



# Inside Commerce



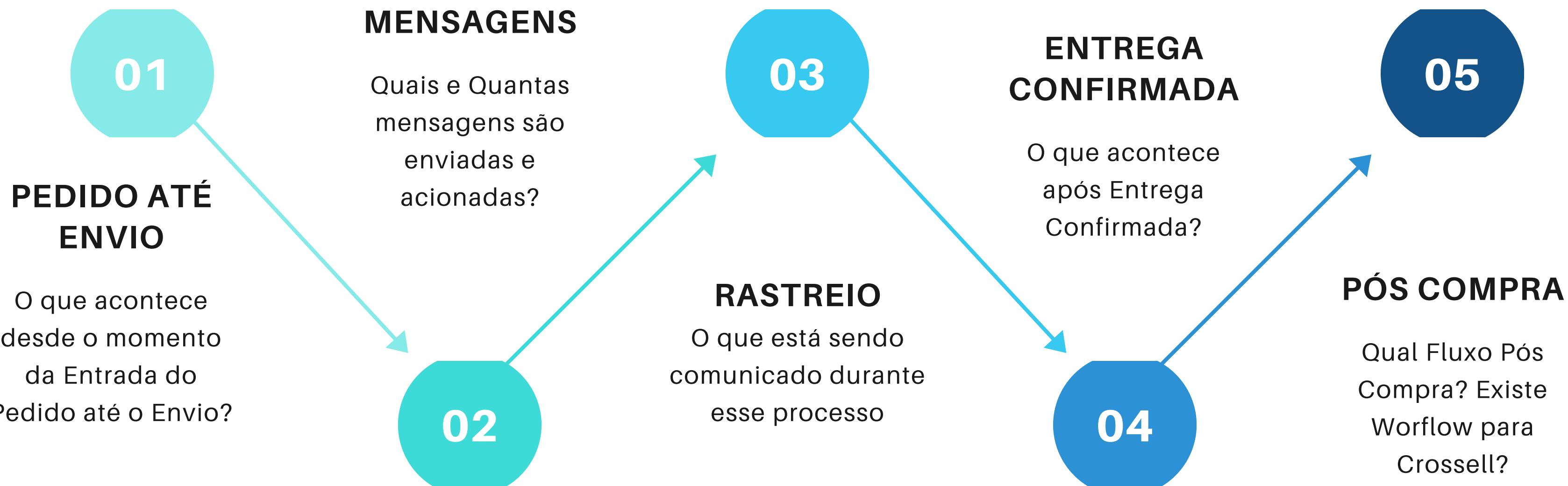


# O que é Inside Commerce?

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 intensionalidade 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

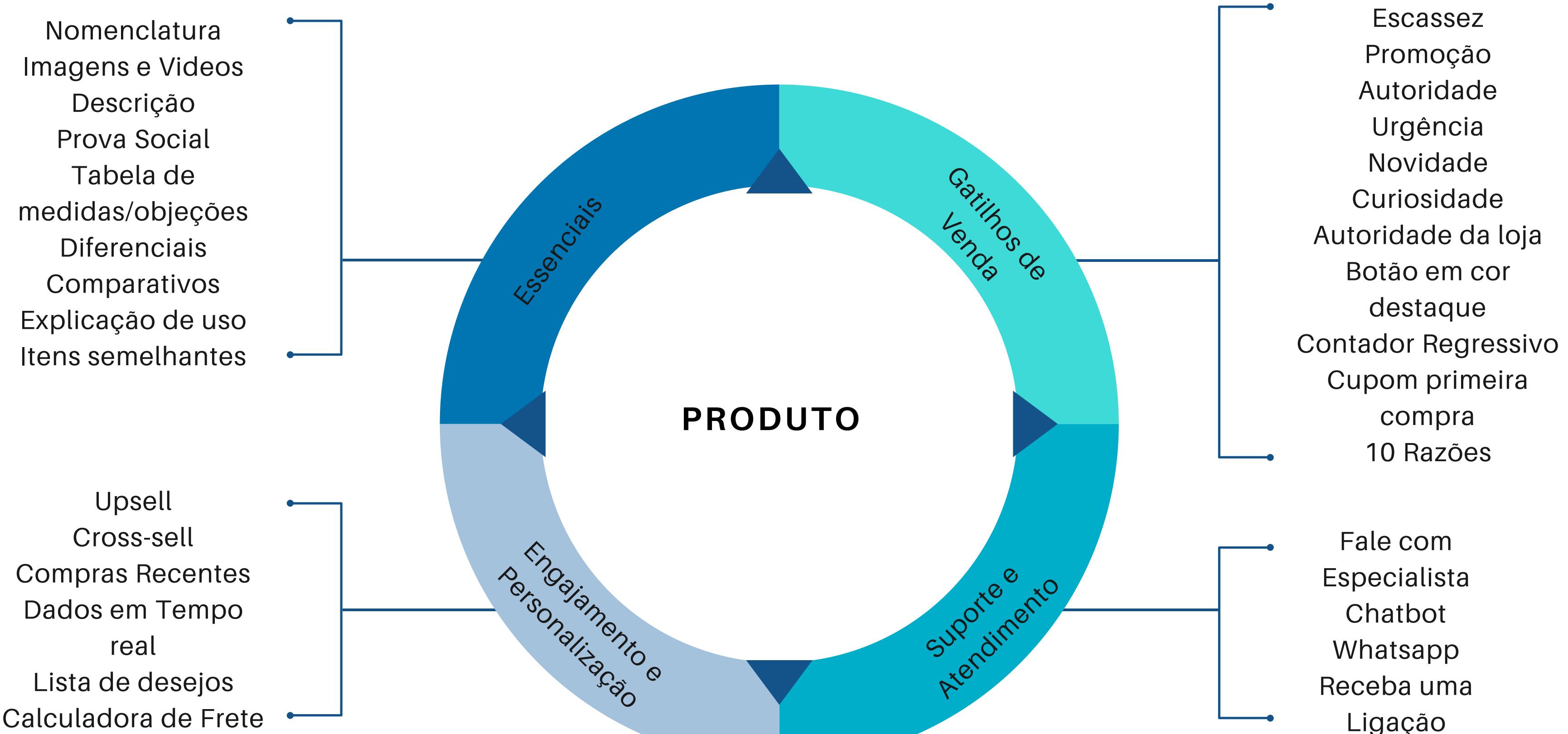
Blogs, Dúvidas, Conteudos Informativos

## 09 SELOS DE SEGURANÇA

Gerar credibilidade e confiança para a loja



# Página de Produto





Principal Categoria

1

Principal Produto

2

Quais  
Produtos  
Curva ABC e  
Seus  
Diferenciais

3

Quais  
Produtos  
mais  
Lucrativos?

4

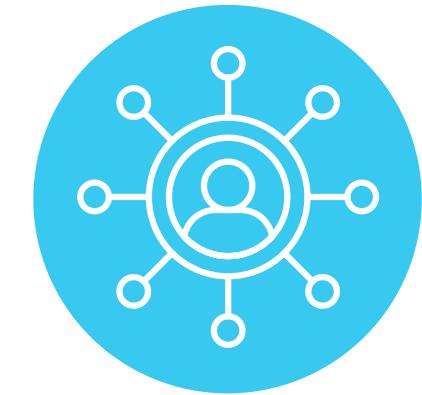
Qual  
Percentual  
de  
Faturamento  
dos 5  
Principais  
Produtos?

5

Qual ou  
Quais  
Produto Isca  
e o Esteira?

6

# Produto



## 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

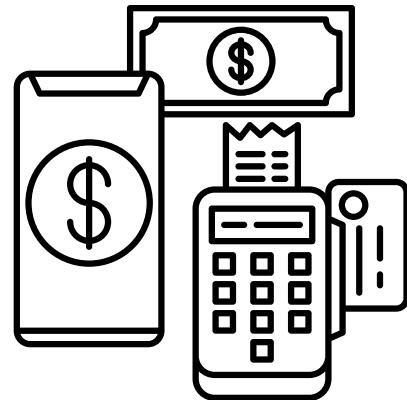
- Quais perguntas mais comuns?
- Qual horário com mais fluxo de atendimento?

# Atendimento



# Pagamento

## Formas e Condições

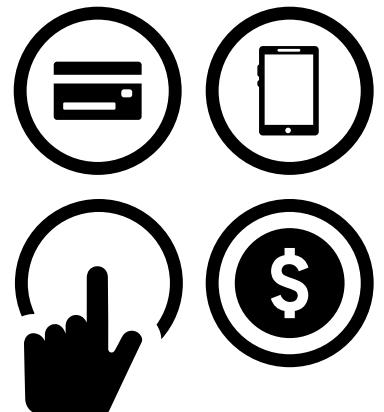


Quais formas de pagamento?

Quais intermediadores de pagamento?

Quais condições de pagamento?

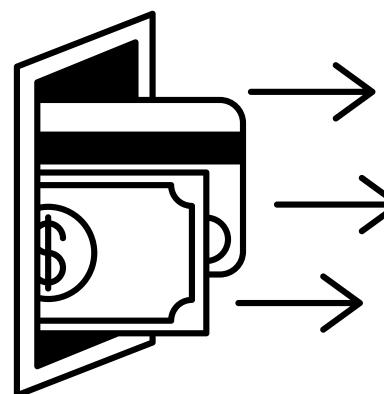
Qual incentivo para o pagamento à vista?



## Preferências e Comportamento do Cliente

Qual porcentagem das formas de pagamento?

Qual porcentagem de parcelamento escolhido?



## Recuperação

Qual estratégia para recuperar pagamentos abandonados?



## 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?

# Logística

FLUXO DO E-COMMERCE

ATENDIMENTO

CAC & LTV

ESTRUTURA SITE

PÁGINA DE PRODUTO

PAGAMENTO

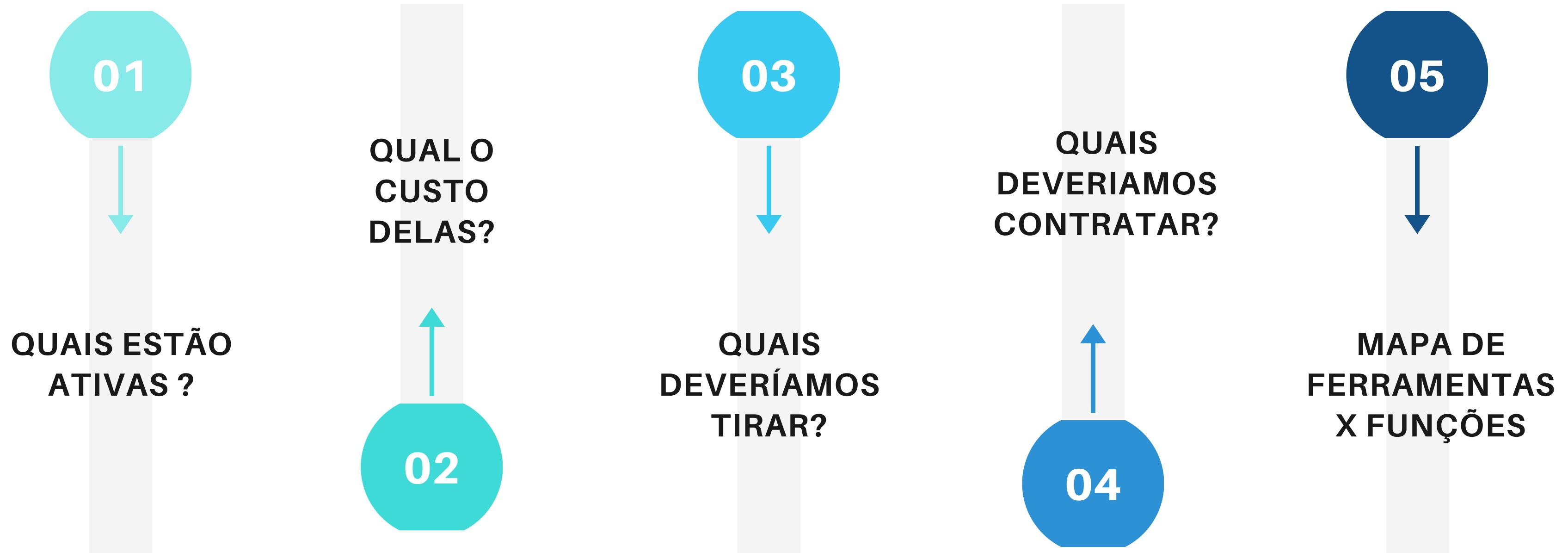
LOGÍSTICA

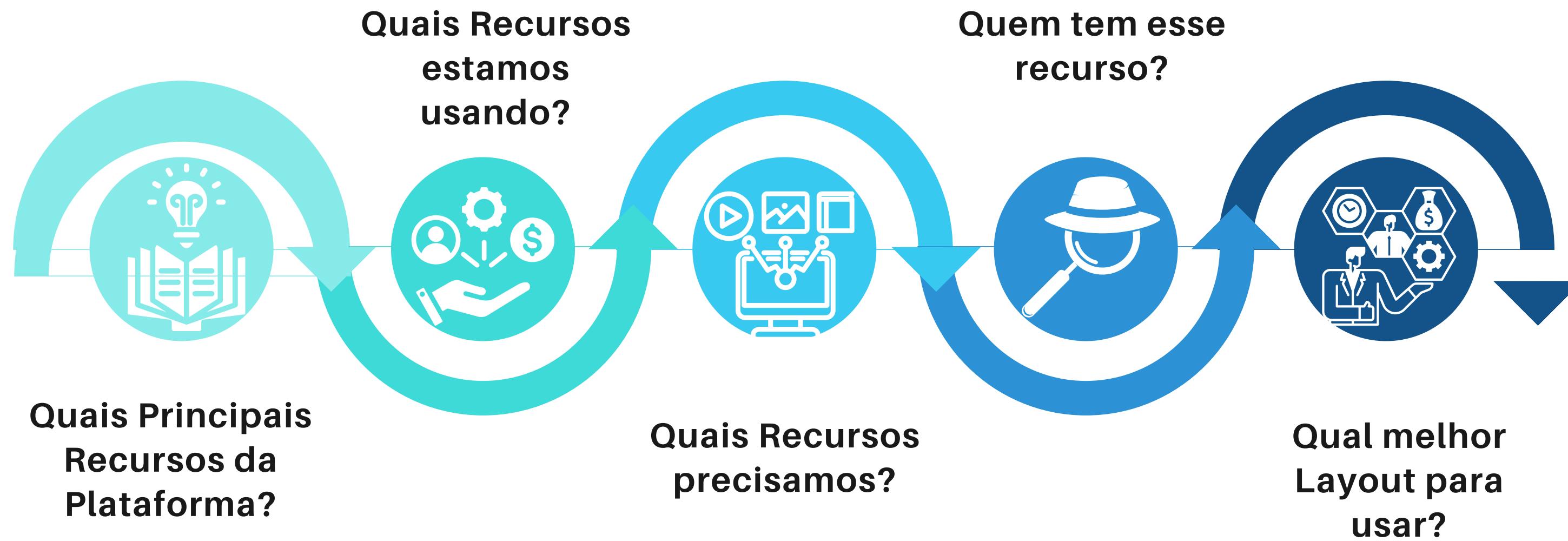
PRODUTO

RELEMBRANDO



# Ferramentas







# 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?

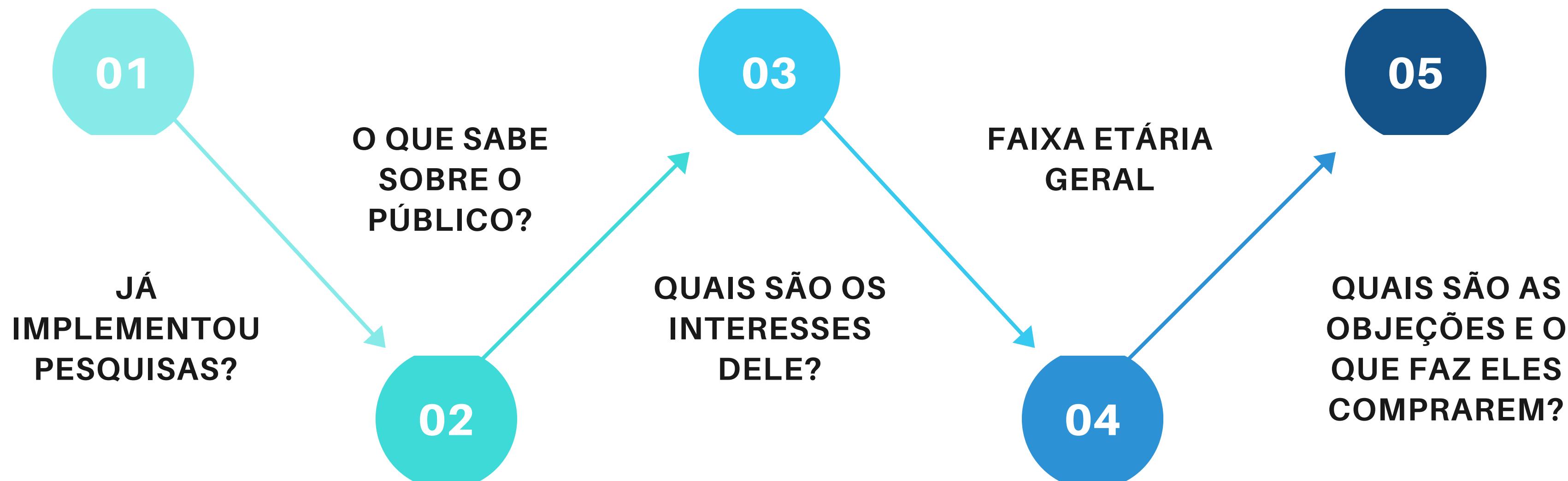
Busque referências do seu segmento e fora do seu segmento para inspiração

## WORKFLOW PÓS VENDA

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



# PÚBLICO





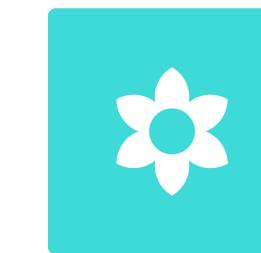
# PESQUISAS ESTRATÉGICAS



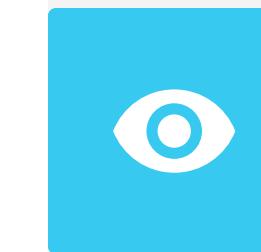
# PLANEJAMENTO COMERCIAL

**TENHA  
INTENCIONALIDADE  
NAS AÇÕES**

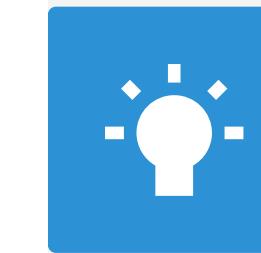
Transmita as informações de forma  
eficaz



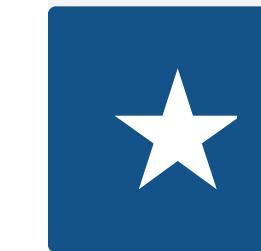
**MAPEAR DATAS COMERCIAIS**



**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

FERRAMENTA

PÁGINA DE PRODUTO

PLANEJAMENTO COMERCIAL

PÓS-VENDA

PÚBLICO

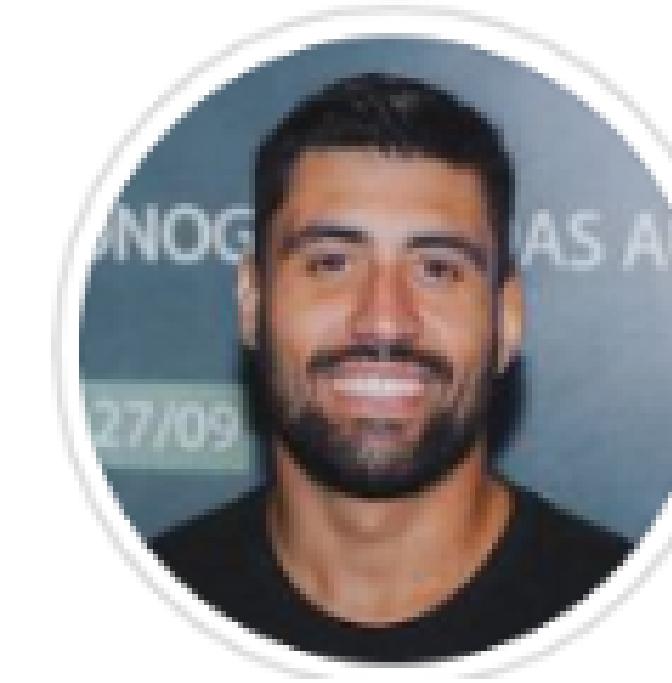
RECURSOS DA PLATAFORMA

PESQUISAS

ATENDIMENTO

CONCORRENTES





**Julio Martinez**

@ [juba.martinez](https://www.instagram.com/juba.martinez)

- Let's Go Ads -

📊 **Especialista e Consultor de Ecommerce**

💻 **@ecommercerocket**

🎯 **Negócios Encontrando o Cliente Certo**

# Obrigado, vamos juntos!