



Checklist Consultivo - Quanto meu Concorrente Fatura?

Roteiro Completo para descobrir o faturamento estimado do concorrente

▼ 1 - Introdução ao Checklist

Sou o Julio Martinez, Especialista e Consultor de ecommerce.

Responsável pela Consultoria da E-Commerce Rocket.

Ajudando empresas a venderem mais e melhor através das nossas vivências e conhecimentos, contribuindo para o desenvolvimento dos pilares mais importantes do negócio que trarão saúde e longevidade ao projeto.

Esse material foi elaborado com o intuito de reunir os insights mais valiosos sobre como descobrir o faturamento do concorrente.

1. Importância do Checklist:

- Identificação dos Concorrentes
- Coleta de Dados Públicos

- Análise de Preço e Volume de Vendas
- Análise de Crescimento
- Feedbacks dos Clientes e Reputação

2. Ferramentas Necessárias:

- Planilha de Excel ([Link da planilha](#)).
- Ferramentas de análise de métricas Semrush, Similar Web.
- Extensão no Navegador "Built With"
- SocialBlade
- Not Just Analytics

▼ **2 - Análise de Métricas**

1. Visitas Mês

- Análisar Semrush ou Similar Web
- Entender qual das plataformas trazem um número mais próximo a realidade do negócio
- Comparar com os números da sua loja
- Mapear quantidade de itens ou palavras chaves orgânicas

▼ **3 - Análise de Redes Sociais**

1. Análise de Redes Sociais e Engajamento:

- Acesse o Instagram da loja e navegue pelas publicações
- Com o Socialblade entenda como está o engajamento da loja
- Com o Not Just Analutics Entenda sobre as publicações mais engajadas e comentadas

▼ 4 - Análise de Site e Ofertas

1. Ticket Médio Estimado:

- Geralmente pela vitrine dos mais vendidos é possível estimar o ticket médio
- Mas geralmente o ticket do setor é muito parecido

▼ 5 - Análise de Concorrência Prática

1. Compras Teste:

- Realizar compras teste com intervalo de 7 dias realizando no mesmo horário
- Diferença do último número de pedido menos o primeiro, você terá a quantidade de pedidos realizados naquela semana
- Multiplicando por 4 você terá uma estimativa mês
- Analisar fluxo de Mensagens/Comunicação
- Analisar pontos fortes e fracos dos processos dessa loja
- Como melhorar o seu processo e comunicar isso para sua base

▼ 6 - MarketPlace

1. Pesquisa de Produtos Semelhantes:

- Analisar avaliações dos produtos (oportunidade de entender objeções dos usuários em relação aquele produto para gerar conteúdo de quebra de objeção)

▼ 7 - Plano de Ação

1. Definição de Objetivos:

- Estabelecer objetivos claros e prazos.
- Definir metas específicas para melhorar métricas ofensoras.

2. Execução e Monitoramento:

- Iniciar a execução das ações planejadas.
- Monitorar KPIs para ajustes necessários.
- Anotar aprendizados para criação de um banco de inteligência.

▼ 8 - Considerações Finais

1. Banco de Inteligência:

- Manter um banco de inteligência para futuras ações.
- Analisar aprendizados e resultados anteriores para otimizações.
- Ter ações de contingência

2. Alinhamento de Expectativas:

- Ter clareza sobre as empresas que estão no seu patamar de faturamento x inspiração
- Entender o que os grandes estão fazendo e partir desse princípio

3. Sempre Diretrizes

- O que será feito?
- Por quem será feito?
- Onde será feito?
- Qual prazo?
- Terá custo?