

cielo

E-book

Guia definitivo

para digitalizar
seu negócio



Sumário



Guia definitivo para digitalizar seu negócio	03
O momento de digitalizar seu negócio chegou	06
O que mudou com a pandemia?	08
Por que a digitalização veio para ficar?	10
10 razões para se tornar um negócio digital	12
O que esperar do seu novo consumidor	15
Quiz: seu negócio está pronto para ser digital?	18
Digitalização na prática: primeiros passos	22
O que é preciso para ter um site?	25
Como criar seu e-commerce	27
1. Verifique se pode usar o mesmo CNPJ	28
2. Escolha sua plataforma de e-commerce	28
3. Contrate o serviço de hospedagem	29
4. Registre seu domínio	30
5. Crie uma identidade visual	30
6. Capriche no catálogo de produtos	31
7. Configure o frete e os pagamentos	31
8. Garanta a segurança.....	32
Como vender online	34
Fique de olho nos requisitos legais para vender na internet ...	36
Como receber online	38
Como entregar os pedidos online	40
Como divulgar seu negócio na internet	42
Cielo é parceira na sua jornada digital	45





Guia definitivo para digitalizar seu negócio

Digitalizar seu negócio

não é só um passo necessário para se tornar mais competitivo, mas também uma **questão de sobrevivência**.

O que já foi um diferencial se **tornou obrigatório** para os negócios que querem prosperar e atravessar um dos períodos mais complexos da nossa história.

Enfrentamos uma pandemia, uma crise global gigantesca e transformações tão rápidas que fica difícil acompanhar.

Nesse cenário, **estar na internet não é mais opcional**, muito menos um luxo, mas uma obrigação de quem quer evoluir com o mercado e atender às necessidades do **novo consumidor**.

Não pense, contudo, que a digitalização é algo complicado, distante ou exclusivo dos “amantes da tecnologia”.

Todo empreendedor pode – e deve – aproveitar as oportunidades do mundo digital para **expandir suas vendas e agilizar sua gestão**.

E você não está sozinho!

Neste superguia, **vamos explicar em detalhes** como embarcar nessa jornada de **transformação digital** e trazer **seu negócio** para a nova realidade do mercado.



Veja só

quais são os capítulos

que vamos abordar a partir de agora:

- O momento de digitalizar seu negócio chegou
- Por que a digitalização veio para ficar?
- 10 razões para se tornar um negócio digital
- O que esperar do seu novo consumidor
- Quiz: seu negócio está pronto para ser digital?
- Digitalização na prática: primeiros passos
- O que é preciso para ter um site?
- Como criar seu e-commerce
- Como vender online
- Como receber online
- Como entregar os pedidos online
- Como divulgar seu negócio na internet
- Relembrando: por onde começar a digitalização?
- Cielo é parceira na sua jornada digital.



Leia com atenção e dê os **primeiros passos** para posicionar seu negócio na **Era da Internet**.

O momento de **digitalizar seu negócio** chegou

Se você ainda não tem um **plano para digitalizar seu negócio**, precisa priorizar esse assunto para ontem.

Não se trata de uma tendência passageira ou um capricho, mas de uma **nova realidade** que se impõe sobre o mercado e atinge todas as empresas.

É fato: quem não aderir às **estratégias digitais** e manter seu negócio somente no mundo off-line pode ficar para trás.

E temos várias evidências que comprovam essa afirmação:

- O **Brasil** já conta com mais de **134 milhões de pessoas online**. ([Cetic.br](#))
- **80% das vendas** corporativas serão **100% digitais até 2025**. ([Gartner](#))
- As empresas líderes em **maturidade digital** no Brasil alcançam uma taxa de **crescimento** do EBITDA (lucros antes de juros, impostos, depreciação e amortização) até **3 vezes maior** que as demais empresas. ([McKinsey](#))
- O **comércio digital** bateu **recorde de vendas** com mais de R\$ 53 bilhões movimentados no país. ([Ebit](#) | [Nielsen](#))
- O **e-commerce brasileiro** já tem quase **43 milhões** de consumidores únicos. ([Opinion Box](#), [Compre & Confie](#) | [Neotrust](#), [Clearsale](#) e [Aftersale](#))
- **51% das micro ou pequena empresas (MPEs)** acreditam que as **vendas** pelas **redes sociais têm maior potencial de expansão** do que as vendas tradicionais. ([Sebrae](#))

São motivos suficientes para agilizar a **digitalização da sua empresa** e pegar carona no crescimento dos negócios online.

Mas, afinal, o que significa “digitalizar um negócio”?

Definitivamente, **não estamos falando** de aderir a **inovações tecnológicas complexas** que tornam a gestão ainda mais complicada.

Na verdade, a **transformação digital** das organizações **é algo mais simples**: criar **novos modelos de negócios** baseados no meio digital e tornar os **processos** da empresa **mais ágeis e inteligentes**.

Para o pequeno e médio empreendedor, boa parte da digitalização está concentrada na **expansão das vendas, atendimento e marketing para a internet**.

O empresário ganha um **novo e poderoso** canal de venda no **e-commerce**.

Ao mesmo tempo, consegue usar **ferramentas digitais** para organizar melhor suas **rotinas**, focar nas necessidades dos **clientes** e tomar decisões mais certas com base em **dados** reais.

Isso é **ser digital**, independentemente do porte e segmento da empresa.

E claro que o foco está nas vendas online, que vêm crescendo exponencialmente nos últimos anos e **ganharam ainda mais força com a pandemia** do Coronavírus.

Na Black Friday 2020, por exemplo, as lojas físicas tiveram queda de -15,8% em comparação a 2019. No entanto, em relação ao e-commerce, a comparação mostra crescimento de 32,1%. (Cielo | ICVA - Índice Cielo do Varejo Ampliado*).

Isso não quer dizer que as lojas físicas perderam a importância. Mas adotar um modelo híbrido – aliando a força do canal de vendas presencial ao potencial dos meios digitais – é essencial para quem deseja ter sucesso nos novos tempos.

* Comparação entre o período de 26 a 30/11/2020 vs período de 28/11 a 02/12/2019.

O que mudou com a pandemia?

A **pandemia** do Coronavírus teve um impacto profundo na economia global e **acelerou as mudanças** digitais que já estavam em curso antes da crise.

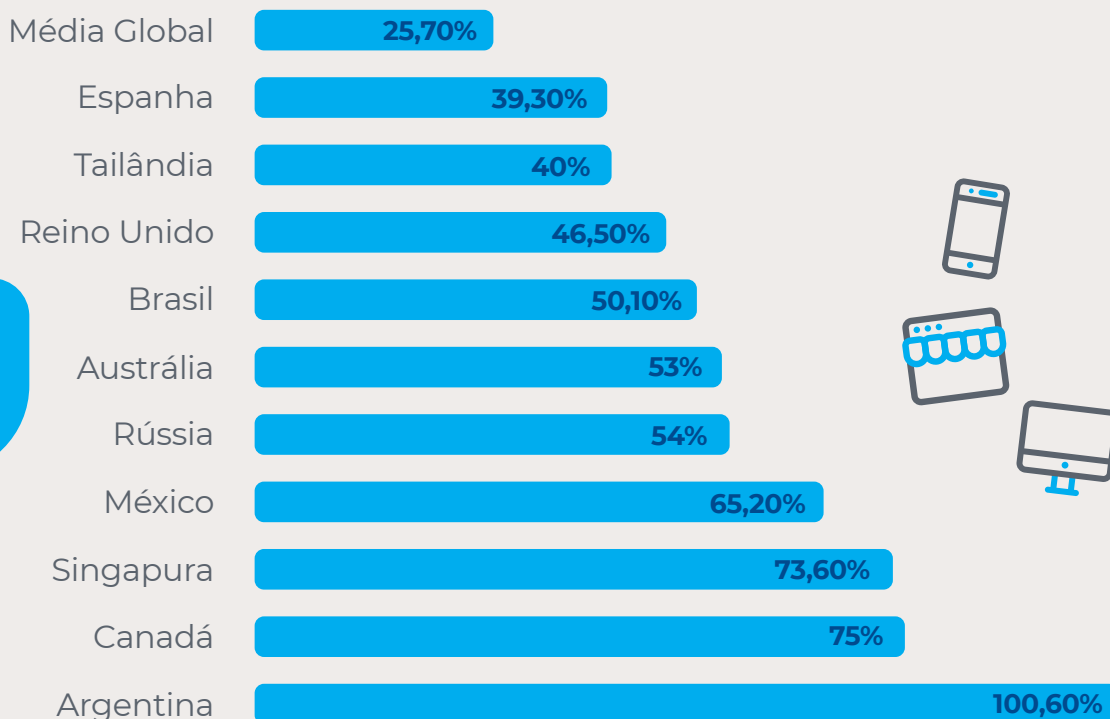
De uma hora para outra, as empresas tiveram que migrar para o **home office**, as vendas se concentraram no **delivery e na internet** e os clientes passaram a priorizar o distanciamento social em seus **hábitos de consumo**.

Com isso, o digital recebeu um impulso sem precedentes, que resultou nas estatísticas a seguir:

- Mesmo com a crise gerada pela pandemia, o e-commerce apresentou crescimento de 21,2% na sexta-feira de Black Friday (Cielo | ICVA - Índice Cielo do Varejo Ampliado).
- **13 milhões** de consumidores fizeram sua **primeira compra online** durante a pandemia do Coronavírus, dos quais 83% pretendem continuar comprando na internet ([Ebit|Nielsen](#)).
- As vendas do **comércio eletrônico cresceram 41%** no primeiro ano de pandemia, com um faturamento de R\$ 87,4 bilhões ([Ebit|Nielsen](#)).
- O Brasil ficou em **5º lugar no ranking dos 10 países** que tiveram o **maior crescimento do e-commerce** durante a pandemia ([eMarketer](#), em inglês).
- Os gastos com apps de **delivery cresceram 149%** ([Mobills](#)).
- **47% dos brasileiros** aumentaram suas **compras online** no período da crise ([Ipsos](#)).
- **87,5% das empresas** brasileiras **aceleraram sua transformação digital** na pandemia, incluindo ações como implementação do trabalho remoto, aumento das **vendas online** e investimentos em **segurança da informação** ([DT Index](#)).



países, ranqueados pelo **crescimento do varejo eletrônico em 2020**



Além disso, a **crise fez** com que **negócios tradicionalmente offline** apostassem na criatividade para **digitalizar suas vendas**.

Foi o caso das **academias**, que sobreviveram com **aplicativos de exercícios** físicos e aulas online, enquanto os **supermercados e restaurantes** aderiram em massa ao **delivery**.

A mobilidade, a personalização e a expansão dos mercados estão entre as dez principais tendências globais de consumo apontadas em recente [pesquisa da Euromonitor International](#), ganhando ainda mais força com a transformação provocada pela Covid-19.

Então, fica claro que a **pandemia foi um grande propulsor da digitalização** no mercado – e que este será completamente diferente após a **reabertura econômica**.



Por que a **digitalização** veio para ficar?

A **digitalização** foi necessária para a **sobrevivência dos negócios** durante a pandemia, mas não há volta do ponto em que chegamos.

Isso porque tanto as empresas quanto os consumidores perceberam que a **internet traz muito mais benefícios** para as relações comerciais e, por isso, incorporaram esse modelo ao seu dia a dia.

Uma prova é que **74% dos consumidores já preferem comprar online** em vez de terem que ir até uma loja física, conforme levantamento da NZM Intelligence, publicado no E-commerce Brasil.

Mesmo **entre os que compram no varejo tradicional, 97% buscam informações** sobre os produtos e serviços **na internet** antes de visitar o ponto de venda, segundo um levantamento da CNDL/SPC Brasil, [divulgado no E-commerce Brasil](#).

Ou seja: a internet não é importante apenas para quem possui um e-commerce, mas também para todos os lojistas que querem ampliar suas vendas, seja no ambiente físico ou no digital.



Afinal, a **jornada de compra começa** cada vez mais pela **internet**.

Além disso, é fácil perceber como a **digitalização veio para ficar** quando você observa a rápida evolução das lojas virtuais.

Hoje, nós temos processos de **entrega** cada vez mais ágeis, uma qualidade de **atendimento** superior e recursos inovadores para melhorar a **experiência de compra online**.

Há poucos anos, o **e-commerce** ainda dava seus primeiros passos e a desconfiança do consumidor era grande, principalmente em relação aos **meios de pagamento e ao frete**.

Agora, você já pode experimentar uma **roupa em um provador virtual**, tirar todas as suas **dúvidas sobre os produtos** com um **chatbot** (robô de conversação) e receber **recomendações personalizadas** em lojas que utilizam inteligência artificial.

Ao mesmo tempo, as **lojas físicas tradicionais** se **consolidaram no e-commerce**, provando que esse movimento de digitalização é mesmo o futuro do mercado.



10 razões para se tornar um negócio digital

Não faltam razões para **apostar na digitalização do seu negócio** e seguir a tendência atual.

Veja algumas vantagens que só o comércio online tem:

- 1** Seu negócio fica disponível **24 horas, 7 dias por semana**, e não somente em horário comercial.
- 2** Você consegue **alcançar pessoas em qualquer lugar do Brasil e do mundo**, sem limites geográficos.
- 3** Seu cliente tem mobilidade total para **comprar a qualquer hora e lugar**.
- 4** Você tem uma **estrutura de custos enxuta**, já que não é preciso investir em grandes espaços físicos, equipamentos e equipes para vender online.
- 5** Você pode **integrar as vendas online e off-line** para o desenvolvimento de uma estratégia [omnichannel](#) (multicanal).
- 6** Seu negócio ganha maior **escalabilidade**, pois é possível aumentar exponencialmente as vendas sem alterar os custos da operação na mesma proporção.

7

Você tem inúmeras **oportunidades** de divulgação com o **marketing digital**.

8

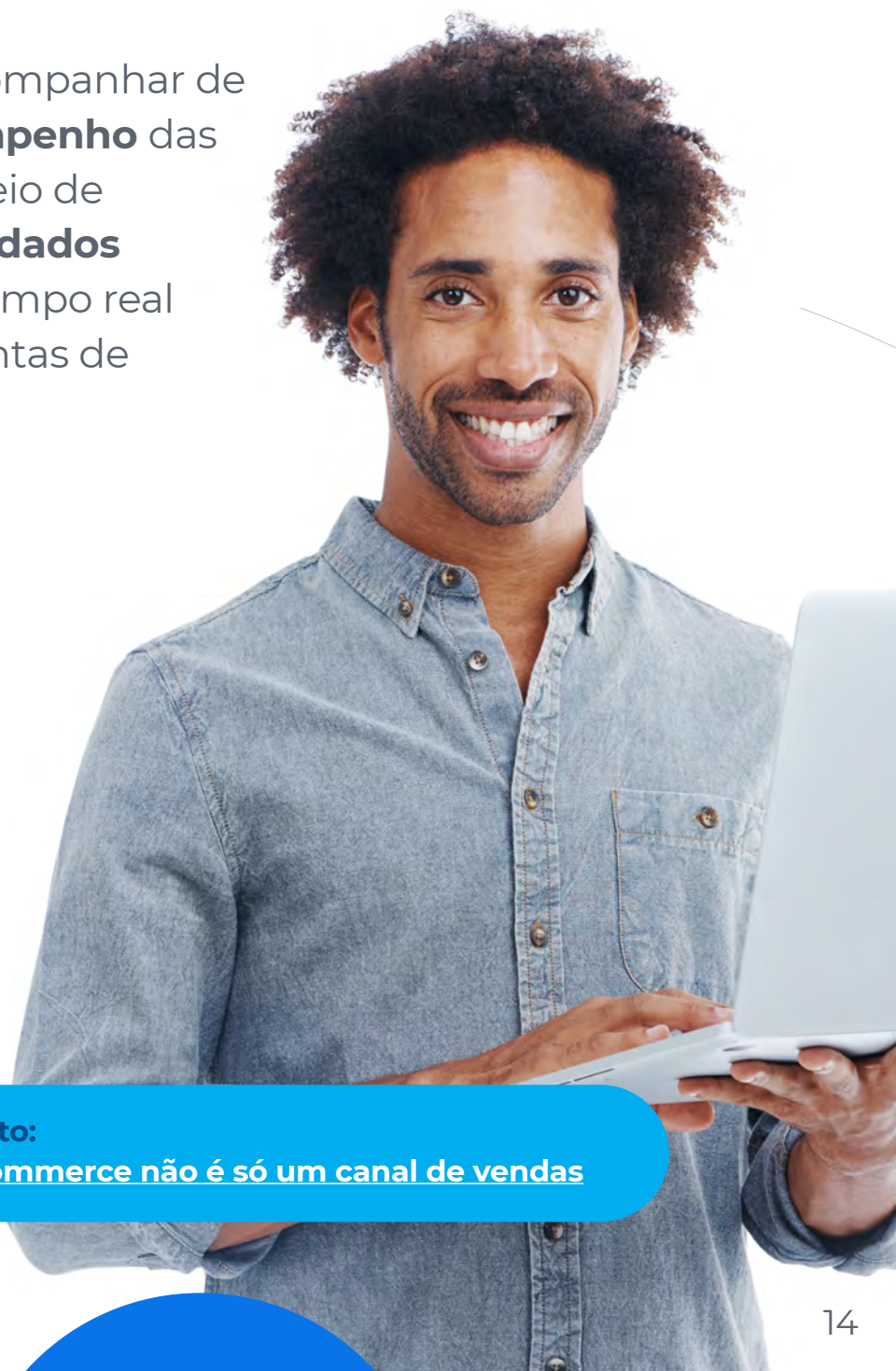
Você tem maior **proximidade com o consumidor** e facilidade para reter e fidelizar clientes.

9

Você tem acesso a **dados** sobre o perfil dos seus **clientes** e consegue segmentar sua comunicação.

10

Você pode acompanhar de perto o **desempenho** das vendas por meio de **estatísticas e dados** gerados em tempo real pelas ferramentas de *analytics*.



Curso online gratuito:

Entenda que o e-commerce não é só um canal de vendas

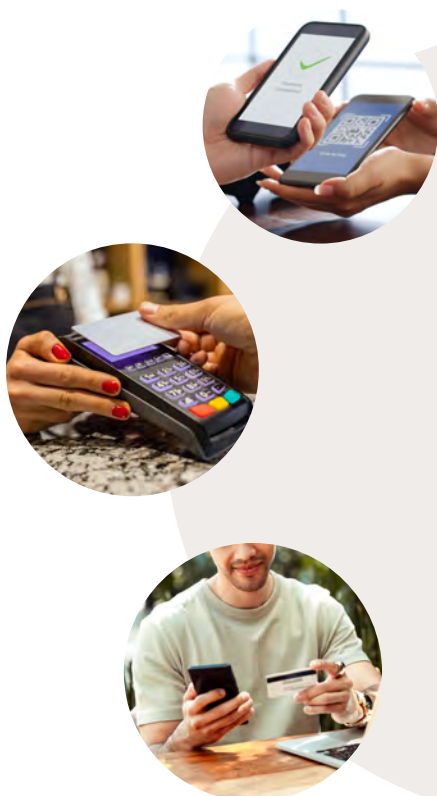


O que esperar do seu **novo consumidor**

O **consumidor pós-pandemia não é mais o mesmo** – e o digital tem um papel decisivo nessa transformação.

Com a experiência do distanciamento social, as pessoas passaram mais tempo em casa e vivenciaram uma verdadeira **imersão nas mídias digitais**.

Como resultado, mesmo quem não tinha afinidade com a tecnologia passou a **utilizar sites e apps** para tudo no dia a dia.



Segundo o estudo Visa COVID-19 Consumer Sentiment, [publicado no Estadão](#), **78% dos consumidores estão dispostos a usar novas formas de pagamento como carteiras digitais**, pagamentos por aproximação, através de apps e acessórios inteligentes.

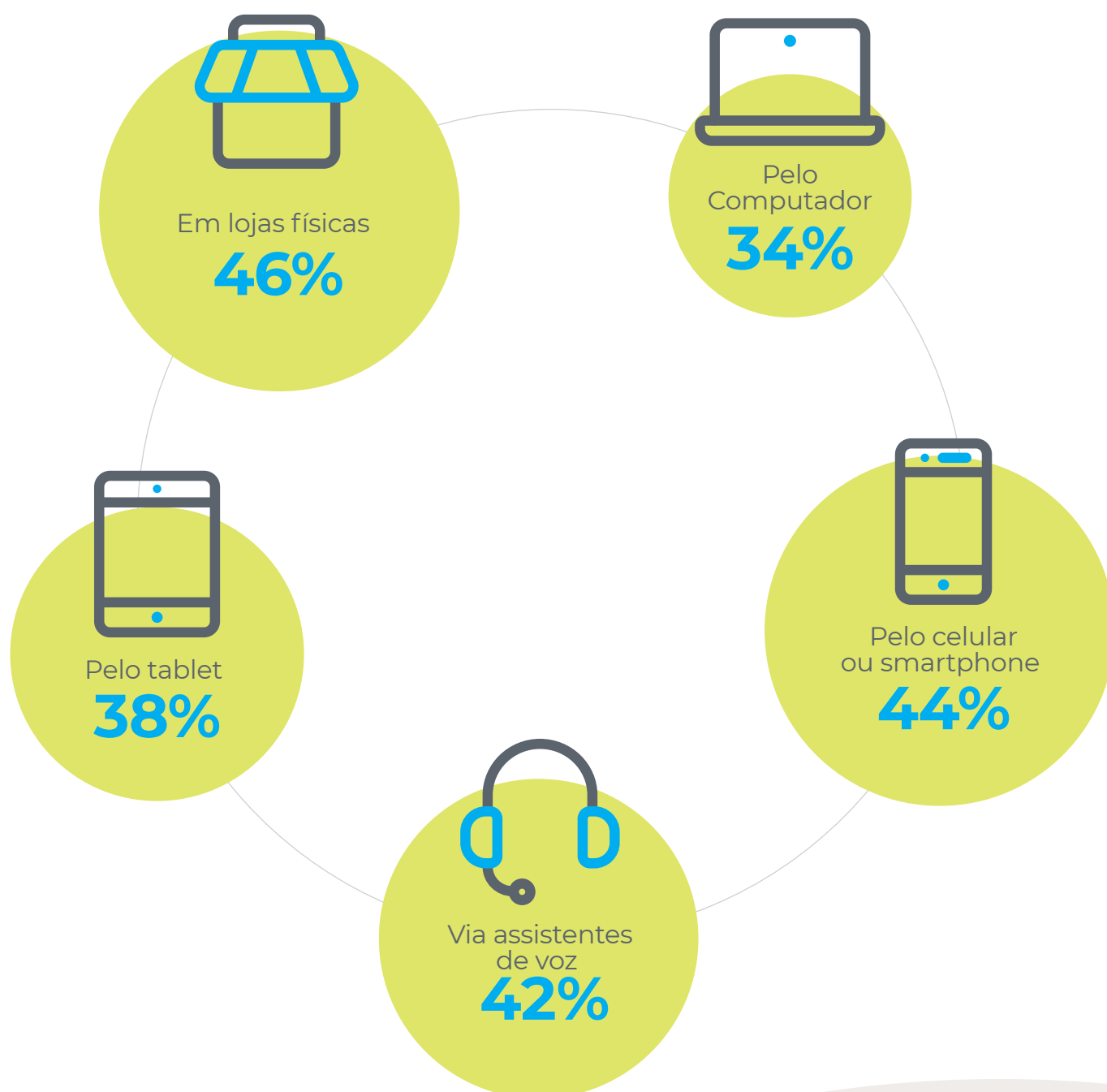
Além disso, a crise despertou valores humanitários e fortaleceu ainda mais as tendências de **consumo consciente e sustentável**.

De acordo com um [relatório \(em inglês\) do Fórum Econômico Mundial](#) sobre o **novo perfil do consumidor** pós-pandemia, estas são as principais características do público:

- As **compras em lojas físicas estão quase se equiparando às compras feitas por meio de dispositivos móveis** em todo o mundo, seguidas pelas compras por computador, tablet e assistentes de voz.
- Os consumidores estão **menos fiéis às marcas**, pois **75% deles aceitaram novas experiências** – o que pode ser explicado pelo acesso amplo às opções do mercado e pela possibilidade de comparar marcas em tempo real pela internet.

- Entre as tendências de consumo, estão os **produtos mais saudáveis, sustentáveis e socialmente responsáveis**.

Perfil de compras do consumidor



Curso online gratuito:
[Como encontrar seu cliente na internet](#)

**Quiz: seu negócio
está pronto para
ser digital?**

Será que seu negócio está pronto para ser digital ou ainda há um longo caminho pela frente?

Responda às perguntas do nosso Quiz e **descubra** agora:

1. Em relação à evolução dos canais de venda, escolha o estágio que mais combina com o seu negócio atualmente:

- A. Vendo somente na loja física e ainda não utilizo nenhum canal digital (site, WhatsApp, redes sociais, etc.).
- B. Vendo principalmente na loja física, mas comecei a utilizar o WhatsApp para fechar algumas vendas.
- C. Já vendo pela loja física e WhatsApp, e estou considerando abrir uma loja virtual e/ou vender por redes sociais, como Facebook e Instagram.
- D. Vendo por vários canais digitais, como loja virtual, WhatsApp, Facebook, Instagram e o que mais surgir de oportunidade para expandir minha loja física.

2. Selecione a opção que melhor reflete seus métodos de gestão atualmente:

- A. Anoto o necessário no dia a dia para fazer a contabilidade, usando principalmente planilhas de Excel – e, às vezes, ainda sai algo com papel e caneta.
- B. Uso alguns modelos de planilhas prontos baixados da internet para registrar as vendas, receitas e despesas da empresa.
- C. Utilizo um sistema de gestão que comprei há algum tempo e outras ferramentas avulsas. Não é dos mais intuitivos e já apresentou alguns problemas, e é difícil integrar os programas.
- D. Adotei um app de gestão 100% online que oferece todos os recursos de que preciso para gerenciar vendas, controlar o fluxo de caixa, emitir notas fiscais, etc.

3. Em relação aos meios de pagamento, qual dessas opções traduz o momento do seu negócio?

- A. Prefiro utilizar os meios de pagamento tradicionais: dinheiro, cheque e cartão de débito/crédito na maquininha da loja.
- B. Vendo pelo WhatsApp e recebo pagamentos dos meus clientes por transferência bancária (estou começando a usar o Pix no lugar do TED e DOC).
- C. Vendo pelo WhatsApp e por loja virtual, então já utilizo um sistema online que me permite enviar links de pagamento para os clientes com os principais métodos do mercado (cartões, Pix, transferências, boleto bancário, etc.). Além disso, estou considerando usar o novo WhatsApp Pay.
- D. Gosto de acompanhar as novidades em meios de pagamento e já aceito pagamento por QR Code com carteiras digitais, Pix, WhatsApp Pay e pagamento por aproximação, além de usar links de pagamento em apps e redes sociais.

4. Como você controla o dinheiro da sua empresa hoje?

- A. Tenho uma conta corrente para pessoa jurídica em um banco tradicional há muitos anos e só uso para acompanhar o extrato e enviar as informações à contabilidade.
- B. Controlo a conta bancária da minha empresa pelo internet banking e aplicativo do banco, mas nem sempre consigo resolver tudo pela internet.
- C. Não piso em uma agência bancária há muito tempo, pois consigo resolver todas as minhas demandas pelo internet banking e app do banco. Mas ainda preciso do gerente para tirar algumas dúvidas e pago taxa de manutenção.
- D. Não preciso mais dos bancos tradicionais, pois já tenho uma conta digital sem anuidade, com cartão grátis e recursos para gestão do meu negócio.

5. Como você avalia o desempenho do seu negócio e decide o que precisa ser mudado?

- A. Vejo como anda o faturamento e penso em medidas para melhorar a situação, mas a maior parte das decisões partem da minha intuição e experiência.
- B. Acompanho o noticiário econômico e peço ajuda ao financeiro para entender a performance da empresa e para onde estamos caminhando.
- C. Analiso os relatórios gerenciais da contabilidade e uso planilhas para comparar os resultados e pensar em estratégias para crescer.
- D. Utilizo um sistema de Business Intelligence (BI), ou inteligência de negócios, para tomar decisões com base em dados concretos da minha empresa e conhecer melhor o perfil do meu público e dos meus concorrentes.

Confira seu resultado

É fácil saber em qual estágio de maturidade digital sua empresa está:

- **Mais respostas A:** você ainda está **parado no mundo offline** e precisa agilizar sua transformação digital para ampliar suas oportunidades de negócio e crescer.
- **Mais respostas B:** você está começando a sair da zona de conforto e já experimentou um pouco do **potencial do mundo digital**. Está no caminho certo, mas precisa apertar o passo se quiser se destacar no mercado.
- **Mais respostas C:** você está **indo muito bem na digitalização do seu negócio** e já está colhendo os resultados desse processo. Continue assim e logo estará dominando o universo online.
- **Mais respostas D:** parabéns! Sua **empresa já é 100% digital** e você está pronto para enfrentar os desafios do novo mercado. Mas lembre-se: sempre há pontos a melhorar e as mudanças são muito rápidas.

Digitalização na prática: primeiros passos

Sabemos que a **digitalização pode parecer um processo complicado** – e assustador – para muitos empreendedores, principalmente para aqueles que não têm familiaridade com o ambiente online.

Mas acredite: já existem muitas **ferramentas e atalhos que facilitam sua jornada** e exigem **pouquíssimo conhecimento técnico para começar**.

Se você começou a **vender pelo WhatsApp**, por exemplo, já consegue entender a **dinâmica das vendas online** e pode partir para novas plataformas.



Curso online gratuito:
Como usar o WhatsApp Business para melhorar seu negócio

Um primeiro passo seria **preparar seu negócio para o comércio digital**, especialmente no que diz respeito à gestão de vendas, logística e atendimento ao cliente.

Isso porque você terá que **receber e faturar pedidos, emitir notas fiscais, separar produtos e finalmente enviá-los por transportadora ou Correios** – e manter o cliente informado sobre o status da compra em todas essas etapas.

Felizmente, você conta com várias **plataformas de e-commerce** que já têm a estrutura pronta para configurar todo esse processo, automatizando boa parte dessas tarefas.

Outro passo importante é **deixar as transferências bancárias para trás**, pois são métodos não muito profissionais e **dificultam o controle financeiro das entradas de suas vendas**.

Hoje, você já tem tecnologias disponíveis para enviar links de pagamento completos para seus clientes, de modo que eles possam escolher se querem pagar com cartão de débito/crédito, boleto, Pix, carteiras digitais e outras modalidades.

Afinal, como vimos, o **novo consumidor exige flexibilidade nas formas de pagamento** e está cada vez mais disposto a experimentar novos métodos.

Se você tiver uma **boa solução de pagamento digital**, poderá vender em qualquer app de mensagens e rede social que quiser.

Aliás, as **redes sociais** são excelentes canais para começar, pois todas já têm espaços específicos para a **criação de lojas e catálogos** de produtos, como é o caso do [Instagram Shopping](#) e [Facebook Lojas](#).



Curso online gratuito:
Como o Facebook, Instagram e WhatsApp
podem ajudar seu negócio

Mas nada se compara a ter seu **próprio site de vendas**, que é o grande objetivo das empresas que estão passando pela digitalização.

Nos próximos capítulos, vamos explorar melhor essas possibilidades e explicar em detalhes como você pode **preparar seu negócio para o mundo digital** e começar a lucrar com isso o quanto antes.



O que é preciso para ter um site?

Vamos começar listando tudo **o que você precisa para ter um site próprio** e vender online atualmente:

- **Plataforma de e-commerce:** é o sistema que você vai usar como **base para montar sua loja**, que pode ser gratuito ou pago, dependendo das suas necessidades. Geralmente, ele já vem com os módulos que você precisa para **configurar seu site**.
- **Hospedagem:** enquanto a plataforma é a “fundação” do seu site, o **serviço de hospedagem é o “terreno”** onde sua loja será construída. Ele é basicamente um servidor onde sua loja ficará armazenada na internet, que define aspectos como velocidade do carregamento das páginas e estabilidade.
- **Domínio:** o **domínio é um endereço eletrônico próprio** que identifica seu site, como no exemplo “*www.nomedasualoja.com.br*”. Ele é necessário para transmitir uma imagem profissional aos seus clientes.
- **Sistema de pagamento:** para receber os pagamentos na sua loja online, você vai precisar de um **sistema de pagamento integrado** ao seu site, que funciona como uma “maquininha de cartão virtual”.
- **Parceiros logísticos:** na parte de logística, você precisa definir se vai **entregar os produtos por Correios ou transportadoras** (ou ambos). A maioria das plataformas de e-commerce já vêm com opções de configuração de fretes.
- **Desenvolvedor e web designer:** dependendo da plataforma de e-commerce que você escolher, você pode precisar da ajuda de profissionais como o desenvolvedor e o web designer, que **cuidam da estrutura do seu site (códigos) e do visual (layout)**. Mas também existem opções de sites prontos que dispensam essas contratações.
- **Sistema de segurança:** todo e-commerce precisa de um **sistema antifraude e recursos de segurança** da informação, que podem vir incorporados à plataforma ou serem contratados à parte.
- **Informações e imagens dos produtos:** para ter uma loja online atrativa, você vai precisar de **imagens** de boa qualidade de **seus produtos** e informações completas para criar seu **catálogo**.

Como criar seu e-commerce

Agora, sim, podemos partir para o **passo a passo de como criar seu e-commerce**, que é fundamental para a digitalização de qualquer negócio.

Acompanhe:

1. Verifique se pode usar o mesmo CNPJ

Se você **já tem uma loja física** e quer começar sua **loja online** funcionando no **mesmo endereço**, pode usar CNPJ do seu negócio atual.

Agora, se a loja online vai funcionar em um **local diferente**, você terá que abrir um **CNPJ específico** para o canal virtual.

O importante é ter uma empresa **formalizada** para começar a vender pela internet, pois as obrigações fiscais são as mesmas das lojas tradicionais.

2. Escolha sua plataforma de e-commerce

O passo seguinte é escolher uma **plataforma de e-commerce** que atenda às necessidades da sua empresa.

Existem basicamente três tipos no mercado:

- **Gratuitas:** são mais simples e possuem **recursos limitados**, que não permitem uma personalização muito avançada (por exemplo: [Wix.com](https://www.wix.com))
- **Código aberto:** também são gratuitas, porém exigem a contratação de um **desenvolvedor** para construir a loja do zero utilizando os códigos disponíveis (Ex: [Magento Open Source](https://magento.com) e [Wordpress.org](https://wordpress.org))
- **Pagas:** costumam ter suporte de qualidade, além de oferecer a possibilidade de **customização** (Ex: [Adobe Commerce - Magento](https://adobe.com/commerce), [Nuvemshop](https://nuvemshop.com), [Wordpress.com](https://wordpress.com) e [Shopify](https://shopify.com)).

Como você pode notar, os grandes **líderes de mercado do e-commerce, Magento e Wordpress**, oferecem tanto a versão open source (código aberto) para desenvolvimento do zero quanto a versão paga com tudo pronto.

Para quem está começando, essas plataformas por assinatura são interessantes, pois cobram **valores proporcionais ao tamanho da loja** e já vêm com todos os **recursos prontos** – além de oferecerem um ótimo suporte ao lojista e centenas de **integrações**.

O [plano do Wordpress para pequenas empresas](#), por exemplo, sai por pouco mais de R\$ 80 ao mês, incluindo domínio gratuito, hospedagem e sistema de pagamento.

Da mesma forma, plataformas como Shopify, [Nuvemshop](#) e [Woocommerce](#) têm opções de planos para negócios de todos os portes com uma infinidade de recursos.

3. Contrate o serviço de hospedagem

As plataformas de e-commerce pagas costumam incluir o **serviço de hospedagem**, mas você também pode contratá-lo à parte se preferir começar seu site de vendas do zero.

Existem três tipos de serviços:

- **Servidor dedicado:** é de uso **exclusivo da sua loja** e construído sob medida para as suas necessidades (ideal para grandes empresas).
- **Cloud server:** utiliza **dados em nuvem** para armazenamento, hospedando seu site 100% online.
- **Servidor compartilhado:** consiste na utilização de um **único servidor** para diversos usuários.

Nos serviços de hospedagem, você poderá escolher **planos** mais adequados ao seu site de acordo com o **espaço** que você precisa para **armazenar** conteúdos, imagens e vídeos.

Lembrando que a **escolha do servidor** influencia diretamente no **desempenho** do seu site, incluindo critérios como **velocidade** de carregamento, **estabilidade** e navegabilidade.

4. Registre seu domínio

Como vimos, o domínio é seu endereço próprio na web, que garante a **autenticidade do seu site**.

Mesmo que você prefira uma plataforma de e-commerce gratuita, terá que **comprar um domínio para transmitir mais autoridade**.

Por exemplo, se você criar um site gratuito com o Wix.com, seu endereço ficará assim: “*www.nomedasuaempresa.wixsite.com*”.

Isso não é bom para os negócios, pois dá uma impressão de site amador para os usuários.

Logo, você pode **registrar um domínio “.br”** no [Registro.br](https://registro.br) e trocar para *www.nomedasuaempresa.com* – no caso, a plataforma Wix oferece a opção de incluir seu domínio no plano pago.

Para **registrar um domínio “.com”**, você pode usar o site [GoDaddy](https://godaddy.com).

Em ambos os casos, você paga um valor para usar o domínio registrado durante um certo período de tempo (1 ano, 2 anos, etc.).



Curso online gratuito:
[GoDaddy Passo a Passo](#)

5. Crie uma identidade visual

A **identidade visual** é prioridade na sua **loja online**, pois um visual bonito enche os olhos do cliente e **influencia na decisão de compra**.

Basicamente, você vai precisar do logotipo do seu negócio (se quiser, pode adicionar um “online” ao logo atual da sua empresa) e de um layout com o esquema de cores da sua loja.

Lembrando que a aparência do **seu site merece o mesmo cuidado da sua vitrine** ou fachada.

O ideal é contar com **um designer e um web designer** para ajudar nessa tarefa, mas várias das plataformas que mencionamos possuem recursos para personalização do layout que você mesmo pode utilizar.

6. Capriche no catálogo de produtos

O **catálogo de produtos** do seu site deve ser o mais **detalhado** possível e trazer imagens impactantes dos itens que você vende.

E você não precisa de equipamentos profissionais para tirar boas fotos: **basta um smartphone com uma boa câmera**, um tripé e a iluminação correta para conseguir belas imagens.



Curso online gratuito:
Fotos incríveis com seu celular

Lembre-se de fotografar seus **produtos de vários ângulos** com um formato padronizado e criar **descrições atrativas** para despertar o interesse dos clientes.

E claro: seja fiel ao que o produto entrega, pois um dos maiores problemas da venda online é a incompatibilidade da descrição com o produto real que chega para o cliente.

7. Configure o frete e os pagamentos

Na parte de logística, você deverá selecionar os **parceiros** com quem quer trabalhar (Correios e transportadoras) e configurar o cálculo do **frete** para o cliente.

Os critérios que influenciam o preço do frete são o **peso cúbico** do produto embalado (relação entre peso e volume do pacote), **distância** do centro de distribuição e **taxas cobradas** pela empresa responsável.

Além disso, existem custos com **pedágios e logística reversa**, em caso de devoluções e trocas.

Como já mencionamos, a maioria das plataformas vêm com um **módulo pronto** para você configurar essas opções e fechar o contrato com os parceiros.

E **integrar sua loja online** com uma **solução de pagamento ágil e segura** é essencial. Com a **Cielo**, é possível fazer isso. Mais de **50% dos negócios online** do Brasil **utilizam uma das nossas soluções** de e-commerce.

Dessa forma, você consegue **conectar seu site** com nossas soluções de pagamento e **já sair vendendo** em um **ambiente virtual seguro**.

Você pode fazer essa integração com o [Checkout Cielo](#) e oferecer pagamentos no crédito, débito ou boleto e ainda **calcular o valor do frete** de forma integrada.

Num **segundo momento**, quando sua **loja virtual crescer** e você já tiver um **volume maior de vendas online**, a [API e-Commerce Cielo](#) é uma solução mais completa, que pode envolver até **pagamentos feitos pelo aplicativo** do seu negócio.

E se já quiser **utilizar suas redes sociais** como canal de vendas antes mesmo da sua loja virtual ficar pronta, você pode usar o [Cielo Super Link](#), enviando aos clientes um **link de pagamento** por aplicativos de mensagens, e-mail ou na própria rede social utilizada.

Tudo isso pode ser integrado em um **sistema antifraude** para você vender com segurança. Esse sistema já vem incorporado às soluções Checkout Cielo e Cielo Super Link sem custo adicional. Já no caso da API e-Commerce Cielo, o sistema antifraude é uma contratação adicional.

8. Garanta a segurança

A **segurança** é prioridade em qualquer **loja online**, principalmente com o aumento exponencial dos ataques cibernéticos.

Para você ter uma ideia, as tentativas de **fraude** no e-commerce [cresceram mais de 45% durante a pandemia](#), incluindo ataques hackers, roubos de dados e clonagem de cartões.

Um dos golpes mais perigosos é quando o criminoso **clona o cartão** da vítima e faz uma compra na sua loja online.

Então, a operadora realiza o estorno assim que detecta a fraude e o **e-commerce fica com o prejuízo**.

Para evitar esse problema, você precisa, no mínimo, de um **certificado SSL (Secure Sockets Layer)**.

Ele acrescenta o famoso “https” e o **ícone do cadeado** na barra de endereço, que mostram que seu **site é seguro** para o consumidor.

Você pode adquirir o **certificado SSL** em autoridades certificadoras para assegurar uma conexão criptografada e se diferenciar de qualquer página falsa.

Além disso, é importante ter um **sistema antifraude, que garanta a segurança das transações feitas no seu site** – novamente, esses recursos podem vir com a solução de pagamento contratada para ser integrada ao seu site.

Por isso, escolha com atenção qual empresa fará a integração de pagamentos com seu site. Na **Cielo**, por exemplo, você tem **segurança e monitoramento 24 horas**, todos os dias da semana – mesmo durante os maiores picos de venda do varejo.

Temos também o **protocolo de autenticação 3DS 2.0**, que garante segurança adicional às transações no comércio eletrônico. Com ele, é possível autenticar uma transação sem a intervenção do cliente, criando uma experiência de compra mais fluida, diminuindo o abandono de carrinhos e aumentando as taxas de conversão.



Saiba mais:

[Como 3DS 2.0 melhora a segurança de lojas digitais](#)

Como vender online

Depois de colocar seu **e-commerce no ar**, você deverá estar preparado para receber sua **primeira venda**.

Ao contrário da loja física, que funciona em horário comercial, as **vendas no e-commerce** podem acontecer em **qualquer horário**.

Por isso, você deve ter um **processo de compra automatizado** no seu site e uma equipe pronta para **gerenciar pedidos todos os dias**.

Este é o **processo de compra** passo a passo:

- O cliente coloca os produtos que deseja no **carrinho de compras**, selecionando variáveis como quantidade, cor e tamanho.
- O cliente termina de escolher os itens e clica em **“finalizar compra”** para fechar o carrinho.
- Então, ele é direcionado para a chamada **“página de checkout”**, onde será realizado o cadastro (se ainda não tiver uma conta) e o pagamento.
- O cliente faz login (ou cria uma conta) e **escolhe a forma de pagamento** (aqui é importante ter um sistema de pagamento, que vamos abordar mais à frente).
- O cliente **faz o pagamento e a transação é autorizada (ou negada)** pela adquirente do cartão ou pelo banco responsável por meio do sistema de pagamentos.
- Se o **pagamento for aprovado, o pedido é confirmado** e é registrado no seu sistema como “pendente de separação e envio”, enquanto o cliente recebe um e-mail avisando que seu pedido foi concluído e informando uma data de entrega.

Se você estiver com tudo **automatizado** e no lugar, o sistema irá gerar um pedido a cada nova compra e já **registrar o valor nos recebíveis**, emitir automaticamente a nota fiscal e enviar as notificações ao cliente em cada etapa da separação e envio.

Logo, seu papel será **garantir** que os **produtos sejam separados e entregues** dentro do **prazo** informado ao cliente.

Fique de olho nos requisitos legais para vender na internet

O [Decreto nº 7962/2013](#), conhecido como “**Lei do E-commerce**”, determina algumas regras importantes para vender online.

Fique de olho na lista:

- É **obrigatório** exibir o **nome** da empresa, **CNPJ**, **endereço físico** e **contatos** no site.
- É preciso disponibilizar **informações** claras sobre **preço**, características do **produto**, **taxas** cobradas, **descontos** e **modalidades** de pagamento.
- É obrigatório conceder o direito de **arrependimento de compra** com devolução gratuita em até **7 dias úteis**, conforme determina o [Código de Defesa do Consumidor](#).
- É preciso ter uma **política de troca e devolução**, além de oferecer a garantia obrigatória de **30 dias** para produtos não duráveis e de **90 dias** para produtos duráveis em caso de vícios e defeitos.
- É preciso ser **transparente** na divulgação de promoções e **ofertas**.

Além disso, as lojas online são obrigadas a cumprir as normas da [Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais](#) (LGPD).

Veja as principais:

- Criar mecanismos para obter consentimento dos titulares para toda **coleta e tratamento de dados** (atualizar termos de uso e política de privacidade na área de cadastro do site).
- Nomear **profissionais responsáveis** pelo tratamento dos dados (controladores e operadores) e um DPO (Data Protection Officer) para cuidar de todo o processo.

- **Informar** claramente qual a **finalidade** da coleta e **uso dos dados**.
- Garantir o **acesso aos dados** pelos titulares a qualquer momento e também a exclusão, anonimização ou correção de informações, conforme solicitado.
- Investir em **segurança digital** e monitorar riscos para **proteger os dados** pessoais e financeiros de clientes.



Como receber online

Para receber **pagamentos online**, você vai precisar de um **sistema intermediador [integrado](#)** à sua loja virtual.

Ele será responsável por **processar os pagamentos e fazer a ponte entre seu e-commerce, as adquirentes de cartões e os bancos.**

É como uma **maquininha de cartão virtual**, que **oferece** todas as **formas de pagamento** (cartões, boleto bancário, transferências, débito automático, Pix, etc.) em um único sistema – só que 100% digital.

Na Cielo, por exemplo, você tem duas principais soluções:

- **[API e-Commerce](#):** a API (*Application Programming Interface* ou *Interface de Programação de Aplicativos*) funciona como uma **porta que conecta diferentes sistemas**. No caso, a API e-commerce da Cielo **integra sua loja virtual a uma solução completa de pagamentos** totalmente personalizável com inteligência de dados e alta capacidade de processamento (*ideal para empresas maiores*).
- **[Checkout Cielo](#):** é uma **solução simplificada** que já vem pronta para processar pagamentos na sua loja virtual. Ao finalizar a compra, o cliente será direcionado para o **checkout dentro do seu site** e terá todas as opções para finalizar a compra – e o dinheiro cai direto na sua conta.

Para **quem ainda não tem uma loja virtual**, existe o **[Cielo Super Link](#)**, que direciona o cliente para uma página de pagamento própria a partir de qualquer plataforma.

Como entregar os pedidos online

Até aqui, falamos sobre **entregas** por Correios e transportadoras, que são a forma mais comum de enviar os produtos aos seus clientes.

No entanto, segundo uma [pesquisa do ReclameAQUI](#), o **frete caro** é a principal razão por trás dos abandonos de carrinhos no **e-commerce** (63,9% dos consumidores deram esse motivo).

Para **evitar** esse problema, você pode **otimizar sua logística** e também utilizar outras opções de entrega, tais como:

- **Retirada na loja:** muitos clientes preferem fazer suas compras online e retirar na loja. Para oferecer essa opção, você precisa ter uma **boa integração da loja online** com o sistema da **loja física**.

Locker: os lockers são **armários** estrategicamente localizados onde seus clientes podem **retirar encomendas**, utilizando um código de barras gerado no seu site.

- **Pick up Point:** é uma opção de entrega em que o **cliente busca o produto** comprado na sua loja em um **estabelecimento parceiro**, que cede um espaço de armazenamento em troca do aumento da circulação de pessoas.



Curso online gratuito:
Gestão de entregas na era digital

Como divulgar seu negócio na internet

Você já sabe como **criar sua loja** do zero, vender, receber pagamentos e entregar produtos, mas e quanto à **divulgação**?

De nada adianta ter um **e-commerce** incrível se você não tiver **visibilidade** na internet e **atrair clientes**.

Para isso, existe o **marketing digital**, que traz inúmeras **estratégias de promoção** do seu negócio.

Confira algumas ideias:

- Investir em **links patrocinados** com o [Google Ads](#), para que seus anúncios sejam exibidos toda vez que um cliente buscar por **palavras-chave** relacionadas ao seu negócio.
- Enviar **e-mails marketing** personalizados com ofertas, promoções e novidades para seus clientes.
- Inscrever sua loja no [Google Meu Negócio](#), que faz com que seus clientes encontrem você facilmente no Google Maps e na busca.
- Patrocinar publicações e exibir **anúncios** para públicos segmentados nas **redes sociais**, usando serviços como [Facebook Ads](#) e [Instagram Business](#).
- Usar o **remarketing** para exibir anúncios para pessoas que já estiveram na sua loja online (ex: aqueles e-mails que convidam o usuário a finalizar o carrinho que abandonou).



Curso online gratuito:
[As melhores práticas de marketing digital](#)



Veja também:
[Como inserir sua empresa no mundo digital com o Google Meu Negócio](#)

Relembrando: por onde começar a digitalização?



Ao chegar até aqui em nosso guia, você deve estar **cheio de ideias** e talvez um pouco ansioso com tantas informações de uma vez.

Então, vamos recapitular o passo a passo para você **começar sua jornada de digitalização**:

- ✓ Comece **vendendo pelo WhatsApp** e pelas **redes sociais** (lojas no Facebook e Instagram) para entender a dinâmica das vendas online.
- ✓ Substitua as transferências bancárias pelo [link de pagamento](#), Pix e outras soluções digitais que permitem **expandir suas formas de pagamento** online e profissionalizar suas vendas.
- ✓ Prepare sua **estrutura** para começar a vender online, focando na organização da **logística**, processo comercial, atendimento e **gestão financeira**.
- ✓ Crie sua **loja online** com uma plataforma de e-commerce, serviço de hospedagem e domínio próprio.
- ✓ Fique atento às **regulamentações** da Lei do E-commerce e da **LGPD**.
- ✓ Garanta a **segurança** do seu e-commerce com um **certificado SSL** e um **sistema antifraude**.
- ✓ Adote um **sistema de pagamento integrado** para aceitar cartões, boleto, transferências, Pix, carteiras digitais e outros meios populares.
- ✓ Automatize o **processo de venda** dentro do seu e-commerce para agilizar os pedidos e o controle financeiro.
- ✓ Ofereça várias **opções de entrega** para seus clientes com integração entre a loja física e a loja virtual (Ex: entrega em casa, retirada na loja, retirada em pick up point e locker).
- ✓ **Divulgue** seu negócio na internet com a ajuda de links patrocinados, e-mails marketing e plataformas de anúncios nas redes sociais.

**Cielo é parceira
na sua jornada
digital**

Você pode **contar com a Cielo** para agilizar sua jornada de transformação digital com tecnologias feitas sob medida.

Com o **Cielo Digi**, você tem um **pacote completo de soluções digitais** pensadas para essa época de mudanças ágeis, em que estão surgindo novas formas de comprar, de vender e de receber pagamentos.

Além do **API Cielo E-commerce, Cielo Super Link e Checkout Cielo**, você ainda conta com os seguintes produtos:

- **QR Code** para aceitar pagamentos por carteiras digitais, auxílio e FGTS.
- **Pagamento por WhatsApp** integrado ao app com total segurança.
- **Conta Digital Cielo** para gerenciar seu dinheiro e fazer a gestão do negócio sem anuidade.
- **Cielo Farol** para analisar os dados do seu negócio e tomar decisões certas.
- **App Cielo Gestão** para controlar seu negócio na palma da mão.
- **Cielo LIO** para unir a maquininha de cartão ao app de gestão.

Além disso, você tem vários **cursos online gratuitos** para ampliar seus conhecimentos.

Tudo para **ajudar a digitalizar seu negócio** sem mistérios e tornar sua **gestão mais inteligente**.

Viu como é possível avançar no caminho da **digitalização** de forma **descomplicada**?

Agora é com você: dê os primeiros passos e aproveite todas as oportunidades de crescimento que a tecnologia oferece.

Estaremos ao seu lado para garantir que você siga na direção certa!



Guia definitivo para
digitalizar seu negócio



Copyright © 2021 Cielo S.A.
Todos os direitos reservados