

# Conhecimentos Gerais - Importante para seu E- commerce

Pontos importantes para saber no seu e-commerce

- Estratégia inicial para lojas virtuais que estão começando
- Ferramentas do Google
- Como gerar o Tráfego Orgânico para sua loja online
- Diferenças entre o Tráfego Orgânico e Tráfego Pago
- O que é o Google Search Console e suas principais funções
- O que é o Google Analytics e a importância de integrar ele na sua loja virtual
- O que é o Google Merchant Center e sua importância
- O que é o Google Workspace e como utilizar no seu negócio
- Por que estar no Google meu Negócio?
- Investir no Google Ads, vale a pena?
- Recuperação de Carrinhos Abandonados
- Como ter bom número de acessos em sua loja?
- Fluxos de aprovações

- Bloqueio de preços
- Desconto Progressivo
- Grupo de Clientes
- Integração com sistema ERP
- Relatório
- Guia de Uso da Inteligência Artificial na minha loja virtual

# Estratégia inicial para lojas virtuais que estão começando

Esta documentação é uma sugestão inicial para lojas virtuais que estão começando sua jornada e desejam iniciar uma estratégia de tráfego.

É importante observar que ela não leva em consideração cenários individuais de uma empresa em específico, sendo assim alguns dos pontos sugeridos abaixo poderiam não ser os ideais para alguns cenários mais complexos.

Este manual é então um ponto de partida, longe de ser uma regra de bolso que sempre dá certo, e sim um começo para quem está iniciando sua jornada de vendas online e gostaria de ter uma base.

Utilize este material com sabedoria, aplicando os conceitos gerais em sua própria estratégia, removendo e adaptando conforme a sua necessidade.

Esperamos que seja de bom proveito, e se houver sugestões para melhoria do mesmo, estamos abertos às mesmas, no chat e no e-mail [web@tryideas.com.br](mailto:web@tryideas.com.br).

## 1 - Ferramentas essenciais

### a) Instalar o Google Analytics

Com ele você poderá acompanhar seu tráfego, ele será a ferramenta que apresentará a você os acessos, origens e comportamentos do cliente durante a navegação em sua loja virtual.

#### b) Instalar o Meta Pixel (facebook pixel)

Com ele você poderá acompanhar seu tráfego vinculando com a análise das redes sociais da Meta, trazendo comportamentos e dados qualitativos dos visitantes, bem como iniciar uma marcação de públicos para posteriormente anunciar para os mesmos.

#### c) Ferramenta para recuperação de carrinhos (cartstack ou similar)

Uma ferramenta como a [cartstack.com.br](https://www.cartstack.com.br) permitirá que você faça retentativas de venda para clientes que acessem o site e abandonem seu produto no carrinho, auxiliando na melhora da conversão dos visitantes em clientes.

#### d) Ferramenta para popups e capturas de e-mails na página (getsitekit ou similar)

Uma ferramenta como a [getsitekit.com](https://www.getsitekit.com) permitirá que você apresente aos visitantes, formas interativas de coletar os e-mails deles ou anunciar informações especiais de alguma campanha sob determinadas condições.

#### e) Ferramenta para disparos de e-mail marketing (mailbiz ou similar)

Uma ferramenta de disparos de e-mails como a [mailbiz.com.br](https://www.mailbiz.com.br) permitirá que você dispare e-mails para listas coletadas na ferramenta anterior com uma qualidade na taxa de entrega, contando com o suporte de uma empresa brasileira especialista em aumentar a conversão de e-mails enviados em compras na loja virtual.

#### f) Tags de acompanhamento do Google Ads

Para utilizar a ferramenta de anúncios do Google para gerar tráfego pago para a loja virtual, utilizando os públicos captados no Analytics, em anúncios de remarketing, você precisa instalar as tags de acompanhamento do Google Ads na loja virtual.

#### g) Configure sua conta no Google Search Console

Essa ferramenta servirá para você analisar seu tráfego orgânico indexado no Google, ela apresentará eventuais problemas de indexação para que sejam feitas correções e otimizações em urls que desejar indexar, bem como a solicitação inicial de indexação da loja pelo Google.

## 2 - Jornada de anúncios e aquisição de clientes

#### a) Topo de funil - Descoberta

Nessa etapa, a finalidade é gerar interesse em públicos mais genéricos para coletar os interessados no site e posteriormente ir afinando o público. Faça anúncios no facebook, instagram, rede de display do google e youtube se houverem vídeos.

#### b) Meio de funil

Aos públicos já impactados, manter entre 7 e 60 dias do impacto inicial, anúncios de remarketing ou ainda maior amadurecimento dos públicos da jornada para classificar melhor os públicos que tenham mais interesse. Aqui a sugestão é mesclar anúncios visuais (facebook/instagram/youtube/display) com anúncios em palavras chave na rede de pesquisa do google.

#### c) Fim de funil - Conversão

Realize anúncios no Google em palavras-chave mais diretas aos seus produtos, principalmente para públicos já impactados e quentes (remarketing).

#### d) Campanhas Sazonais (natal, black friday, entre outras)

A todo o tempo dessa estratégia de anúncios, pode haver uma recorrência de promoções diversas para serem utilizadas nos criativos, para campanhas sazonais. Cada campanha teria então o seu funil.

#### e) Remarketing em outros canais

Durante as atividades de anúncios no seu funil de vendas, utilize remarketing para clientes via e-mail marketing, whatsapp ou outra ferramenta que você utilize para contato com seus visitantes.

### 3 - Estratégia de listas de e-mails e e-mail marketing

Coletar como for possível, os e-mails de possíveis clientes (atenção à boas práticas para estar adequado à LGPD). Será um dos dados mais valiosos para sua estratégia de longo prazo. Uma sugestão seria coletar o email no site através de popups para que ele se cadastre e ganhe um cupom de boas vindas, acionando a popup quando houver intenção do cliente de fechar o site.

Nessa estruturação das listas, ir realizando disparos de e-mails via ferramenta de e-mail marketing, em dias alternados da semana, para ir separando na lista geral os mais engajados/compradores, que mais acessam os e-mails. E também classificando quais horários e dias são mais interessantes para cada lista de e-mails que você segmentar. Mesclar disparos recorrentes com disparos de e-mails de campanhas sazonais (ex natal, black friday, etc).

### 4 - Monte uma estratégia de parceiros/afiliados

Busque vários pequenos influenciadores, que possam divulgar sua loja mediante a um repasse de comissão quando houverem vendas, e garimpe dentre eles os que tem potencial para gerarem maior engajamento com os públicos. Uma parceria bem feita com vários pequenos influenciadores pode ser mais significativa do que contratar um influencer famoso para poucas ações.

### 5 - Continuidade da estratégia

Você deve repetir todo o ciclo, tentando reclassificar novamente os esquecidos, garimpando dentre

eles novos clientes que não tenham sido convencidos anteriormente, bem como melhorando seus processos para que a sua estratégia fique mais alinhada ao seu negócio e clientes.

Como o propósito desta documentação é ser simples e uma checklist de atividades, não exploramos completamente as explicações mais detalhadas sobre cada uma das ferramentas. Para isso, você pode consultar o nosso livro Conhecimentos Gerais - Importante para seu e-commerce, onde detalhamos mais cada uma das etapas, e também o livro Glossário do e-commerce onde explicamos alguns dos principais termos relacionados e utilizados no mercado de e-commerce.

# Ferramentas do Google

O Google oferece diversas ferramentas que são utilizadas em diversas finalidades, desde melhorar a visibilidade nas buscas, ser encontrado fisicamente, vender mais, alcançar novos públicos, monitoramento de indexação, melhora na produtividade e consegue acompanhar várias métricas para o crescimento de sua empresa.

## Ferramentas do Google mais populares:

1. Google Workspace
2. Google Search Console
3. Google Shopping
4. Google Ads
5. Google Analytics
6. Google Meu Negócio
7. Google Tag Manager

Todas possuem uma grande variedade de funcionalidades, é importante conhecer todas elas e se possível, dominar a utilização. Pois com isso você consegue alcançar um novo nível com o seu negócio e poder impulsionar ele cada vez mais!



# Como gerar o Tráfego Orgânico para sua loja online

Na sua loja online, você pode obter o seu público através de duas formas, sendo o Tráfego Pago e o Tráfego Orgânico.

Resumidamente, o tráfego orgânico é o modelo onde os seus possíveis clientes acessam a sua loja online através de pesquisas contendo termos, palavras chaves do Google, redes sociais, sem que seja necessário investir um valor em anúncios para que essas pessoas sejam alcançadas.

É uma estratégia muito inteligente quando trata em investir nesse modelo, pois apesar do tráfego pago ser importante, o orgânico é de extrema importância e possibilita maximizar ainda mais os seus lucros. Não sendo necessário investir um capital diretamente para poder "chamar a atenção" do seu possível cliente. Pois seguindo alguns passos que veremos nessa documentação, podemos garantir um bom fluxo orgânico enquanto o site existir, de forma gratuita, garantindo a qualificação das pessoas que realmente se interessam pelo seus produtos ou serviços.

Nessa documentação, vamos aprender um pouco mais em como gerar um tráfego orgânico em sua loja online e as melhores formas de aprender a gerar esses acessos.

Sem mais enrolações, vamos para os passos.

## 1. Redes Sociais

Normalmente, uma empresa que parte para uma loja online já está posicionada, sendo consolidada com uma loja física ou até mesmo tendo toda a sua operação online através das Redes Sociais.

Atualmente as redes sociais possuem um grande poder de influência, alcance e conteúdo. Se tornando uma das partes mais importantes para uma empresa que está no ramo online.

Com isso, não economize em postar seus produtos, criar stories, reels virais, blogs e todos os outros meios disponíveis para gerar mais alcance e engajamento.

Dessa forma é mais provável que o seu conteúdo pode ser visto, acessado e até mesmo comprado de uma forma totalmente orgânica que ainda consegue te trazer muitos outros benefícios.

## **2. SEO**

O SEO (Search Engine Optimization) é um dos mecanismos mais importantes para você que quer ser encontrado de forma orgânica no Google.

Pode ser preenchido em quase todos os campos de sua loja online. Sendo tanto das categorias, produtos e páginas adicionais, facilitando assim ainda mais a busca exata pelo termo do possível cliente.

Saiba que trabalhar um ótimo SEO não é uma tarefa fácil, mas existem bons profissionais e inúmeros conteúdos na internet que podem te ajudar e muito a fazer um bom trabalho em sua loja.

Caso queira saber mais como preencher o SEO em sua loja Magento, temos duas documentações explicando como realizar esse processo:

- Aprenda a configurar o SEO no Magento 1.9
- Aprenda a configurar o SEO no Magento 2.4

## **3. Títulos**

O título possui duas principais funções, a primeira é de atrair a atenção do cliente e a segunda é ser compreendido facilmente pelos mecanismos de busca do Google, que são responsáveis pela classificação da sua busca.

É importante colocar um título claro, de fácil entendimento, contendo uma palavra-chave, evitando ser muito longo ou muito curto.

Isso vai ser um ponto fundamental para melhorar ainda mais a chance do buscador acessar a sua loja!

## **4. Palavras chaves**

São grandes responsáveis pela busca no site, pois os buscadores analisam as páginas e entregam para o cliente de forma responsiva com o que está buscando.

Por isso é importante estar em mente toda vez que estiver criando uma descrição ou um título, textos, palavras e frases que façam sentido serem utilizadas para encontrar essa página ou produto.

## **5. Cliente em Potencial**

Além de criar conteúdos, utilizar o SEO e ter títulos chamativos, você deve focar no principal, no cliente em potencial!

Pois nada importa no desenvolvimento de todos os outros campos, se o seu cliente não gostar, não ser atraído ou não fechar uma compra. O seu primeiro passo será entender qual é o perfil desse cliente, se adaptar a ele e entender qual a melhor maneira de chamar a sua atenção para o foco final, a compra.

## **Conclusão**

Depois dessa breve explicação, agora você pode estar falando que possui uma base do que é tráfego orgânico, trazendo um público qualificado para a sua loja. Pode estar estudando ainda mais a fundo cada um dos pontos e ir aplicando em sua loja.

Espero que tenha sido claro as explicações, mas lembrando que são alguns tópicos que reforçamos para os lojistas que estão nesse mundo das vendas digitais.

### **Quer resultado rápido?**

Caso queira um resultado mais rápido para a sua loja, conheça o Tráfego Pago e seus benefícios.

Qualquer coisa, sinta-se à vontade de entrar em contato conosco através do número (45) 98817-0144 ou clique [aqui](#).

# Diferenças entre o Tráfego Orgânico e Tráfego Pago

Caso você já esteja conhecendo como funciona a internet, provavelmente já se deparou com esses dois termos, tráfego orgânico e o tráfego pago. São os dois termos muito procurados e úteis para a sua loja online, mas você sabe dizer qual a diferença, vantagens e desvantagens de cada um?

Hoje vamos esclarecer um pouco mais sobre o que é o tráfego, suas vias e como você pode se beneficiar dessas estratégias.

## Quais as diferenças entre o Orgânico e o Pago:

Essas nomenclaturas diferencia o formato que um visitante chega em seu site.

### Tráfego Orgânico

- **Resultado:** O resultado em geral leva tempo para surtir um efeito relevante, porém tudo depende da qualidade de otimização, posicionamento e competitividade do segmento.
- **Custo:** O Tráfego Orgânico pode ser feito sem custos, porém um bom resultado pode necessitar de estudos ou um experiente na área.
- **Visitantes:** Os resultados serão de pesquisas não pagas, como no buscador do Google, Bing, Yahoo, redes sociais, entre outros.
- **Estratégia:** Otimização de busca, SEO e construção de bons conteúdos.
- **Vantagens:**
  - Um público altamente qualificado, com os visitantes genuinamente interessados em sua loja.
  - Ótimo custo benefício, pois pode ser realizado sem custos.

- Após um tempo, pode gerar visitas constantes.

- **Desvantagens:**

- O resultado não é imediato e muitas vezes é inconsistente no início.
- Requer um bom tempo para organizar o conteúdo e otimizar o site.

## Tráfego Pago:

- **Resultado:** Resultados rápidos, controláveis e direcionadas para o local desejado.
- **Custo:** Necessita de um investimento em publicidade, variando de acordo com a estratégia desejada.
- **Visitantes:** Visitantes atraídos pelas publicidades, podendo não ser inicialmente um público qualificado.
- **Estratégia:** Criação de anúncios chamativos para o público alvo, que consigam captar o clique do cliente. Sendo em imagem, vídeo, storie ou outros modelos.
- **Vantagens:**
  - Resultados rápidos para locais desejados.
  - Alcance muito maior e segmentado.
  - Recomendado para campanhas promocionais e lançamentos.
- **Desvantagens:**
  - Requer um investimento e dependendo do segmento, acaba sendo um alto valor por conta do mercado.
  - O público abordado pode não qualificado ou que realmente irá adquirir os seus produtos, podendo ser apenas um curioso do seu conteúdo.
  - Requer um investimento recorrente para sustentar o número de visitas.

## Conclusão:

Caso você esteja começando o seu negócio e quer buscar resultados rápidos e controlados, mas não se preocupa inicialmente com o investimento, nesse caso vamos recomendar a utilização do tráfego pago. Porém, em longo prazo o tráfego orgânico é mais sustentável e assertivo.

Por isso, recomendamos desde o primeiro momento começar a investir no tráfego orgânico, para colher antes os resultados e caso tenha disponibilidade, investir no tráfego pago movimentar ainda mais a sua loja online.

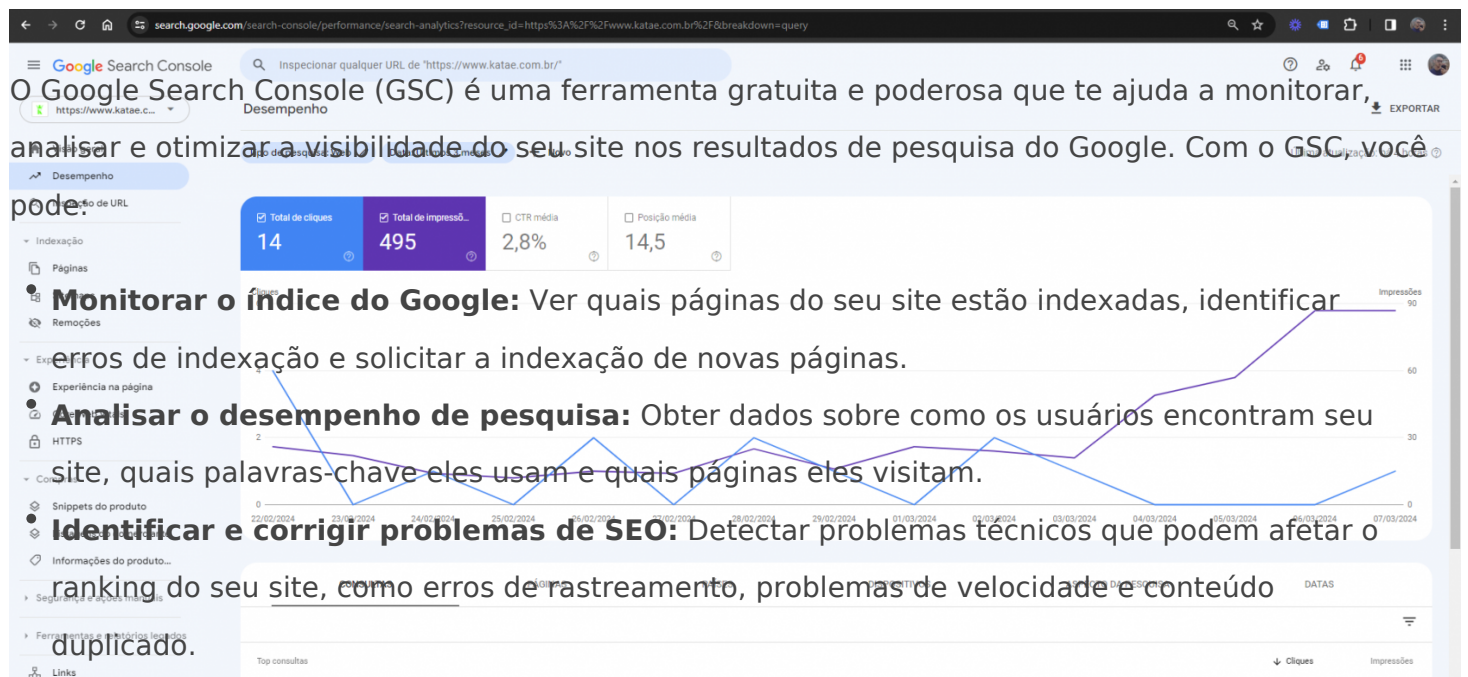
**E não esqueça**, sempre monitore e analise o desempenho de cada tráfego, para reconhecer os resultados e poder otimizar ainda mais o seu potencial.

Caso queira gerar um tráfego orgânico em sua loja online, recomendo ler a nossa documentação explicando como potencializar essa estratégia clicando [aqui](#).

Qualquer coisa, sinta-se à vontade de entrar em contato conosco através do número (45) 98817-0144 ou clique [aqui](#).

# O que é o Google Search Console e suas principais funções

O Google Search Console (GSC) é uma ferramenta gratuita e poderosa que te ajuda a monitorar, analisar e otimizar a visibilidade do seu site nos resultados de pesquisa do Google. Com o GSC, você pode:



The screenshot shows the Google Search Console interface for the URL 'https://www.katae.com.br/'. It displays performance metrics: Total de cliques (14), Total de impressões (495), CTR média (2,8%), and Posição média (14,5). Below these is a line chart showing Impressões (purple line) and Cliques (blue line) from 22/07/2024 to 07/03/2025. The left sidebar lists various tools like Indexação, Páginas, Remoções, etc.

- **Monitorar o índice do Google:** Ver quais páginas do seu site estão indexadas, identificar erros de indexação e solicitar a indexação de novas páginas.
- **Analisar o desempenho de pesquisa:** Obter dados sobre como os usuários encontram seu site, quais palavras-chave eles usam e quais páginas eles visitam.
- **Identificar e corrigir problemas de SEO:** Detectar problemas técnicos que podem afetar o ranking do seu site, como erros de rastreamento, problemas de velocidade e conteúdo duplicado.
- **Melhorar a visibilidade do seu site:** Encontrar oportunidades para otimizar o seu site para o Google, como usar palavras-chave relevantes e criar títulos e descrições atraentes.

## Funções Essenciais do Google Search Console:



## Índice do Google:

- **Cobertura:** Verifique quais páginas do seu site estão indexadas no Google, identifique erros e envie novas URLs para indexação.
- **Sitemaps:** Envie e gerencie sitemaps para facilitar a indexação do seu site pelo Google.
- **Remoções:** Solicite a remoção de URLs indesejadas do índice do Google.

## Desempenho de Pesquisa:

- **Análise de pesquisa:** Obtenha dados sobre impressões, cliques, CTR e posição média para suas palavras-chave.
- **Relatórios de pesquisa:** Explore relatórios detalhados sobre dispositivos, países, consultas e páginas de destino.
- **Links:** Analise os links internos e externos que apontam para o seu site.

## Problemas de SEO:

- **Erros de rastreamento:** Identifique e corrija erros que impedem o Google de rastrear seu site.
- **Problemas de segurança:** Receba alertas sobre malware e outras vulnerabilidades em seu site.
- **Problemas de AMP:** Monitore a performance de suas páginas AMP.

## Melhorias:

- **Dados estruturados:** Teste e valide a implementação de dados estruturados em seu site.
- **Usabilidade móvel:** Verifique se seu site é compatível com dispositivos móveis.
- **AMP:** Configure e monitore suas páginas AMP.

# Benefícios de Usar o Google Search Console:

- **Melhorar o ranking do seu site:** Ao identificar e corrigir problemas de SEO, você pode melhorar o ranking do seu site nos resultados de pesquisa do Google.

- **Aumentar o tráfego orgânico:** Atrair mais visitantes para o seu site através de uma melhor visibilidade nas pesquisas.
- **Compreender o comportamento do usuário:** Obter insights valiosos sobre como os usuários encontram e interagem com seu site.
- **Tomar decisões de SEO mais inteligentes:** Basear suas decisões de SEO em dados concretos e confiáveis.

Agora que conseguimos entender um pouco mais sobre a importância do uso dessa ferramenta, precisamos realizar a configuração da mesma.

Abordamos na documentação a seguir como configurar o Google Search Console.

[ [Link](#) ]

# O que é o Google Analytics e a importância de integrar ele na sua loja virtual

O Google Analytics é uma poderosa ferramenta de análise de dados oferecida pelo Google. Ela permite que os proprietários de sites e lojas virtuais monitorem e analisem o tráfego em seus sites, fornecendo uma visão detalhada do comportamento dos visitantes.

Alguns dos principais recursos do Google Analytics incluem:

1. **Monitoramento de Tráfego:** O Google Analytics fornece informações sobre o número de visitantes, de onde eles vêm, quanto tempo permanecem no site e quais páginas visitam.
2. **Origem do Tráfego:** Ele identifica a origem do tráfego do site, incluindo mecanismos de pesquisa, mídias sociais, referências de outros sites e campanhas de marketing.
3. **Análise de Conversões:** O Google Analytics permite rastrear metas e conversões, como vendas em uma loja virtual, envios de formulários, inscrições em boletins informativos, entre outros.
4. **Análise de Comportamento do Usuário:** Ele fornece informações detalhadas sobre o comportamento do usuário, incluindo quais páginas são mais populares, taxas de rejeição, caminhos de navegação e muito mais.
5. **Segmentação de Público:** Você pode segmentar seu público com base em diferentes critérios, como localização geográfica, dispositivo usado, interesse e comportamento de

navegação.

6. **Relatórios Personalizados:** É possível criar relatórios personalizados para atender às necessidades específicas da sua loja virtual.

Integrar o Google Analytics à sua loja virtual é de extrema importância por várias razões:

1. **Entender o Comportamento do Cliente:** O Google Analytics fornece informações valiosas sobre como os clientes interagem com sua loja online. Isso inclui quais produtos são mais populares, quanto tempo os clientes passam em cada página, onde abandonam o processo de compra, entre outros dados cruciais.
2. **Otimização da Experiência do Usuário:** Com base nos dados do Google Analytics, você pode identificar áreas problemáticas em sua loja virtual e fazer ajustes para melhorar a experiência do usuário. Isso pode levar a taxas de conversão mais altas e a uma melhor retenção de clientes.
3. **Análise de Eficácia de Marketing:** Você pode rastrear o desempenho de suas campanhas de marketing, identificando quais canais estão gerando mais tráfego e conversões. Isso ajuda a direcionar seus esforços de marketing de forma mais eficaz e alocar recursos onde têm maior impacto.
4. **Tomada de Decisão Baseada em Dados:** Com insights precisos fornecidos pelo Google Analytics, você pode tomar decisões comerciais fundamentadas e estratégicas para o crescimento de sua loja virtual.

Em suma, integrar o Google Analytics à sua loja virtual oferece uma visão abrangente do desempenho do seu site, permitindo que você tome medidas informadas para melhorar a experiência do usuário, aumentar as conversões e impulsionar o crescimento do seu negócio online.

Se possui dúvidas e dificuldade em realizar a integração, chame nossa equipe de suporte através do chat e vamos auxiliar você.

# O que é o Google Merchant Center e sua importância

O Google Merchant Center é uma plataforma fornecida pelo Google que permite aos comerciantes enviar informações sobre seus produtos para que possam ser exibidos em diferentes serviços do Google, como Google Shopping, Google Ads e Google Commerce Search. Basicamente, é uma interface onde os comerciantes podem gerenciar e promover seus produtos online.

A importância do Google Merchant Center pode ser entendida através de seus benefícios:

1. **Exibição de Produtos no Google Shopping:** Ao enviar seu feed de produtos para o Google Merchant Center, seus produtos têm a chance de serem exibidos nos resultados de pesquisa do Google Shopping, uma seção específica do Google dedicada a listagens de produtos. Isso aumenta a visibilidade dos seus produtos para usuários que estão pesquisando por produtos semelhantes.
2. **Anúncios de Produtos no Google Ads:** Você pode usar os dados do Google Merchant Center para criar anúncios de produtos altamente segmentados no Google Ads. Esses anúncios podem ser exibidos em várias partes da rede de anúncios do Google, direcionando usuários interessados diretamente para os produtos que você está vendendo.
3. **Informações Detalhadas sobre Produtos:** Ao enviar informações detalhadas sobre seus produtos, como título, descrição, preço e imagem, para o Google Merchant Center, você ajuda o Google a entender melhor o que você está vendendo e a exibi-lo para usuários relevantes. Isso pode aumentar as chances de conversão, pois os usuários têm uma

compreensão clara do produto antes de clicar no link.

4. **Segmentação e Controle:** O Google Merchant Center oferece opções avançadas de segmentação e controle sobre como seus produtos são exibidos. Você pode definir orçamentos, ajustar lances, segmentar público-alvo específico e muito mais para maximizar o retorno sobre o investimento em publicidade.

Em resumo, o Google Merchant Center é uma ferramenta essencial para comerciantes que desejam promover e vender seus produtos online. Ele oferece uma maneira eficaz de alcançar usuários interessados, aumentar a visibilidade dos produtos e impulsionar as vendas através de anúncios altamente direcionados e listagens nos resultados de pesquisa do Google Shopping.

### **Eu devo subir o xml de produtos no merchant center e também no google shopping?**

Sim, você deve subir o XML de produtos tanto no Google Merchant Center quanto no Google Shopping. Na verdade, o Google Merchant Center é a plataforma onde você envia seu feed XML de produtos, e o Google Shopping é o serviço do Google que exibe esses produtos nos resultados de pesquisa.

Aqui está como funciona:

1. **Envio do XML de Produtos para o Google Merchant Center:**
  - Você cria um feed XML de produtos com todas as informações detalhadas sobre os produtos que deseja vender online, como título, descrição, preço, URL da imagem, disponibilidade, entre outros.
  - Em seguida, você faz o upload desse feed para o Google Merchant Center.
  - O Google Merchant Center processa esses dados e os torna disponíveis para uso em diferentes serviços do Google, incluindo o Google Shopping e o Google Ads.
2. **Exibição dos Produtos no Google Shopping:**
  - Com os dados do feed XML de produtos carregados no Google Merchant Center, seus produtos podem ser exibidos nos resultados de pesquisa do Google Shopping quando

os usuários procuram por produtos semelhantes.

- Os produtos são exibidos com uma imagem, título, preço e outras informações relevantes, permitindo que os usuários encontrem facilmente o que estão procurando.

Portanto, ao subir o XML de produtos no Google Merchant Center, você está essencialmente alimentando o Google Shopping com os dados dos seus produtos. Isso garante que seus produtos sejam incluídos nos resultados de pesquisa do Google Shopping, onde podem ser vistos e comprados por usuários interessados.

-

# O que é o Google Workspace e como utilizar no seu negócio

O Google Workspace é um aglomerado de ferramentas para produtividade, onde você e sua equipe podem centralizar as ferramentas essenciais para utilizarem no dia a dia com um armazenamento de dados em nuvem. Utilizado por empresas de diversos tamanhos e uma grande variedade de aplicativos.

## Armazenamento em nuvem

Tenha a segurança de salvar todos os seus dados na nuvem, sem correr o risco de poder perder os dados localmente, facilitando ainda mais possibilidade de acessar os dados de qualquer local e aumentar ainda mais a segurança.

Por ser em nuvem, você tem a possibilidade da colaboração em tempo real. Utilizando as ferramentas através da sua conta e podendo trabalhar em documentos, preencher planilhas e apresentar com outros membros da sua equipe. Mesmo estando em outra sala, local, cidade ou país!

## Quais são as ferramentas?

A disponibilidade das ferramentas pode variar de acordo com o seu plano.



## Comunicação e colaboração:

- Gmail
- Google Agenda
- Google Chat
- Google Meet
- Google Sites

## Produtividade:

- Google Docs
- Google Sheets
- Google Slides
- Google Forms
- Google Keep

## Armazenamento e segurança:

- Google Drive
- Google Vault
- Google Cloud Search
- Google Admin

## Ferramentas adicionais:

- Google Calendar
- Google Jamboard
- Google Cloud Platform
- Google Workspace Marketplace

Essas ferramentas são muito bacanas e vale a pena conhecer. Acabei deixando em **negrito** as ferramentas mais utilizadas e que vale a pena conhecer.

É interessante conhecer e caso faça sentido para o seu negócio, buscar dominar a utilização

para poder usufruir e melhorar o trabalho da sua equipe.

Para conseguir aproveitar as ferramentas, é interessante que todos da sua equipe busquem o conhecimento e a vontade de aprender a utilizar. Assim é possível desempenharem ainda mais as tarefas e concluir suas demandas.

# Por que estar no Google meu Negócio?

Nos dias atuais o Google é uma ferramenta essencial na pesquisa e localização de inúmeras informações. É indispensável para o mundo de lojas online e o Google Meu Negócio (GMN ou GMB) também faz parte desse conjunto, pois além de possibilitar aos clientes que sua loja realmente existe, também pode trazer mais credibilidade para uma possível compra e até mesmo poder gerar uma venda para novas pessoas que não conheciam a sua loja online.

## E quais são os benefícios?

Existem alguns pontos importantes a serem levados em consideração, mas são todos benéficos, sendo eles:

### Maior visibilidade online:

- **Ser visto nas pesquisas:** Quando um possível cliente pesquise no Google por produtos ou serviços que estejam na região, o Google tende a indicar mais e a ranquear melhor a sua empresa.
- **Destaque no Google Maps:** Dentro do Google Maps a sua empresa pode ser encontrada e possibilitando o preenchimento de muitas informações importantes para o seu cliente, como número de contato, horário de funcionamento, localização e a possibilidade de inserir o link de sua loja online.

### Construção de autoridade e confiança:

- **Informações corretas:** Mantenha as informações do seu negócio atualizadas e precisas,

demonstrando profissionalismo e confiabilidade aos clientes.

- **Avaliações e comentários:** Incentive clientes a deixar avaliações e responda-as com atenção, mostrando que você se preocupa com a opinião deles e busca aprimorar seus serviços.
- **Fotos e vídeos:** Mostre o interior da sua loja, os produtos e os serviços que oferece através de fotos e vídeos de alta qualidade, criando uma experiência mais atraente para os clientes.

## Comunicação direta com os clientes:

- **Interação em tempo real:** Responda a perguntas e comentários dos clientes diretamente na plataforma, demonstrando agilidade e atenção ao público.
- **Mensagens:** Permita que os clientes entrem em contato com você através de mensagens, facilitando o relacionamento e a resolução de dúvidas.
- **Promoções e eventos:** Divulgue promoções, eventos e novidades da sua empresa diretamente no GMB, mantendo os clientes informados e engajados.

## Análise e insights valiosos:

- **Acompanhamento de desempenho:** Obtenha dados sobre como as pessoas estão encontrando sua empresa no Google, como visualizações, cliques e ligações, para otimizar suas estratégias.
- **Identificação do público:** Entenda melhor o perfil dos seus clientes, como localização, interesses e horários de acesso, para direcionar suas ações de marketing de forma mais eficaz.

## Aumento das vendas:

- **Atração de novos clientes:** A maior visibilidade online e a construção de autoridade atraem novos clientes para sua empresa, tanto física quanto online.
- **Fidelização de clientes:** A comunicação direta, o atendimento ágil e a demonstração de interesse na opinião dos clientes contribuem para fidelizá-los e aumentar a recorrência de compras.
- **Maior conversão:** As informações completas, avaliações positivas e a presença no Google Maps facilitam a decisão de compra dos clientes, aumentando as chances de conversão.

## Otimização do Google Meu Negócio para resultados ainda melhores:

- **Crie e complete seu perfil:** Forneça todas as informações necessárias, como nome da empresa, endereço, telefone, horário de funcionamento, website, fotos e descrição dos produtos ou serviços.
- **Verifique e atualize as informações:** Mantenha as informações do seu perfil sempre atualizadas e precisas para garantir a confiabilidade e relevância da sua empresa.
- **Publique fotos e vídeos:** Mostre o interior da sua loja, os produtos e os serviços que oferece através de fotos e vídeos de alta qualidade.
- **Responda a avaliações e comentários:** Interaja com seus clientes respondendo a avaliações e comentários, tanto positivos quanto negativos, demonstrando atenção e profissionalismo.
- **Publique posts:** Utilize a funcionalidade de posts para divulgar promoções, eventos, novidades e conteúdos relevantes para o seu público.
- **Utilize palavras-chave:** Inclua palavras-chave relevantes na descrição da sua empresa e nos seus posts para melhorar o seu posicionamento nos resultados de pesquisa.
- **Monitore as métricas:** Acompanhe as métricas de desempenho do seu perfil no GMB para identificar oportunidades de otimização e aprimorar suas estratégias.

Caso queira criar o seu negócio, pode estar acessando este link e dando os seus primeiros passos na ferramenta.

Google Meu Negócio é uma **ferramenta gratuita** e fácil de usar, acessível e pode ser usado para todas as empresas.

E por isso, nós da mageshop recomendamos você a criar a sua conta e começar a investir um tempo para otimizar essa ferramenta, pois são muitos benefícios que são importantes para melhorar ainda mais toda a sua estrutura de loja online.

# Investir no Google Ads, vale a pena?

O Investimento no Google Ads se enquadra como uma estratégia de tráfego pago e bem feita pode ser uma virada de chave para o seu negócio, podendo ser impulsionar para um novo nível. Mas nessa documentação vamos comentar um pouco sobre as vantagens que essa ferramenta pode fazer, como trazer mais clientes, mais visitas, mais vendas e podendo de te colocar na frente de seus concorrentes.

## Quais as principais vantagens?

Vou separar em alguns tópicos breves, para poder lhe trazer uma nova visão para essa ferramenta.

- **Alcance estratégico:** Posicione seus produtos na frente dos clientes que estão **prontos para comprar**. O Google Ads exibe seus anúncios para pessoas que pesquisam por produtos como os seus na região da sua loja, aumentando drasticamente as chances de conversão.
- **Segmentação precisa:** Chega de desperdiçar dinheiro com anúncios irrelevantes! O Google Ads permite que você segmente seus anúncios por diversos critérios, como localização, demografia, interesses e até mesmo o histórico de pesquisa dos clientes. Assim, você garante que seus anúncios sejam vistos pelas pessoas que realmente têm interesse no que você oferece.
- **Retorno do investimento (ROI):** Com o Google Ads, você tem total controle sobre seus gastos e pode acompanhar o desempenho de cada anúncio em tempo real. Isso significa que você só investe em anúncios que estão gerando resultados, maximizando o retorno do seu investimento.
- **Variedade de formatos de anúncios:** Crie anúncios criativos e atraentes que se destaquem

da multidão. O Google Ads oferece diversos formatos de anúncios, como banners, anúncios em texto, anúncios em vídeo e até mesmo anúncios para shopping, para que você possa escolher o que melhor se encaixa nas suas necessidades.

- **Integração com o Google Meu Negócio:** Mantenha as informações da sua loja consistentes em todas as plataformas do Google, amplificando ainda mais a sua presença online. O Google Ads se integra perfeitamente com o Google Meu Negócio, facilitando o gerenciamento de suas campanhas e otimizando seus resultados.
- **Campanhas inteligentes:** O Google Ads utiliza inteligência artificial para automatizar tarefas e otimizar suas campanhas, liberando seu tempo para você se concentrar no que realmente importa: gerenciar seu negócio.
- **Análises avançadas:** Obtenha relatórios detalhados sobre o desempenho de suas campanhas e aprenda com os dados para tomar decisões mais inteligentes e otimizar seus resultados.

## Conclusão

O Google Ads é uma ferramenta extremamente poderosa, que pode lhe trazer resultados nunca recebidos anteriormente, porém utilizar ela de uma forma eficaz, que traga um bom resultado e com um baixo investimento não é uma tarefa fácil e exige uma grande experiência e conhecimento na área. Caso não tenha tempo de aprender ou até mesmo gerenciar suas campanhas, é interessante entrar em contato com um especialista na área para poder te ajudar a chegar em seus resultados desejados.

# Recuperação de Carrinhos Abandonados

## Recuperando carrinhos abandonados e impulsionando suas vendas!

Carrinhos abandonados são um pesadelo para qualquer loja online. Clientes que se interessam pelos seus produtos, mas por algum motivo não finalizam a compra, representam **oportunidades perdidas e lucro que deixa de entrar no seu bolso**.

Mas não se preocupe! Com as soluções inteligentes você dá adeus a esse problema e transforma carrinhos abandonados em vendas concretizadas.

**Duas opções imbatíveis para você escolher:**

**1. MailChimp: Gratuito e eficiente para clientes cadastrados ( <https://mailchimp.com/pt-br/> )**

- **Perfeito para:** Lojas que desejam uma solução simples e gratuita para recuperar carrinhos de clientes já cadastrados.
- **Funcionalidades:**
  - Envio automático de e-mails lembrando o cliente dos produtos no carrinho.



- Templates personalizáveis para criar e-mails atraentes e eficientes.
- Monitoramento de resultados para acompanhar o desempenho das suas campanhas.

## **2. CartStack: Pago e poderosa para todos os clientes cadastrados ou não (**

**<https://www.cartstack.com.br/> )**

- **Perfeito para:** Lojas que buscam uma solução robusta para recuperar carrinhos de **todos os clientes**, independentemente de ter realizado cadastro na loja ou não.
- **Funcionalidades:**
  - Recupera carrinhos de clientes cadastrados e não cadastrados.
  - Envia e-mails, SMS personalizadas.

### **Dê o primeiro passo para o sucesso!**

Caso opte por alguma das opções, entre em contato conosco e lhe auxiliaremos nos próximos passos.

# Como ter bom número de acessos em sua loja?

Um dos principais pontos para o seu e-commerce são os acessos que você recebe. Quanto mais acessos, mais chance de você poder realizar uma venda, certo?

Mas isso pode ser um desafio, principalmente quando você está começando ou até mesmo quando esta querendo alcançar novos públicos.

Com isso, nós criamos essa documentação para poder te ajudar a alcançar o seu público.

## Quais pontos são importantes?

Alguns pontos importantes para você investir o seu tempo, conhecimento ou buscar profissionais que realizam essas operações.

### 1. Otimização no SEO

O SEO é um campo muito importante para melhorar o tráfego da sua loja, principalmente o tráfego orgânico que consegue trazer uma movimentação sem necessariamente um investimento.

Sempre recomendamos preencher todos os campos, tanto nas categorias como também nos produtos, sempre buscando com informações únicas, construídas diretamente para o produto, envolvendo palavras-chaves que realmente façam sentido e técnicas para potencializar ainda mais essa função.

### 2. Criação de conteúdo

Um dos pontos que geram um ótimo retorno são através das redes sociais. Posts, vídeos, Reels,

stories, status, grupos, enquetes...

Tudo é bem vindo! Quanto mais você aparece para o seu cliente, relevância do seu conteúdo e a qualidade que entrega, aumenta a chance de gerar o interesse e o desejo de adquirir um produto seu.

Além de ser através das redes sociais, você pode estar focando também em blogs, mensagens e e-mails com informações relevantes que gerem o interesse em seus clientes.

### 3. Tráfego Pago

Esse é o modelo mais rápido de conseguir uma movimentação em seu e-commerce, porém não é fácil gerar com qualidade.

Sempre recomendamos buscar algum profissional ou estudar o cenário para conseguir ter um retorno sobre o investimento saudável. Utilizando tanto para negócios que estão começando, como também por grandes empresas.

O Tráfego Pago é essencial para quem quer estar sempre no radar de potenciais clientes.

### 4. Parcerias

Muito utilizado por grandes empresas, o modelo de ter parceiros para divulgar a sua loja ou até mesmo os seus produtos.

Hoje os influenciadores possuem um grande poder através das redes sociais e uma forma de aparecer para um novo público é investindo nessas parcerias, podendo ser de comissionar a porcentagem das vendas ou outros métodos escolhidos na negociação.

---

Algumas documentações relevantes para você que está buscando sobre tráfego na loja.

Trafego Pago e Tráfego Orgânico

Tráfego Orgânico

Tráfego Pago

SEO

Ferramentas Google

Qualquer coisa, sinta-se à vontade de entrar em contato conosco através do número (45) 98817-0144 ou clique aqui.

# Fluxos de aprovações

## O que é um Fluxo de Aprovações?

É um recurso onde o lojista pode estar limitando o acesso a loja através de aprovação. Onde o cliente só pode acessar a loja caso ele possua uma conta pré-aprovada ou realize um cadastro e aguarde a aprovação do administrador da loja para começar a acessar o conteúdo.

## Para quem este recurso é interessante?

É bastante utilizado em lojas online com o foco no B2B, onde o lojista tem o foco em atender clientes selecionados e conseguir trazer as melhores condições sem que outras empresas ou até mesmo para que o cliente final não saiba onde e nem qual valor o consumidor está comprando seus produtos para revenda.

## Como é este recurso?


Dentro da nossa plataforma, é possível ativar para que apenas os clientes com cadastro aprovado possuam acesso ao conteúdo da loja. O cliente que tentar acessar a loja, se depara com uma tela solicitando o login para continuar, ou podendo realizar o cadastro para que após a conclusão é enviada para o lojista e assim ele consegue determinar quais são os clientes aprovados para acessarem a loja.

Cadastre-se ou Acesse sua Conta para continuar Navegando na Loja

### NOVO AQUI?

Cadastre-se, é rápido e fácil!

- ✓ ATENDIMENTO PERSONALIZADO
- ✓ LINGERIES COM A QUALIDADE E O CONFORTO QUE SUAS CLIENTES BUSCAM
- ✓ BELEZA, SEGURANÇA E CUSTO-BENEFÍCIO GARANTIDO

 Criar Conta

### JÁ POSSUI UMA CONTA?

Se você já possui uma conta, informe os dados de acesso.

\*Campos Obrigatórios

EMAIL \*

SENHA \*

 Entrar

[Esqueceu Sua Senha?](#)

É lojista e quer conhecer mais sobre recursos para B2B? Conheça mais recursos para um e-commerce B2B de sucesso.

# Bloqueio de preços

## O que é o Bloqueio de Preços?

É um recurso onde o lojista pode estar limitando a visualização dos valores da loja através de uma aprovação. Onde o cliente só tem acesso aos valores caso ele possua uma conta pré-aprovada ou realize um cadastro e aguarde a aprovação do administrador da loja para realizar compras.

## Para quem este recurso é interessante?

É bastante utilizado em lojas online com o foco no B2B, onde o lojista tem o foco em atender clientes selecionados e conseguir trazer as melhores condições sem que outras empresas ou até mesmo para que o cliente final não saiba onde e nem qual valor o consumidor está comprando seus produtos para revenda.

## Como é este recurso?

Dentro da nossa plataforma, é possível ativar para que apenas os clientes com cadastro aprovado possam ter acesso aos valores dos produtos. O cliente que tentar realizar uma compra, se depara com uma tela solicitando o login para continuar, ou podendo realizar o cadastro para que após a conclusão é enviada para o lojista e assim ele consegue determinar quais são os clientes aprovados para acessarem a loja.



É lojista e quer conhecer mais sobre recursos para B2B? Conheça mais recursos para um e-commerce B2B de sucesso.



# Desconto Progressivo

## O que é o Desconto Progressivo?

É um recurso possível dentro da nossa plataforma onde o lojista pode estar configurando uma quantidade de desconto por quantidade de produtos que o seu cliente está comprando. Muito utilizado para aumentar a quantidade de produtos que o cliente pode estar comprando, por entregar essa vantagem em levar mais produtos iguais.

## Para quem este recurso é interessante?

Todos os lojista de lojas virtuais, principalmente com produtos onde o normalmente o cliente leva mais de um, ou provavelmente precise mais de uma unidade. É possível utilizar em todos os nichos, porém precisa de uma análise e entendimento do mercado para conseguir extrair o melhor resultado usando esta função.

## Como é esse recurso?

Dentro do painel administrativo, onde gerenciamos o produto é possível determinar qual Grupo de cliente, quantidade de produtos necessário para aplicar o novo valor e qual o novo valor após atingir essa quantidade. Podendo configurar cada produto de forma única para obter o resultado desejado. Após configurado, automaticamente dentro da loja será exibido um aviso onde o cliente consegue ter ciência do melhor valor conforme a quantidade desejada de produtos.

Confira uma loja de exemplo onde este recurso foi explorado.

Acesse a loja com o recurso clicando aqui.



## Pneu Aro 18 Goodyear 245X35R18 Eagle F1 Runflat

Código: p08

Oferta

**R\$ 470,00**

Compre 2 por **R\$ 446,50** cada e **economize 5%**

Compre 3 por **R\$ 434,75** cada e **economize 8%**

Compre 4 por **R\$ 423,00** cada e **economize 10%**

Em até 12x de R\$ 40,34 com juros [Ver Parcelas](#)

- 1 +

Comprar

♥ Add aos Favoritos



 Calcular Frete

CEP

Calcular

Quer conhecer mais sobre os recursos da nossa plataforma ou é ideal para o seu projeto? Entre em contato conosco através do número (45) 98817-0144 ou clique [aqui](#).

# Grupo de Clientes

## O que é Grupo de Clientes?

Dentro da nossa plataforma é possível criar um Grupo para você categorizar seus clientes. Podendo escolher qual o nome de cada grupo e também movimentar cada cliente para o grupo desejado. Sendo bastante útil quando você quer realizar uma campanha ou ação para apenas uma parte de seus clientes.

## Para quem este recurso é interessante?

Para todos os lojistas este recurso é muito útil, porém necessita um conhecimento de mercado e uma análise estratégica para que consiga colher os melhores resultados. Mas é essencial para empresas B2B ou que utilizam uma mescla entre B2C e B2B.

## Como é este recurso?

Dentro do painel administrativo você pode estar adicionando um grupo, escolhendo o nome e podendo associar o grupo de imposto para cada individualmente. Após a adição de um novo grupo, você pode definir quais os clientes que serão deste grupo.

**Utilizando o grupo de clientes você pode definir diversas variações**, como por exemplo:

1. Visualizar o conteúdo da loja.
2. Visualização do preço.
3. Definir valor do produto para cada grupo de clientes.
4. Desconto progressivo para cada grupo de clientes.
5. Regras de desconto aplicadas apenas para o grupo de clientes.
6. Promoções aplicadas apenas para o grupo de clientes.

Explorar esse recurso é muito interessante, principalmente para quem já possui a loja online e sabe quem são os seus clientes recorrentes. Trazer uma melhor condição através de ofertas pode consolidar ainda mais seus clientes e trazer um relacionamento mútuo.

Qualquer coisa, sinta-se à vontade de entrar em contato conosco através do número (45) 98817-0144 ou clique aqui.

É lojista e quer conhecer mais sobre recursos para B2B? Conheça mais recursos para um e-commerce B2B de sucesso.

---

Quer configurar seu grupo de clientes e não sabe como prosseguir?

Configurar Grupo de Clientes - Magento 1

Configurar Grupo de Clientes - Magento 2

# Integração com sistema ERP

## Importância da integração entre ERP e Loja Virtual

Um sistema ERP vem sendo muito utilizado por diversas empresas e a integração com a loja virtual vem se tornando cada dia mais comum e essencial para empresas que buscam otimizar seus processos, aumentar a eficiência e oferecer uma melhor experiência ao cliente.

## Por que a integração é importante?

Realizando a integração você garante que o sistema e a loja tenham todas as informações do seu negócio e fluam de forma sincronizada e automatizada, reduzindo a necessidade de processos manuais de dados e reduzindo o risco de erros.

## Quais são os benefícios de uma Integração?

Vamos listar alguns para conhecer:

1. Gestão de estoque unificado
2. Automatização de processos
3. Melhor precisão dos dados
4. Aumento de eficiência
5. entre outros...

Ter uma loja virtual integrada com um sistema ERP é um investimento que trás benefícios para o seu negócio, desde automação de processos internos até a melhoria na experiência do cliente.

Centralizando todas as informações em um só local, fazendo com que ganhe agilidade, precisão e eficiência. Isso se torna mais nítido com a expansão da empresa.

## **Alguns sistemas ERP que fazem integração com a Magento:**

**TryERP** - Magento 1 e Magento 2

**Tecinco Tcar** - Magento 1

**Ultra Sistemas** - Magento 1

**Bling** - Magento 1 e Magento 2

**Tiny** - Magento 1 e Magento 2

**Peon** - Magento 1

**Ellon** - Magento 1

Quer integrar a sua loja virtual e não sabe como? Entre em contato conosco através do número (45) 98817-0144 ou clique [aqui](#).

# Relatório

A utilização de relatório é importante para quem busca melhorar a sua loja online, sabendo disso, através de nossa plataforma é possível consultar diversos relatórios em sua loja, em diversas áreas para conseguir analisar os dados e tomar a melhor decisão estratégica.

Caso consiga tirar o melhor proveito desta ferramenta, é possível aumentar suas vendas, melhorar a experiência do cliente e otimizar processo da loja.

## Quais são os relatórios disponíveis na mageshop?

Confira algumas formas onde você pode explorar essa ferramenta incrível!

### Relatório de vendas

- **Vendas por produto:** Identifica os produtos mais vendidos, os menos vendidos e os que geram mais receita.
- **Vendas por categoria:** Analisa o desempenho de cada categoria de produtos.
- **Vendas por cliente:** Identifica os clientes mais fiéis e os que mais gastam.
- **Vendas por período:** Permite comparar as vendas em diferentes períodos (diário, semanal, mensal, anual).
- **Vendas por método de pagamento:** Analisa a preferência dos clientes por diferentes métodos de pagamento.

### Relatório de clientes

- **Clientes novos e recorrentes:** Acompanha o crescimento da base de clientes e a taxa de retenção.
- **Comportamento de compra:** Analisa o histórico de compras dos clientes, como frequência de compra, valor médio do pedido e produtos mais comprados.

- **Carrinho abandonado:** Identifica os produtos que os clientes mais adicionam ao carrinho e não finalizam a compra.

## Relatório de estoque

- **Níveis de estoque:** Monitora os níveis de estoque de cada produto e identifica produtos com baixo estoque.
- **Produtos mais vendidos e menos vendidos:** Auxilia na gestão do estoque e na definição de estratégias de reposição.
- **Produtos com alta rotatividade:** Identifica os produtos que são vendidos mais rapidamente.

## Relatório financeiro

- **Receita total:** Calcula a receita total da loja em um determinado período.
- **Custos:** Calcula os custos de venda, como o custo dos produtos vendidos e os custos de marketing.
- **Lucratividade:** Calcula a margem de lucro de cada produto e da loja como um todo.

## Relatório personalizado

- **Magento permite criar relatórios personalizados** para atender às necessidades específicas de cada negócio. É possível filtrar os dados por diversos critérios, como data, produto, cliente e outros.

Nossa plataforma entrega uma grande variedade de possibilidade para gerar os relatórios, para que o lojista possa entender melhor a sua loja virtual e conseguir tomar decisões importantes. Saber utilizar e se aperfeiçoar nesta ferramenta é essencial para quem busca dar o próximo passo com a sua loja virtual.

Tem dúvidas de como utilizar os relatórios ou quer entender mais sobre a plataforma?

Entrar em contato conosco através do número (45) 98817-0144 ou clique [aqui](#).





# Guia de Uso da Inteligência Artificial na minha loja virtual

Olá cliente mageshop! Criamos este documento pensando em te auxiliar na criação e conteúdo para a sua loja online.

Este conteúdo é relevante para quem já tem e principalmente para quem está iniciando.

Vamos tentar abordar diversos pontos para facilitar e inicialmente ter uma base de como começar e usufruir da tecnologia ao seu favor.

## **Mas antes de começar, você sabe o que é Inteligência Artificial?**

De forma resumida, a Inteligência Artificial (IA) é uma tecnologia que permite que sistemas e softwares analisem dados, aprendam padrões e tomem decisões de forma automatizada. No e-commerce, a IA tem sido amplamente utilizada para otimizar processos, melhorar a experiência do cliente e aumentar as vendas.

Podendo te ajudar a pensar em novas ideias, ter um rumo a seguir ou até mesmo explorar mais a fundo um conteúdo ou ideia.

## **Qual a vantagem de utilizar a IA?**

Hoje em dia a IA vem se tornando cada dia mais comum em nosso dia a dia. Diversas empresas e pessoas as utilizam diariamente, podendo ajudar, facilitar e automatizar diversas tarefas do dia a dia.

No e-commerce temos algumas vantagens, como por exemplo:

- **Otimização de tempo:** Automatiza tarefas manuais, como a criação de descrições de produtos.
- **Melhoria na qualidade do conteúdo:** Gera textos mais atrativos e otimizados para SEO.
- **Padronização das informações:** Mantém um estilo consistente para todos os produtos.
- **Aprimoramento da experiência do cliente:** Informações mais completas ajudam na tomada de decisão.
- **Aumento da taxa de conversão:** Descrições bem-feitas atraem mais compradores e reduzem dúvidas.

## Utilizando as ferramentas em sua loja mageshop

Para a sua loja existem diversas ferramentas que podem ser utilizadas, uma para cada função. Existem ferramentas que auxiliam na geração de textos, criação de imagens, voltadas ao SEO (Search Engine Optimization), atendimento ao cliente...

Pensando em facilitar, trouxemos algumas ferramentas que achamos interessantes e fáceis para utilizar, como recomendação:

- **ChatGPT** > Voltado para ideias, criação de conteúdo e melhorias.
- **Gemini** > chat to supercharge your ideas > Voltado para ideias, criação de conteúdo e melhorias.
- **Photoroom** > Possui recursos para a edição de imagens, como remoção de fundo, adição de fundos e também de imagens.
- **Image Upscaler** > Voltado para aumentar o tamanho das imagens, deixar com uma resolução maior caso encontre apenas imagens de baixa resolução.
- **Pixelcut** > Possui o recurso de aumentar o redimensionamento de uma imagem.

## Iniciando o uso na ferramenta

Em nossa explicação, estaremos utilizando a Chat GPT para realizar as ações, na versão gratuita, pensando em uma solução que não necessite de maior investimento neste momento.

Para poder acompanhar a documentação, pode estar acessando o link oficial do Chat GPT.

Caso queira, é possível utilizar sem criar uma conta, porém é interessante criar e utilizar uma conta para manter todo o histórico e rever informações.

## Como utilizar na criação de uma categoria?

A criação de categorias temos alguns pontos interessantes a serem utilizados.

Por padrão, em nossa plataforma traz algumas informações com base no título da categoria, porém você pode potencializar e desempenhar um trabalho ainda melhor, com descrição e SEO mais avançado.

Para isso, vamos seguir com alguns exemplos.

Primeiramente no uso da ferramenta, é extremamente importante nós estamos explicando o que fazemos, como fazemos e também como queremos o nosso resultado. Isso interfere diretamente no resultado final.

Posteriormente, podemos solicitar alguns dados que queremos e assim basear o nosso conteúdo. Em sequência, segue um prompt (comando solicitado a ferramenta) que vamos utilizar em nosso exemplo.

Você é um especialista em criação de conteúdo para loja online.

Está fazendo parte de uma empresa do ramo **SEU RAMO AQUI** e precisa estar criando categorias que fazem sentido e criem conexões com o público.

Com isso, me liste 5 ideias de como posso criar minhas categorias e subcategorias.

Para utilizar o prompt é fácil, basta copiar e posteriormente, colar na ferramenta.

Após colar na ferramenta, é importante trocar o campo **SEU RAMO AQUI** para o atual.

Também é relevante informar que o prompt disponibilizado é apenas uma base, caso queira

preencher com mais detalhes sobre o seu negócio ou a forma que queira, conseguirá uma resposta melhor e mais completa.

---

## Preenchendo as informações da categoria

As informações em uma categoria são de extrema importância para quem busca ter um tráfego orgânico em sua loja online. É um trabalho que exige dedicação e informações relevantes. Por sorte, a IA é um recurso fantástico que consegue trazer essa base de forma clara para nós.

Prompt utilizado no vídeo:

Seguindo as mesmas informações passadas anteriormente, preciso que me auxilie preenchendo algumas informações para a criação da minha categoria.

A categoria se chama NOME DA CATEGORIA e preciso de auxílio para preencher estes campos:

Descrição da categoria

Título da página (SEO)

Descrição da página (SEO)

Me traga resultados simples, claros e que chamem a atenção dos meus clientes.

Antes de iniciar este passo, recomendo ter criado todas as suas categorias principais e também todas as subcategorias, para evitar um retrabalho caso queira alterar posteriormente.

Após colar na ferramenta, é importante trocar o campo **NOME DA CATEGORIA** para a desejada.

---

## Potencializando ainda mais o meu produto

Neste tópico estaremos falando um pouco mais sobre o seu produto. É interessante já ter criado o seu produto para ter a base estruturada, ter pensado sobre ele e assim conseguir ter um resultado de resposta completa.

Segue o prompt utilizado no exemplo:

Você é um especialista em marketing voltado para lojas online.

Está realizando trabalhos para a empresa no ramo de SEU RAMO e precisa trazer informações para produtos.

O produto em questão é o NOME DO PRODUTO da marca MARCA AQUI.

As informações que preciso são:

Descrição resumida do produto, com um CTA

Descrição completa do produto, trazendo informações de composição do material, formas de utilizar e ocasiões para utilizar.

Título da página (SEO)

Descrição da página (SEO)

Após colar na ferramenta, é importante trocar o campo **SEU RAMO**, **NOME DO PRODUTO** e **MARCA AQUI** para a desejada.

Este prompt é muito variado de acordo com a necessidade do seu negócio. Como explicado no vídeo à seguir, existem diversos produtos que não possuem um nome fixo, ou mesmo podem ter variações dependendo do local vendido.

Com isso, é interessante tentar colocar o máximo de informação possível para a ferramenta conseguir processar os dados, tentar localizar o produto e posteriormente te trazer as informações. Caso o seu produto não seja encontrado, pode tentar escrever uma descrição e solicitar uma melhoria a ferramenta.

Por isso é extremamente importante revisar e entender quais são as respostas corretas.

Neste próximo vídeo dou um exemplo sobre um produto que existe um nome consolidado no meio online para entenderem a diferença da resposta.

---

# Conclusão

O uso da Inteligência Artificial na mageshop permite que lojistas otimizem suas operações, criem descrições de produtos mais eficientes e melhorem a experiência de compra dos clientes. Ao aproveitar essas ferramentas, é possível aumentar a produtividade e impulsionar as vendas, tornando a gestão do e-commerce mais estratégica e eficaz. Podendo concluir a loja de uma forma mais rápida ou melhorar informações recebidas.

Esperamos que este material o tenha auxiliado de alguma forma, tanto de como começar, como também como começar.

## Recomendação rápida

Material para explorar mais a fundo a IA.

Pensando também para quem se interessou e quer entender mais como funciona as ferramentas, como melhorar a resposta e construir uma solicitação mais completa, vou deixar este material onde ele constrói do básico a ideia de como criar e pensar na hora de desenvolver sua chamada.

Vídeo do Youtube, Bruno Picinini > Engenharia de Prompt: O Guia Definitivo

*- Não esqueça de nos acompanhar em nossos canais oficiais onde trazemos informações e conteúdos relevantes sobre a venda online.*

Instagram (@amageshop) | Acompanhe nosso blog | Conheça nosso canal no Youtube