



O que aprendemos?

Os demais fornecedores são:

Precificação:

- Essa ferramenta toma uma operação grande, é focada para indústrias.
- Valida o preço dos concorrentes, dando maior informações de mercado.
- Não é obrigatório, é possível fazer esta pesquisa na internet.
- Ponto positivo: ganha escala e da competitividade para grandes operações.
- Ponto negativo: uso apenas para produtos com GTIN anunciados e mapeados.

Busca e Recomendação:

- Busca e vitrine com inteligência, semântica.
- Ponto positivo: faz com que o produto seja encontrado.
- Ponto negativo: é uma ferramenta cara, com custo por busca.

User Experience:

- Automatiza algumas frentes de Layout.
- Ajuda na análise de comportamento do usuário.
- Ponto positivo: faz o retrato real do comportamento do usuário.
- Ponto negativo: não faz as análises sozinha.

Teste A/B:

- Faz a comparação da performance de duas diferentes páginas.
- Tem certeza da melhor página.
- Ponto positivo: melhora a conversão da campanha.
- Ponto negativo: é caro e não garante resultado.

Personalização:

- Monta a vitrine de acordo com o perfil de cada usuário através de seu histórico.
- Apenas produtos ligados ao interesse do usuário.
- Ponto positivo: mostra a vitrine de acordo com o perfil do comprador.
- Ponto negativo: alto custo.

Avaliação:

- Avaliação do comprador de acordo com sua experiência de compra e produto.
- Aumenta a recompra.
- Ponto positivo: aumenta a credibilidade e confiança do produto.
- Ponto negativo: requer atenção e dedicação da equipe de atendimento.

SEO/SEM:

- A base do acesso no site, orgânico e pago.
- Controla o acesso da página.
- Ponto positivo: melhora o retorno sobre investimento.
- Ponto negativo: exige conhecimento profundo sobre o assunto.

Atendimento:

- Possível automatizar respostas prontas.
- Ter foco no pré e pós-venda.
- Ponto de contato com o cliente.
- Ponto positivo: gera relacionamento com o cliente
- Ponto negativo: automatização do atendimento pode afastar o cliente.

Email Marketing:

- Disparador de emails.
- Uma das principais fontes de vendas do marketing.
- Mantém a comunicação direta com o cliente.
- Ponto positivo: é uma mídia barata.
- Ponto negativo: ela é mal utilizada, é necessário se aprofundar mais.

CRM:

- Mídia de relacionamento.
- Segmenta os clientes e mapeia as necessidades e desejos do cliente.
- Ponto positivo: descobre o real conceito de relacionamento com o cliente.
- Ponto negativo: é uma ferramenta cara que exige bastante conhecimento sobre a empresa.

Foto e cadastro:

- Cadastrar o produto é a base do seu negócio.
- Da as informações completas do produto.
- Ponto positivo: substitui o papel do vendedor.
- Ponto negativo: é trabalhoso e gera custo.

Mobile:

- Potencializa a velocidade do carregamento de acesso do site.
- Mais de 50% do acesso são via Mobile.
- Ponto positivo: aumenta a performance de acesso no site.
- Ponto negativo: a maioria dos sites ainda não estão otimizados.

Agências de comunicação:

- Ajuda a desenvolver o Layout do site, a divulgar o seu negócio.
- Importante contratar agências especializadas no mercado de e-commerce.

- Ponto positivo: proporciona o dinamismo para o negócio.
- Ponto negativo: é preciso “pegar no pé” da agência e cobrar resultados.

Marketing:

- Aumenta a audiência, seguidores.
- Ponto positivo: é uma forma de ganhar mais clientes.
- Ponto negativo: requer muito conhecimento e utilização das ferramentas de marketing.