

cielo

E-book

Como vender na Internet usando as **Mídias Digitais**



Introdução

Que a internet promoveu uma revolução sem precedentes, todo mundo já sabe. Mas será que você está sabendo usar as mídias digitais em favor da sua empresa?

Com certeza, você não passa um dia sem responder às mensagens no aplicativo do seu celular, fazer uma busca no Google ou dar uma olhada nas suas redes sociais.

Essas atividades já fazem parte da rotina na Era Digital — e com as vendas, não é diferente.

Cada vez mais, os consumidores tomam suas decisões de compra assistindo a anúncios na internet, pesquisando por produtos em redes sociais, falando com empresas por aplicativos de mensagens e satisfazendo seus desejos em lojas online.

Então, é claro que sua empresa precisa marcar presença em todas as mídias possíveis — que fizerem sentido para o seu público — para aproveitar as oportunidades de venda.

A tendência também vale para as lojas físicas, que precisam estar cada vez mais integradas aos canais de venda online.



Sumário



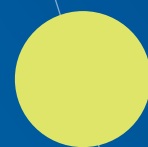
Se não sabe por onde começar essa transformação digital, não se preocupe! Vamos apontar os caminhos neste superguia que preparamos ;)

Dê uma olhada nos capítulos que fizemos para você:

1. Quer aumentar as vendas? Use as mídias digitais!	05
2. Mas não é muito caro anunciar na Internet?	08
3. Por onde começo minha estratégia digital?	11
3.1. Mecanismos de buscas	12
3.2. Redes sociais	13
3.3. Aplicativos de mensagens	13
4. Mecanismos de buscas: como o Google ajuda você a vender	14
4.1. Por que meu site não aparece nas buscas?	15
4.2. O que é SEO e por que isso importa para o e-commerce?	16
4.3. Vale a pena ter um blog?	17
4.4. Google Meu Negócio: seja facilmente encontrado.	17
4.5. Google Ads: passo a passo de como anunciar	18
5. Redes sociais: alcance seu cliente onde ele está	19
5.1. As redes sociais como canal de atração, divulgação e atendimento	20
5.2. Como fazer anúncios em redes sociais	21

6.	Vendas por aplicativos: uma oportunidade de ouro!	25
6.1.	WhatsApp Business: seu canal de vendas	26
6.2.	WhatsApp Pay: uma nova forma de recebimento	28
6.3.	Como vincular o WhatsApp ao site	29
6.4.	Considere ainda outros aplicativos	29
7.	Primeiros passos: monte sua estratégia para começar	31
7.1.	Quais canais devo priorizar?	32
7.2.	Quanto devo investir em mídia digital?	33
7.3.	Como medir os resultados das minhas ações?	33
8.	Como a Cielo ajuda você a vender online.	34

Leia com atenção e aprenda a explorar ao máximo o potencial das mídias digitais! Vamos lá?





1

Quer aumentar as vendas?
Use as mídias digitais!

Atualmente, usar as mídias digitais para vender é uma questão de sobrevivência — e não mais uma opção para expandir seus negócios.

A internet se tornou um **grande shopping virtual**, onde as pessoas passam boa parte do seu tempo **visualizando anúncios**, olhando “vitrines” e **comprando em sites e redes sociais**.

E não estamos falando apenas daquelas vendas que são finalizadas online: a loja física também depende cada vez mais da divulgação feita digitalmente.

Isso acontece porque a **jornada de compra do consumidor mudou** completamente.

Antes, o mercado era dividido entre os **consumidores** que eram fiéis às **lojas físicas** e os e-consumidores, ávidos pelo **e-commerce**.

Hoje, **não existe mais um caminho único**: uma pessoa pode ver um produto em uma rede social, comprar pelo site e retirar na **loja perto de casa**. Ou mesmo ver um anúncio no Google, pesquisar sobre o produto nas **redes sociais** e comprar pelo **WhatsApp**.

É o que chamamos de **omnichannel (multicanal)**, que é, basicamente, a **integração entre múltiplos canais de venda** e que caracteriza a **nova jornada de compra do consumidor**.

Prova disso é que **97% dos consumidores** buscam **informações** sobre produtos e serviços **online** antes de comprar em uma loja física. Além disso, o **Brasil já tem 134 milhões de usuários de Internet**, dos quais **92% usam aplicativos de mensagens**, 76% usam **redes sociais** e 39% fazem compras em **lojas online**, segundo uma [pesquisa da Cetic.br](https://www.cetic.br/).

97%
dos consumidores
**buscam informações
sobre produtos e
serviços online**

Um ponto importante é reforçar a necessidade de aliar o **dinamismo** das vendas nos **meios digitais** com a **segurança na hora de fazer e receber os pagamentos** usando soluções como o [Cielo Super Link](#), por exemplo.

Ele permite gerar **links de pagamento** exclusivos para quem **já quer vender online** utilizando e-mail, WhatsApp ou qualquer rede social, **tendo ou não um e-commerce**.

Como resultado direto dessa **praticidade** e do **alcance** que oferecem junto ao **público-alvo**, as **empresas investem** cada vez mais em **marketing digital** para estarem **mais próximas de seus clientes**.

Para você ter uma ideia, a **publicidade digital** cresceu 13% e **domina um terço do mercado de anúncios**, com destaque para os links patrocinados. E esse investimento deve se **igualar ao da publicidade tradicional até 2023**, de acordo com uma pesquisa da PwC publicada na [Meio&Mensagem](#).

São motivos mais que suficientes para você prestar atenção às **mídias digitais** e começar a aproveitar as oportunidades que ela traz – e sim, elas **cabem no seu orçamento**, como mostramos no próximo capítulo.





2

Mas **não é muito caro** anunciar na Internet?

O **mito de que anunciar na Internet é caro** vem de um tempo em que só grandes empresas tinham verba suficiente para bancar a **publicidade online**.

Hoje, felizmente, **anunciar na Internet é muito mais acessível** e cabe em todos os orçamentos — do microempreendedor à grande corporação.

Na verdade, essa é a característica que torna as **mídias digitais** tão **democráticas**, graças às **ferramentas** que **ajustam os gastos à realidade** de cada empreendedor.

O maior exemplo disso é o **marketing de performance**, que consiste em um tipo de publicidade em que você **paga conforme tem resultados**.

Nesse caso, em vez de investir **dinheiro em anúncios** e torcer para que deem certo, você só **paga pela publicação** quando o **usuário clica** em seu anúncio e **demonstra interesse** em sua chamada, por exemplo.

Uma das mídias de performance mais conhecidas é o **Google Ads**, que coloca o anúncio da sua empresa no **topo das buscas e cobra por cliques, impressões, visualizações ou engajamentos**, dependendo do tipo de campanha — vamos falar mais sobre ele ao longo deste guia.



A grande **vantagem** desse tipo de mídia é que você **define um orçamento** diário ou semanal e pode ir **ajustando os valores** e anúncios conforme vê os **resultados**.



Além de **focar nas campanhas** que realmente dão certo, você **não corre o risco de estourar sua verba**, pois o valor é definido previamente.





E o melhor: dá para começar com pouquíssimo dinheiro.

Para você ter uma ideia, com **menos de R\$ 40 por semana**, é possível **atingir mais de mil pessoas** com um anúncio na plataforma de publicidade do Facebook, conforme estimativas do site.

Com um **investimento de cerca de R\$ 200 ao dia**, é possível **alcançar mais de 32 mil pessoas** com um único anúncio.

Outra **vantagem** é que você **seleciona os públicos** para os quais seus anúncios serão direcionados, escolhendo **critérios como gênero, localização, idade e interesses**.

Isso torna a **publicidade muito mais certa** e melhora ainda mais o **custo-benefício** do seu investimento.

E ainda existem **opções gratuitas** para divulgar sua empresa em **redes sociais, blogs e aplicativos de mensagens**.

Inclusive, pode estar aí uma **boa forma de começar** a sua estratégia digital, como destacamos na sequência deste guia.



3

**Por onde começo
minha estratégia
digital?**

Você tem vários caminhos para **começar sua jornada digital** e **impulsionar seu negócio** na Internet.

À primeira vista, a Internet é uma imensidão de **links e conteúdos** que mudam em alta velocidade, mas você pode — e deve — **conquistar seu espaço nessa rede**.

Vamos começar pelos **três pilares essenciais**:

3.1. Mecanismos de buscas

Quantas vezes você já **pesquisou por um produto ou serviço no Google** antes de comprar?

Esse é um **comportamento cada vez mais comum**, pois os consumidores estão mais exigentes e **pesquisam online** para tomar suas **decisões de compra**.

Para você ter uma ideia, **68% de todo o tráfego online vem de buscas no Google**, segundo uma [pesquisa global da BrightEdge](#).

Isso significa que, se você estiver entre os **resultados** que são mostrados no **topo da página** quando alguém busca por **assuntos** relacionados ao seu negócio, terá **grandes chances de atrair mais clientes**.

Cada pessoa que pesquisa por **termos associados aos seus produtos** e serviços é uma **oportunidade de venda**.

Por isso, os **mecanismos de busca** serão seus **primeiros aliados** na estratégia de marketing digital, como veremos em detalhes mais adiante.



3.2. Redes sociais

Estar nas **redes sociais não é mais opcional** para as empresas que querem vencer na era digital.

Hoje, **78% dos negócios estão conectados às mídias sociais** e mais da metade usam essas plataformas para vender.

Isso porque, cada vez mais, as pessoas **procuram informações** sobre produtos e serviços, **comparam ofertas** e **acompanham promoções** por meio de sites como Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, TikTok, Pinterest e LinkedIn.

Então, se você quer **ampliar suas vendas** na internet, precisa, obrigatoriamente, **marcar presença nas redes sociais**.

3.3. Aplicativos de mensagens

Os **aplicativos de mensagens** já se tornaram um dos **canais de venda favoritos** dos consumidores.

Hoje, o **WhatsApp** está instalado em nada menos que **98% dos smartphones dos brasileiros**, segundo a pesquisa [Panorama de Mensageria](#), realizada pela Mobile Time e pela Opinion Box.

Desse total, **78% dos usuários mantêm contato** com empresas pelo app e fazem compras.

Aliás, o **WhatsApp costuma ser a primeira mídia digital** que os empreendedores utilizam para **expandir seus negócios**, pois o potencial de vendas do aplicativo fica muito claro no dia a dia.

Se você já vende pelo “zap zap”, sabe do que estamos falando — mas vamos **aprofundar esse assunto** ao longo dos próximos capítulos.





4

**Mecanismos
de buscas:
como o Google
ajuda você a vender.**



Vamos começar nossa **imersão** no universo das **mídias digitais** com os mecanismos de **busca**.

Obviamente, o **Google é o centro das atenções** nessa estratégia, pois o buscador **concentra mais de 92% de todas as buscas** feitas no mundo.

Veja tudo o que você sempre quis saber sobre o assunto:

4.1. Por que meu site não aparece nas buscas?

Faça o teste: abra uma nova **aba anônima** do seu navegador — isso é importante para descartar dados do seu **histórico de navegação** que **influenciam os resultados** — e procure pela sua empresa ou pelo nome do produto/serviço que você vende.

Se o seu site não aparece entre os **primeiros resultados**, é provável que você **não tenha otimizado seu conteúdo** da forma correta para ser encontrado pelo **algoritmo do Google**.

De forma simplificada, o **Google funciona como uma grande biblioteca**, com centenas de bilhões de páginas organizadas em um **índice de pesquisa**.

Para encontrar essas páginas, o buscador parte de um processo de **rastreamento** (também chamado de crawling), que usa algoritmos (“robôs”) para **mapear continuamente a Internet** e adicionar novos **conteúdos relevantes**.

Assim que as **URLs (endereços das páginas) são encontradas**, elas são adicionadas ao banco de dados na etapa de **indexação**, que **organiza os conteúdos** de acordo com sua **relevância** para o usuário.

Ou seja: quando você **faz uma busca**, vários algoritmos entram em ação para vasculhar as páginas da web e **retornar os melhores resultados**, de acordo com as **palavras-chave** digitadas.

Só que, para ser considerado **relevante pelo Google**, você precisa **ajustar seu site** para os padrões do buscador e criar conteúdos com um **formato específico** e **padrão de qualidade** exigido.



4.2. O que é SEO e por que isso importa para o e-commerce?

Acabamos de entender que você só vai aparecer no Google se conseguir atender aos **padrões de conteúdo que os algoritmos procuram**.

A estratégia usada para alcançar esse objetivo se chama **SEO**, que significa *Search Engine Optimization* ou **Otimização para Mecanismos de Busca**, em português.

Quando você aplica as **melhores práticas de SEO** no seu site e conteúdo, é percebido pelo Google como **relevante** para as palavras-chave relacionadas e ganha um **posicionamento melhor** na página de resultados do buscador.

Por exemplo, se você tem um **e-commerce de moda** e usar **palavras-chave** como “jaqueta de couro feminina estilo biker” ou “calça jeans masculina skinny” nas suas descrições, tem grandes chances de conseguir **aparecer nas primeiras posições** quando um usuário **buscar por esses termos**.

Isso é uma conquista e tanto, já que **28,5% dos usuários clicam no primeiro resultado orgânico** do Google quando fazem uma pesquisa, enquanto **15,7% clicam no segundo e 11% no terceiro**, de acordo com uma [pesquisa do Search Engine Journal](#).

Só para você entender: os **resultados orgânicos** são aqueles **que vêm logo depois dos anúncios**, que aparecem no **topo da página** de resultados.

Eles são **chamados de “orgânicos”** justamente porque **alcançam posições sem qualquer investimento em dinheiro** — basta ter o **melhor conteúdo** e as melhores respostas para a dúvida ou necessidade do usuário.

Por isso é muito importante escrever **descrições otimizadas para SEO**, para posicionar bem seus conteúdos no Google e **atrair mais visitantes** interessados no que você vende.



Curso online gratuito:
[Dicas para se manter conectado com seu público no Google.](#)



4.3. Vale a pena ter um blog?

Ter um blog é uma ótima maneira de **entregar conteúdo diferenciado** na Internet e **melhorar seu relacionamento** com os clientes.

Ele faz parte das estratégias de **marketing de conteúdo** e serve para **atrair leads** (potenciais clientes que fornecem dados de contato) e nutri-los.

No caso, se você otimizar o **conteúdo do blog para SEO**, ele pode **funcionar como um ímã de novos clientes**, já que as pessoas vão encontrar seu conteúdo e sua loja virtual pelo Google.

Além disso, os leads vão usar seu blog como **fonte de conhecimento** para aprender mais sobre seu produto ou serviço — e, com isso, você **ganha autoridade online** e **fortalece sua marca**.

4.4. Google Meu Negócio: seja facilmente encontrado

Se você tem uma **loja física**, precisa estar no [Google Meu Negócio](#) para ser **encontrado através da busca e do Google Maps**.

Esse serviço do Google permite que você **crie um Perfil de Negócio** e seja **localizado rapidamente** por pessoas próximas ao seu estabelecimento.

Sabe quando você **pesquisa por um produto ou serviço** no Google, ou no Google Maps, e aparece uma lista com várias **empresas na região**?

É aí que **seu negócio vai ser listado** com informações como **nome, endereço, horário de funcionamento e avaliações de clientes**.

O **serviço é 100% gratuito** e você ainda pode usar o Criador de Sites oferecido pelo Google para pequenas e médias empresas.

O primeiro passo para isso é criar o Perfil da sua empresa no buscador. Para isso, use o [Gerenciador de Perfis](#) de empresa.

Para ajudar, [veja também este vídeo do Google Ads](#), que mostra como colocar sua empresa no Google Meu Negócio.



[Saiba como melhorar sua classificação local no Google](#)

4.5. Google Ads: passo a passo de como anunciar

Google Ads é a plataforma de publicidade online do Google, que permite criar **anúncios digitais** (os famosos **links patrocinados**) para divulgar sua empresa em toda a rede do buscador.

Veja como é fácil começar a anunciar no Google:

- 1 **Crie uma conta empresarial** no Google gratuitamente (se ainda não tiver)
- 2 **Acesse o Google Ads** e clique em “Começar agora”
- 3 Selecione o **objetivo da sua campanha** (atrair visitas para a sua loja, vender online, receber ligações, etc.)
- 4 **Defina o alcance** da sua campanha em relação à localização (ex: mostrar anúncios só para pessoas na sua cidade ou no país todo)
- 5 Escolha as **palavras-chave** e **escreva os anúncios** seguindo as dicas do Google
- 6 **Defina seu orçamento** (a partir de R\$ 5,35 ao dia)
- 7 **Publique seus anúncios** e acompanhe o desempenho

Você irá **concorrer** com outras empresas pelas **palavras-chave escolhidas** em um leilão online e **será cobrado** por cliques, visualizações, ligações e outras interações definidas nas **metas de campanha**.

O mais interessante do Google Ads é que o **orçamento é totalmente flexível**. Com pouco **menos de R\$ 40 por semana**, já é possível **alcançar mais de mil pessoas**.

Duração ⓘ

Veicular este anúncio continuamente ⓘ

Escolher quando este anúncio será encerrado

Dias: 7 Data de término: 1 de Out de 2021

Orçamento diário ⓘ

O valor real gasto diariamente pode variar. ⓘ

País, moeda: US, BRL

Estimativa de 71 a 210 pessoas alcançadas por dia

R\$ 5,35

Resultados diários estimados

Pessoas alcançadas: **71 a 210** ⓘ

Curtidas na Página: **1 a 11** ⓘ

Resumo do pagamento

Seu anúncio será veiculado por 7 dias.

Orçamento total: **R\$ 37,45 BRL**

R\$ 5,35 por dia x 7 dias.

Segundo o **próprio Google**, as empresas costumam obter um **ROI** (retorno sobre o investimento) de **700% com as campanhas** na plataforma — algo em torno de US\$ 8,00 de lucro para cada US\$ 1,00 investido.

5

**Redes sociais:
alcance seu cliente
onde ele está**

As **redes sociais** já foram consideradas uma “moda passageira”, mas acabaram se tornando o **eixo central da vida online** dos consumidores e empresas.

O Brasil tem nada menos que **150 milhões de usuários de mídias sociais**, segundo dados do relatório [Digital 2021](#), feito em parceria pela PagBrasil e Hootsuite.

Já o **tempo gasto** em mídias sociais é de aproximadamente **3 horas e 42 minutos diários**.

Além disso, **74% dos brasileiros usam redes sociais para comprar**, segundo pesquisa Social Commerce, realizada pela All iN | Social Miner e [publicada no E-commerce Brasil](#).

Do lado das **empresas**, como vimos, **78% estão conectadas às redes** e mais da metade **usam as plataformas para aumentar suas vendas**.

Por isso, nada mais justo do que dedicar um capítulo a essas **mídias altamente dinâmicas, acessíveis** e indispensáveis para a sua estratégia de marketing digital.



Dicas online:

[Como as redes sociais podem aumentar seu faturamento](#)

5.1. As redes sociais como canal de atração, divulgação e atendimento

Uma das grandes **vantagens das redes sociais** é que elas têm **várias utilidades** para os empreendedores.

Três se destacam:

- **Atração:** servem para **atrair potenciais clientes** por meio de conteúdos relevantes e ofertas exclusivas.
- **Divulgação:** trazem inúmeras opções de anúncios para **promover produtos**, serviços e marcas para públicos segmentados.
- **Atendimento:** permitem **oferecer um atendimento personalizado** e criar um **relacionamento mais próximo** com os clientes.



5.2. Como fazer anúncios em redes sociais

Anunciar nas redes sociais está cada vez mais **fácil e rápido** com a evolução das ferramentas de publicidade.

Em plataformas como **Facebook Ads** e **Instagram Ads**, você pode **impulsionar** qualquer publicação nos mais diversos formatos e **atingir milhares de pessoas** que combinam com o seu negócio.

Além disso, os **orçamentos também são bastante flexíveis**, permitindo a criação de **campanhas que cabem em todos os bolsos**.

Veja como anunciar nas redes sociais mais famosas:

Facebook Ads

O **Facebook Ads** tem todos os recursos que você precisa para **promover seus anúncios** na maior rede social do mundo.

O **passo a passo para anunciar** é muito simples:

- **Crie uma página para sua empresa** no Facebook, se ainda não tiver uma.
- **Selecione a opção “Anúncios”** no botão “Criar” (aquele com o símbolo de “+”).
- Escolha um **objetivo de marketing** para a sua empresa (trazer pessoas para a sua loja, vender mais online, aumentar o reconhecimento de marca, etc.).
- Selecione um **objetivo para seu primeiro anúncio** (alcance, tráfego, conversões, envolvimento, etc.).
- Escolha seu **público-alvo** (Localização, idade, gênero, idioma, interesses, etc.).
- Defina seu **orçamento** (a partir de R\$ 3,60 ao dia).
- Escolha um **formato** (imagem, vídeo, apresentação, etc.).
- Publique e **acompanhe seu anúncio**.

Por exemplo,

se você vende uma solução voltada para micro e pequenas empresas, pode selecionar um público que tem interesse no assunto em uma localização específica e criar um anúncio como este:



Curso online gratuito:
Impulsione com
o Facebook.



Instagram Ads

O **Instagram Ads** funciona da mesma forma que o Facebook Ads: você pode **impulsionar qualquer conteúdo** em imagem ou vídeo com um **orçamento diário flexível**.

Confira o passo a passo para anunciar:

- **Crie uma conta comercial** (ou converta seu perfil pessoal em uma conta comercial).
- Escolha a opção **“Ferramentas para anúncios”**.
- Selecione **“Escolher uma publicação”**.
- Escolha a **publicação que você quer impulsionar** na plataforma (pode ser um post do feed, stories ou reels, por exemplo).
- Defina a **meta do anúncio** (reconhecimento de marca, engajamento, visualizações, etc.).
- Segmente o seu **público-alvo** (localização, gênero, idade, etc.).
- Defina seu **orçamento**.
- Determine a **duração do seu anúncio**.
- **Publique e acompanhe seu anúncio**.

Além de **impulsionar publicações**, também é possível **criar anúncios** do zero para o Instagram **por meio do [Gerenciador de Anúncios do Facebook](#)**.



Curso online gratuito:
[Como usar o Instagram para vender](#)



Twitter Ads

O **Twitter Ads** é mais uma **opção de publicidade digital** nas redes sociais.

Veja como é fácil criar um anúncio:

- Crie um **perfil empresarial** no Twitter.
- Vincule seu perfil a uma **conta de anúncios** na opção “Anúncios do Twitter”.
- Defina o **objetivo da sua campanha** (alcance, visualizações de vídeo, instalações de app, seguidores, etc.).
- Escolha o **formato do anúncio** (tweet em texto, imagem, vídeo, etc.).
- Segmente seu **público-alvo** (localização, idioma, gênero, tipo de conexão, etc.).
- Defina o **orçamento** da campanha.
- Estabeleça a **duração** da campanha.
- **Publique** seus anúncios e **acompanhe o desempenho**.

Veja um exemplo de anúncio no Twitter:

Twitter

twitter.com

Google Brasil @googlebrasil

Receba pagamentos on-line de forma rápida e fácil, e com a segurança que seu negócio precisa. #crescacomogoogle

suas vendas
Cresça com o Google

Soluções para vender on-line em um só lugar.

Receba pagamentos on-line.

Venda com mais segurança!

Sem taxa de adesão.

Google + Cielo

Ofereça uma experiência de compra única ao seu cliente
cresca.withgoogle.com



6

Vendas por aplicativos: uma oportunidade de ouro!

Os **aplicativos de mensagens instantâneas** se tornaram um **canal direto** entre **empresas e consumidores**.

Da mesma forma que as redes sociais, eles podem ser usados para **oferecer atendimento, promover o negócio e — mais importante — vender**.

Hoje, o **WhatsApp está instalado em nada menos que 98% dos smartphones dos brasileiros**, segundo a pesquisa [Panorama de Mensageria](#) realizada em agosto de 2020 pela Mobile Time e pela Opinion Box.

Desses usuários, 78% afirmam se comunicar frequentemente com empresas pelo app.

Além disso, segundo uma [pesquisa da Accenture](#), **83% dos brasileiros já usam o WhatsApp** como ferramenta de **compras online**.

Não à toa, grande parte das empresas já estão **expandindo** suas **vendas no aplicativo** e aproveitando todo o potencial das mensagens rápidas.

Neste capítulo, vamos ajudar você a entrar para as estatísticas de sucesso das **vendas por apps de mensagens!**



Curso online gratuito:
[Como usar o WhatsApp para negócios](#)

6.1. WhatsApp Business: seu canal de vendas

O **WhatsApp Business** é a **versão do aplicativo** de mensagens mais famoso do mundo feita especialmente **para empresas**.

Ele se apresenta em dois tipos:

- App **WhatsApp Business gratuito** para pequenas e médias empresas.
- **API** (Application Programming Interface, ou Interface de Programação de Aplicativos) do WhatsApp Business para **integrações mais complexas** com grandes empresas.





Vamos falar sobre a versão gratuita, que é a famosa **conta comercial do WhatsApp**.

Veja como é simples criar a sua:

- **Baixe o [app do WhatsApp Business](#)** no seu smartphone ou tablet.
- **Crie sua conta comercial** com um número de **telefone exclusivo da empresa**. Se você já atendia clientes com seu número pessoal, pode fazer a migração para a versão Business (o ideal é ter um chip para cada finalidade).
- Crie seu **perfil comercial** com informações como nome da empresa, imagem (logotipo), endereço, descrição, horário de atendimento e link para site e redes sociais.

Com esses três passos, você terá sua **conta comercial** e poderá usar as seguintes **estratégias** para vender mais:

- **Criar um catálogo de produtos e serviços** que será exibido para os contatos no seu perfil.
- Criar **listas de transmissão**, com até 256 contatos, para enviar mensagens em massa com ofertas e promoções (é preciso que o cliente tenha o número do seu negócio salvo nos contatos, e te dê permissão para enviar transmissões).
- Salvar **respostas rápidas e criar etiquetas** para organizar pedidos.
- Utilizar o **[WhatsApp Pay](#)** para receber pagamentos facilmente pelo aplicativo.



Curso online gratuito:
[Use o WhatsApp Business para melhorar o seu negócio](#)

6.2. WhatsApp Pay: uma nova forma de recebimento

O [WhatsApp Pay é um sistema de pagamentos](#) online que permite a transferência de dinheiro **pelo WhatsApp**.

Ele utiliza o mesmo sistema do Facebook Pay e foi liberado no Brasil em maio de 2021. O recurso foi viabilizado através uma parceria que utiliza **toda a tecnologia da Cielo** para disponibilizar essa nova forma de **enviar e receber dinheiro** pelo **aplicativo de mensagens mais utilizado no Brasil!**

Atualmente, é **possível** usar o WhatsApp Pay para [receber pagamentos de clientes](#) diretamente na sua conta bancária em instantes.

Para isso, seus **clientes** só precisam ter um **cartão de débito ou crédito** cadastrado no **Facebook Pay** para **utilizar esse meio de pagamento**.

Para começar a **receber pelo WhatsApp**, basta **seguir os passos** abaixo:

- Selecione a **opção “Pagamentos”** no seu WhatsApp Business.
- Clique em **Facebook Pay** e escolha **“Receber pagamentos por vendas”**.
- Aceite os **termos** do **Facebook, WhatsApp e Cielo**.
- Abra uma **conta na Cielo** e informe seus **dados bancários**.
- Pronto! Sua **conta será analisada** e liberada em **até 3 dias úteis**.



Assista:
[Veja como é fácil receber pagamentos pelo WhatsApp com a Cielo](#)



6.3. Como vincular o WhatsApp ao site

Se você já usa o WhatsApp para vender, é fundamental incluir um **link direto para o app no seu site**.

O próprio **WhatsApp Business** oferece um **código simples** de usar que você pode **inserir na sua página**:

- <https://wa.me/seunumero>

No **lugar de “seu número”** você deve **inserir seu número de telefone** com o **código de país** (55 para o Brasil), conforme o **exemplo abaixo**:

- <https://wa.me/55119999999999>

Então, basta **criar um botão no seu site** e inserir esse link para **direcionar** seus visitantes a uma **conversa no WhatsApp**.

Algumas **plataformas** como Wordpress e Magento já oferecem **widgets (extensões)** prontas com a **mesma finalidade**.

6.4. Considere ainda outros aplicativos

Você pode complementar sua estratégia de vendas por aplicativos com outros apps que não são tão populares, mas vêm crescendo continuamente.

Veja alguns exemplos:





Messenger

O **Facebook Messenger** é o segundo app de mensagens mais usado no Brasil, com **77 milhões de usuários**.

Se você tem uma **página no Facebook**, vale a pena **usar esse aplicativo** para **promover seus produtos** e serviços e **converter novas vendas**.

Você ainda pode usar **chatbots (robôs de conversação)** para **automatizar as conversas** e agilizar as conversões.

Telegram

O **Telegram** está presente em **45% dos celulares do Brasil** e é conhecido como a **primeira alternativa ao WhatsApp**.

Ele é muito usado em estratégias de **nutrição e qualificação de leads** no marketing digital, pois facilita o **compartilhamento de conteúdos** com grupos de consumidores.

Logo, é um **canal de vendas promissor** para posicionar sua empresa e aproveitar as **novas oportunidades** que irão surgir.



7

**Primeiros passos:
monte sua estratégia
para começar**



Depois desse mergulho no universo das mídias digitais, chegou a hora de **criar sua estratégia** para dar os **primeiros passos nas vendas online**.

Você já deve ter uma ideia do que **funciona melhor para o seu negócio**, mas vamos ajudar com alguns **direcionamentos** importantes.

Acompanhe:

7.1. Quais canais devo priorizar?

Antes de **escolher** os **canais de venda e divulgação** da sua empresa, é importante entender **para quem você pretende vender**.

Um conceito muito útil no marketing é a **persona**, que é um **personagem** semifictício que **representa o cliente ideal** da sua empresa.

Em vez de definir um público-alvo amplo, como mulheres solteiras de 18 a 30 anos moradoras do Rio de Janeiro, você pode **pesquisar** mais a fundo os **perfis dos seus clientes** e **criar personas** que aproximem sua marca dos seus consumidores.

Veja um **exemplo**:

“

Luiza, 25 anos, casada. Mora no Rio de Janeiro, trabalha em uma agência de publicidade e faz pós-graduação em Business Intelligence. Gosta de andar de bicicleta e procura produtos que facilitem sua rotina para ter mais tempo para os esportes e a família.

”

Com esse tipo de descrição, você terá uma **imagem mais fiel** da realidade dos seus clientes e poderá escolher os **canais mais próximos** desses perfis.

Nesse caso, se o seu **público** é jovem, feminino e de classe média, você poderia **direcionar sua estratégia** para Google, WhatsApp, Facebook, YouTube, Instagram e TikTok, por exemplo.

O importante é se **basear em dados reais** dos seus consumidores para **criar as personas** e **escolher os canais** que mais combinam com elas.



Curso online gratuito:
Como conhecer e fidelizar clientes

7.2. Quanto devo investir em mídia digital?

O valor do **investimento em mídias digitais** é uma decisão muito individual e **depende da realidade de cada empreendedor**.

De acordo com a pesquisa [Maturidade do Marketing Digital e Vendas no Brasil](#), realizada pelas empresas Resultados Digitais, Rock Content e Mundo do Marketing, a **maioria das empresas** brasileiras costumam **reservar entre 1% e 2% de seu faturamento** para essa área.

Você pode **seguir essa lógica** de reservar uma parte dos seus ganhos e, gradualmente, **aumentar a porcentagem** conforme **comprovar os resultados**.

Para isso, é **essencial mensurar** o desempenho das suas campanhas e **entender o que funciona melhor** para a sua empresa na internet.

7.3. Como medir os resultados das minhas ações?

Um dos grandes diferenciais da mídia digital é a **abundância de ferramentas** que permitem **mensurar a performance** das suas campanhas e ações.

Para começar, você **acompanha métricas** do seu site ou blog como **tráfego**, número de **visitas**, **duração das sessões**, taxa de **rejeição** e muito mais por meio do [Google Analytics](#).

Você também pode usar o [Google Search Console](#) para entender o **desempenho das suas páginas** em relação ao **SEO**, que vimos anteriormente.

Já as plataformas **Facebook Ads**, **Instagram Ads** e **Twitter Ads** têm suas **próprias soluções** de analytics que **mostram estatísticas** como número de **pessoas alcançadas** e fãs, **seguidores** conquistados, **cliques** em links, **engajamento** (curtidas, comentários e compartilhamentos), custo por cliques, etc.

De modo geral, **tudo na Internet é mensurável** e você sempre saberá o que está funcionando e o que não está — um diferencial e tanto para **investir corretamente**.



Dicas online:

[Melhores práticas de marketing digital para pequenas empresas](#)



8

Como a Cielo ajuda você a vender online



Se você ficou **empolgado para vender online** e finalmente levar seu negócio para a Internet, mas quer **ferramentas que facilitem** essa tarefa, pode **contar com a Cielo**.

Com as **soluções Cielo Digi**, você tem todos os recursos que precisa para tirar a transformação digital do seu negócio do papel e colocar o aprendizado deste guia em prática.



Assista:
[Cielo Digi, para um mundo em transformação](#)

Veja alguns produtos exclusivos que podem ajudar no dia a dia do seu negócio:

- [API E-commerce](#) para **começar a vender online** com um sistema robusto, modular, personalizável e de fácil instalação.
- [Checkout Cielo](#) para **simplificar a experiência de compra** do seu cliente e aceitar vários meios de pagamento.
- [Super Link](#) para **enviar links de pagamento para seus clientes** por redes sociais e WhatsApp, de forma prática e com direito a entrega integrada.
- Solução de [Pagamento por WhatsApp](#) para você **enviar e receber dinheiro** com tranquilidade e segurança.
- Gerador de [QR Code](#) para **aceitar os mais diversos meios de pagamento** e democratizar seu negócio.
- Solução de [Pagamento por Aproximação](#) para **facilitar ainda mais a vida do seu cliente**.
- [App Cielo Gestão](#) para **cuidar do seu negócio** na palma da sua mão.
- [Canais Digitais](#) para **controlar seu negócio** através do site ou app.
- [Empréstimo Receba Mais](#) para **acessar opções de crédito** do seu jeito com contratação simples.

- **Cielo Farol** para **personalizar sua análise de dados** e tomar decisões acertadas.
- **LIO** para **ter tudo em uma maquininha** só: **pagamento** e **gestão** do seu negócio.
- **Conta Digital** para ter **anuidade grátis**, cartão internacional e ferramentas de gestão.
- Solução para **receber e enviar Pix** 24 horas por dia, 7 dias por semana.



E claro: **mais de 70 cursos gratuitos** para acelerar a **digitalização do seu negócio** e ajudar você a **dominar as mídias digitais**.

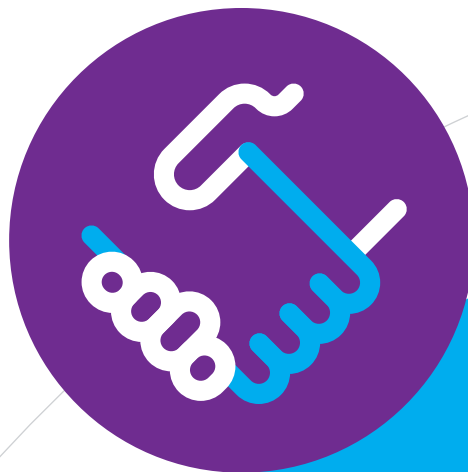


E então, se **sente mais preparado** para vender online?

Esperamos que **este conteúdo seja apenas o primeiro passo** de uma longa caminhada em direção ao **sucesso do seu negócio na Internet**.

E lembre-se: a Cielo é sua parceira nessa jornada de transformação digital.

Sempre que tiver **receio de explorar** um novo recurso online, **releia este conteúdo** e **renove sua confiança** nas estratégias digitais! ;)



cielo

Como vender na Internet
usando as Mídias Digitais



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