Primeiros socorros para recuperar seu e-commerce

*Por João Barcellos, sócio diretor da MundiPagg

16/09/2016 13:32:33

Os primeiros sinais de que seu e-commerce precisa de cuidados está na identificação da ausência de clientes e conseqüente queda nas vendas. A tentativa de sobrevivência inicia-se com a busca pela origem dessa “obstrução”, mas muitas vezes não se evolui no diagnóstico, e o negócio vai à falência – um medo frequente de todo pequeno e médio empresário. Para uma boa prevenção, segue uma lista que funciona como uma mala de primeiros socorros que não pode faltar na hora de detectar um problema no seu e-commerce:

1 – Cheque sua vitrine virtual

Nem sempre as pessoas entram no site sabendo exatamente o que vão comprar. Muitas vezes o usuário está buscando por categorias específicas e todos os itens daquela categoria devem estar bem separados. Uma loja de roupa, por exemplo, deve deixar bem evidente as seções de calças, blusas, acessórios, sapatos, etc. O importante aqui é não deixar o comprador com dúvidas, porque esse é um dos maiores vilões da conversão.

Também é importante uma boa fotografia do produto que permita o usuário olhar todos os detalhes, assim como uma descrição detalhada com informações relevantes, como tamanho, formato, material. Estes itens garantem a saúde do coração da loja, que é a vitrine.

2 – Mantenha o conceito da sua marca

Muitas vezes vemos lojas virtuais que não seguem as cores, temas e outros elementos presentes na construção da marca. Outras vezes, o espaço virtual destoa completamente do espaço físico. Casos assim podem confundir o usuário e fazer com que não se sinta seguro para comprar naquele ambiente.

Fixar a identidade da marca para o seu consumidor é muito importante. Para isso, é essencial que exista uma relação e uma apresentação consistente da mesma.

3 – Não se esqueça do Mobile

A compra em dispositivos móveis é uma tendência fortíssima, e se adaptar a isso é importante para se manter competitivo. Um levantamento realizado em 2015 mostra que 20% das compras feitas no país pela Internet foram concluídas em smartphones ou tablets.

Sendo assim, a sua empresa pode optar por um design responsivo (que se adapta aos diversos aparelhos e resoluções) ou desenvolver layouts específicos para cada plataforma. O importante aqui é não perder clientes pelo descuido de não estar em todos os lugares possíveis.

5 – Sistema de buscas completo

Nem sempre o usuário está com disposição e tempo para navegar por todas as páginas até encontrar um item específico. Nesse caso, é importante que o site possua uma ferramenta de busca em um lugar visível que ajude esses clientes, assim como um vendedor faria na loja.

O Instant Preview é um recurso legal para agilizar esse processo, garantindo a saúde total do site, já que ele exibe o resultado abaixo da barra de buscas conforme o comprador digita a palavra-chave.

6 – Checkout transparente

O ambiente de checkout é aquele que aparece quando o usuário vai finalizar a compra, isto é, quando os dados do cartão são preenchidos ou sugere a opção para gerar um boleto. Muitos meios de pagamento não disponibilizam um ambiente que se adeque ao visual da empresa e acabam redirecionando o usuário para uma outra página completamente diferente. Em muitos casos, isso acaba amedrontando o consumidor e fazendo com que ele desista da compra.

A utilização de um checkout transparente se adequa ao visual de cada loja e os dados do comprador são solicitados sobre a mesma tela da compra, aumentando a confiança do consumidor e agilizando o processo de conversão.

*João Barcellos é sócio diretor da MundiPagg, empresa com soluções de pagamento online, que possui a ferramenta de Checkout transparente para e-commerces, www.mundipagg.com.br