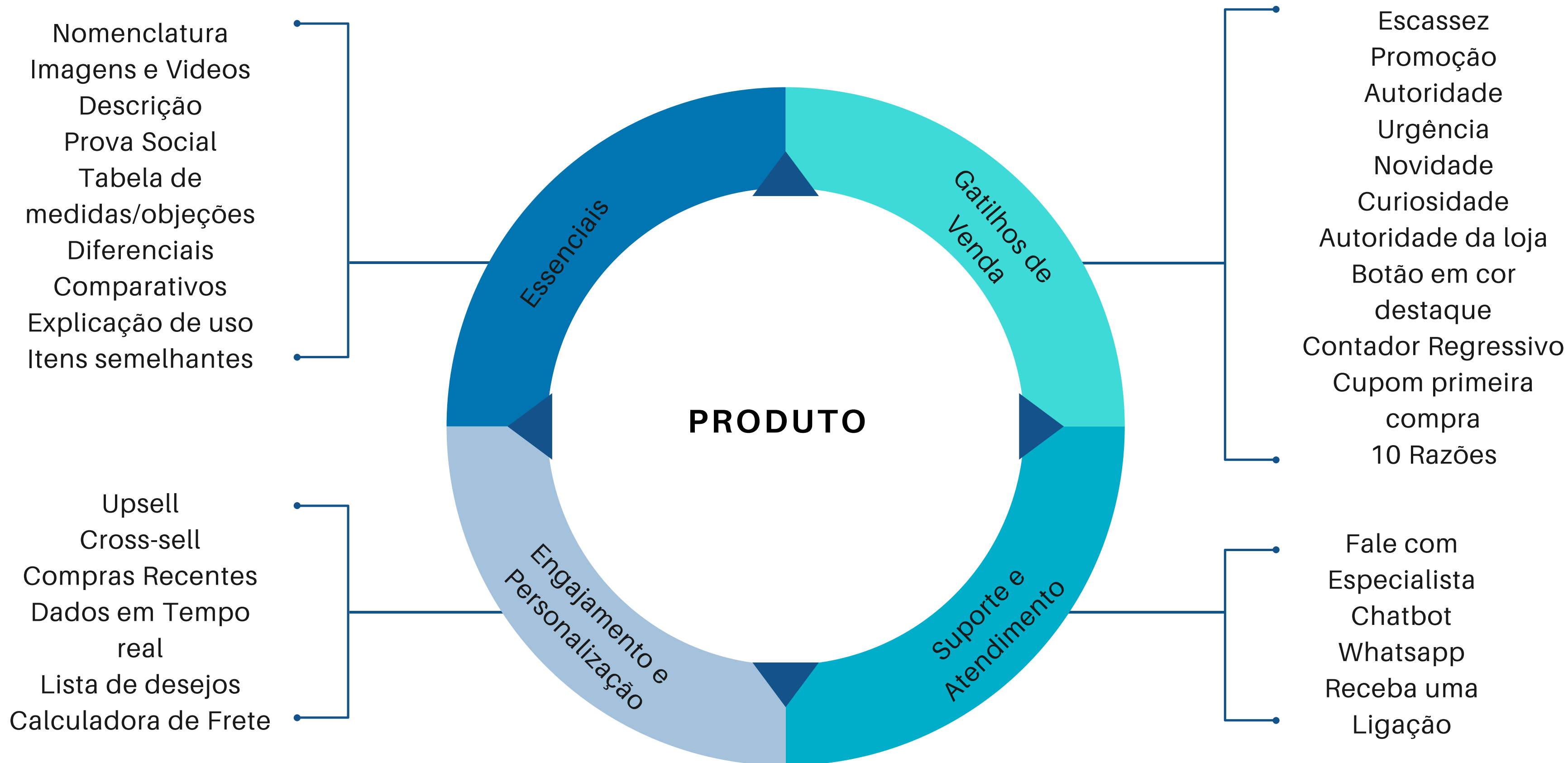
SELOS DE SEGURANÇA

Gerar credibilidade e confiança para a loja





Página de Produto





Produto

1

Principal
Categoria

2

Principal
Produto

3

Quais
Produtos
Curva ABC e
Seus
Diferenciais

4

Quais
Produtos
mais
Lucrativos?

5

Qual
Percentual
de
Faturamento
dos 5
Principais
Produtos?

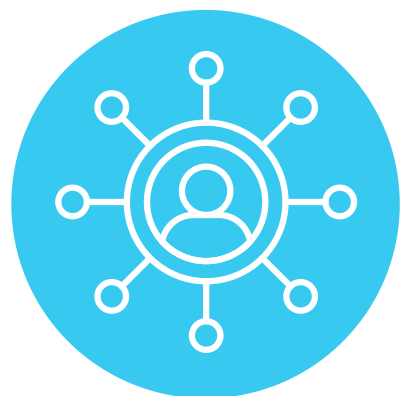
6

Qual ou
Quais
Produto Isca
e o Esteira?





Atendimento



Canais de Atendimento

- Quais canais de atendimento?
- Qual fluxo do atendimento?



Ferramentas

- Qual ferramenta de atendimento?
- Como está configurada a primeira camada de atendimento?



Desempenho do Atendimento

- Qual tempo de resposta inicial médio?
- Qual tempo médio de atendimento?



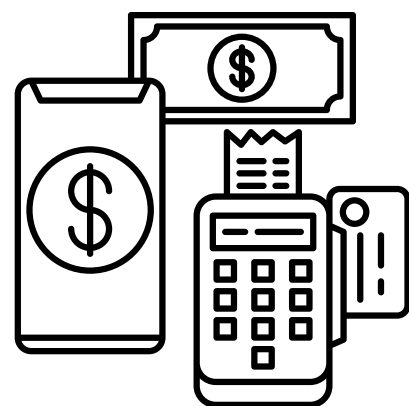
Análise e Estratégia

- Quais perguntas mais comuns?
- Qual horário com mais fluxo de atendimento?



Pagamento

Formas e Condições



Quais formas de pagamento?

Quais intermediadores de pagamento?

Quais condições de pagamento?

Qual incentivo para o pagamento à vista?

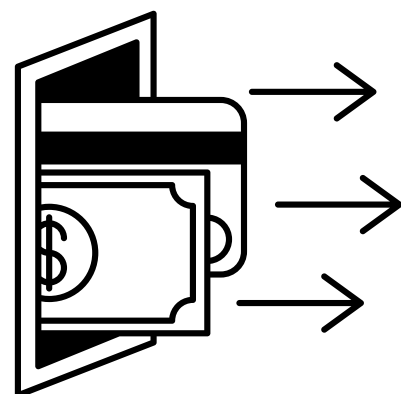


Preferências e Comportamento do Cliente

Qual porcentagem das formas de pagamento?

Qual porcentagem de parcelamento escolhido?

Recuperação



Qual estratégia para recuperar pagamentos abandonados?



Logística



Opções de Envio e Parceiros Logísticos

- Quais formas de envio?
- Quais são as empresas parceiras?



Custos e Prazos

- Qual porcentagem das formas de envio escolhidas?
- Quais custos médios de envio por região?
- Qual prazo médio por região?



Experiência de Recebimento

- Como é nossa embalagem?
- O que enviamos além do pedido?



Políticas de Pós-Venda

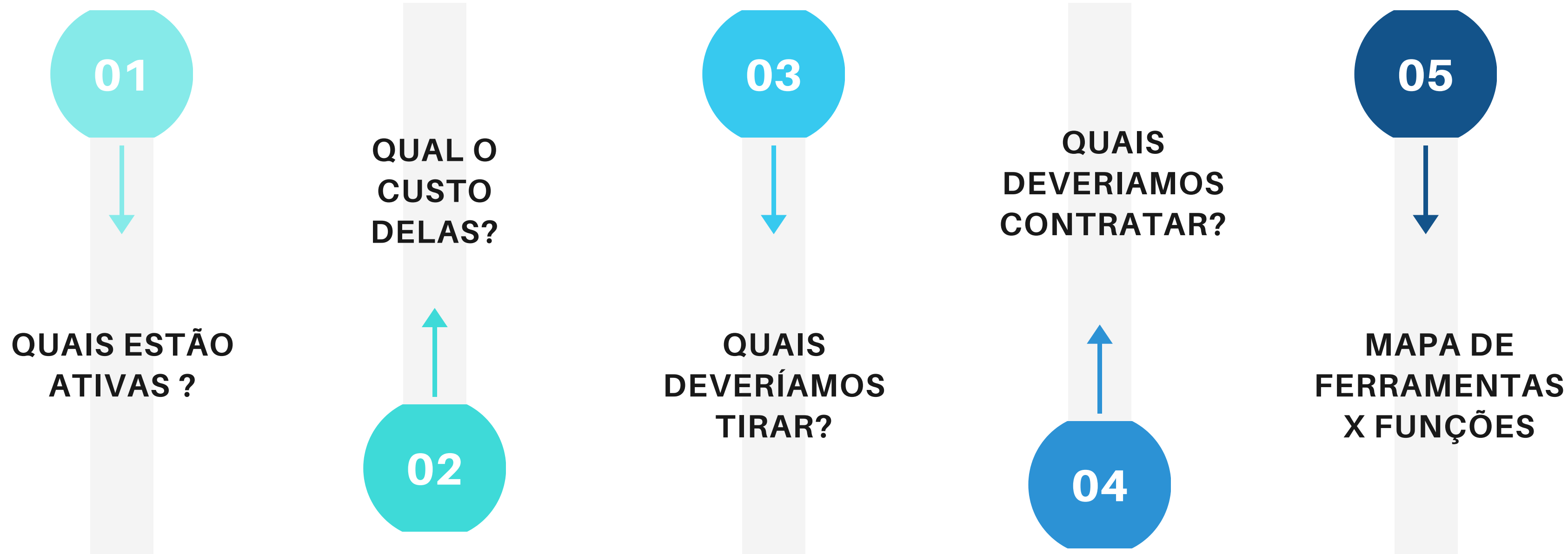
- Quais políticas de troca e devolução?
- Quais políticas de reembolso?





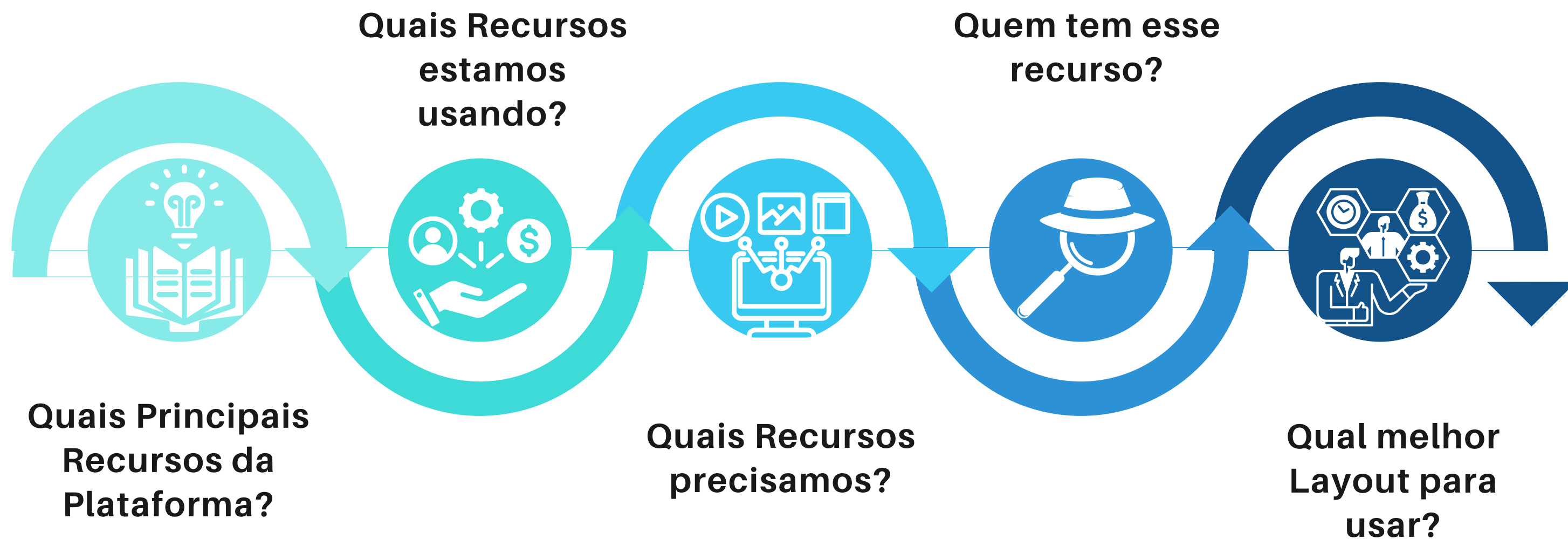


Ferramentas





Recursos Plataforma





PÓS VENDA

O QUE
FAZEMOS
HOJE ?

Identifique um
problema e
elabore o plano
de ação

O QUE
PODERÍAMOS
MELHORAR?

Implemente a
melhoria e
acompanhe o
resultado disso

QUAIS AS SUAS
REFERÊNCIAS?

Busque
referências do
seu segmento e
fora do seu
segmento para
inspiração

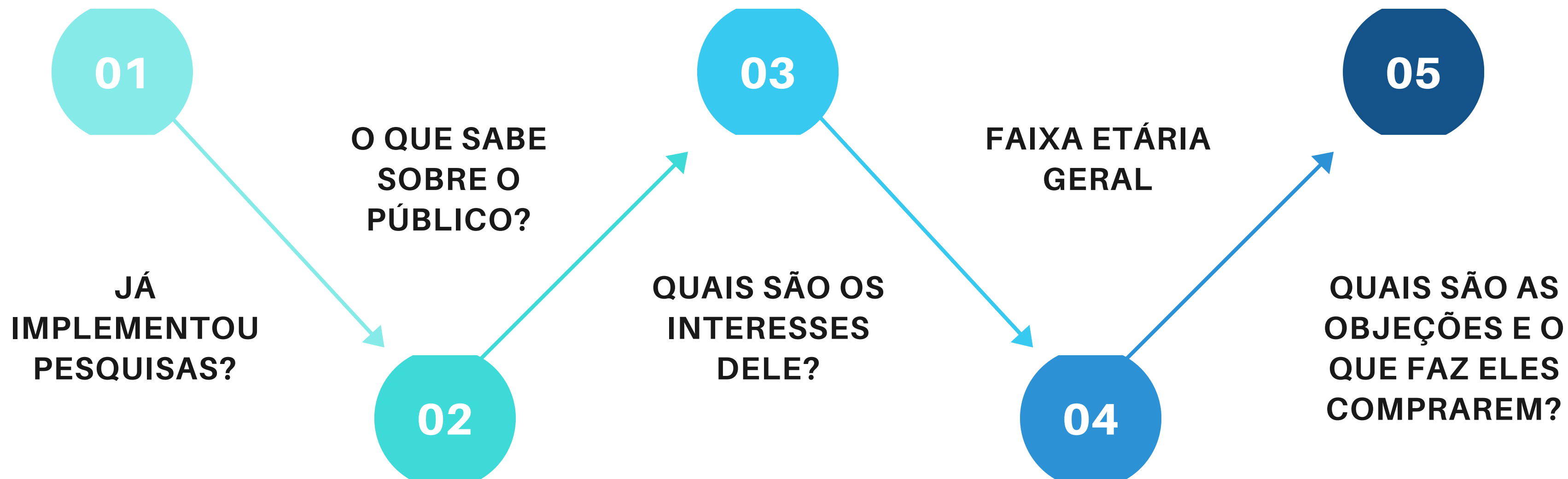
WORKFLOW
PÓS VENDA

Melhor forma de
acompanhar o
impacto do
trabalho
realizado e gerar
relacionamento
com o cliente





PÚBLICO





PESQUISAS ESTRATÉGICAS

1

MERCADO

2

VISITANTES SITE

Entenda a demanda o fluxo do site

3

ABANDONO SITE

4

COMPRADORES

Entenda as motivações de compra

5

PRODUTO

6

SEGUIDORES

Entenda sobre como gerar demanda e desejo

7

INCENTIVO DE PESQUISA

8

METODO DE APLICAÇÃO

Tenha sempre indicadores de sucesso



PLANEJAMENTO COMERCIAL

TENHA INTENCIONALIDADE NAS AÇÕES

Transmita as informações de forma eficaz



MAPEAR DATAS COMERCIAIS



PLANEJAMENTO DAS AÇÕES



AÇÕES POR TIPO DE PÚBLICO
(NOVO X RECORRENTE)



AÇÕES POR GATILHO





Raio-X de Concorrente

- Análise de Fluxo
- Análise de Sessões, Ticket e Faturamento
- Estrutura de site
- Página de Produto
- Canais
- Atendimento
- Formas de Pagamento
- Logística
- Estratégias de Produtos
- Ferramentas
- Recursos da Plataforma
- Pós-Venda

FLUXO DO E-COMMERCE

PÓS-VENDA

PAGAMENTO

LOGÍSTICA

CAC & LTV

PRODUTO

ESTRUTURA SITE

! RELEMBRANDO

FERRAMENTA

PÁGINA DE PRODUTO

**PLANEJAMENTO
COMERCIAL**

PÓS-VENDA

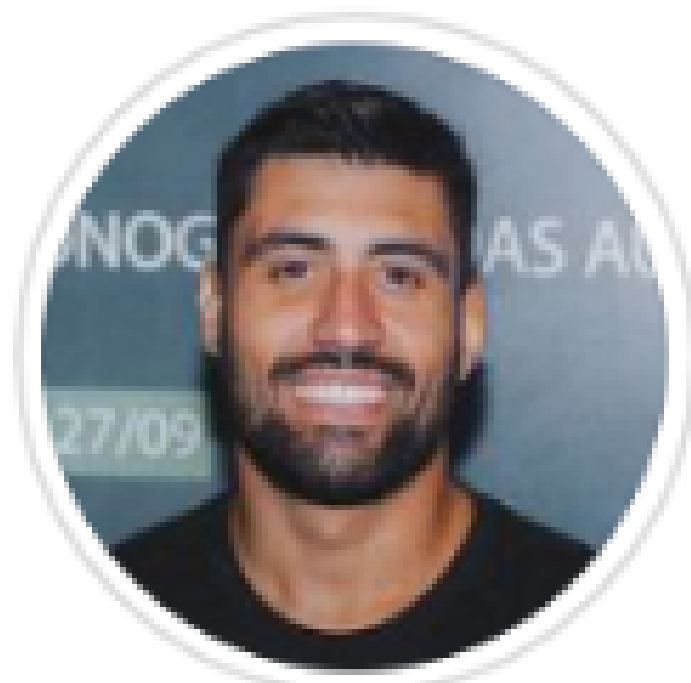
PÚBLICO

**RECURSOS DA
PLATAFORMA**

PESQUISAS

ATENDIMENTO

CONCORRENTES



Julio Martinez

@juba.martinez

- Let's Go Ads -

📊 Especialista e Consultor de Ecommerce

💻 @ecommercerocket

🔗 Negócios Encontrando o Cliente Certo

Obrigado, vamos juntos!

