

Conhecimentos Gerais - Importante para seu E- commerce

Pontos importantes para saber no seu e-commerce

- 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

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 seguido 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, 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 grande 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.

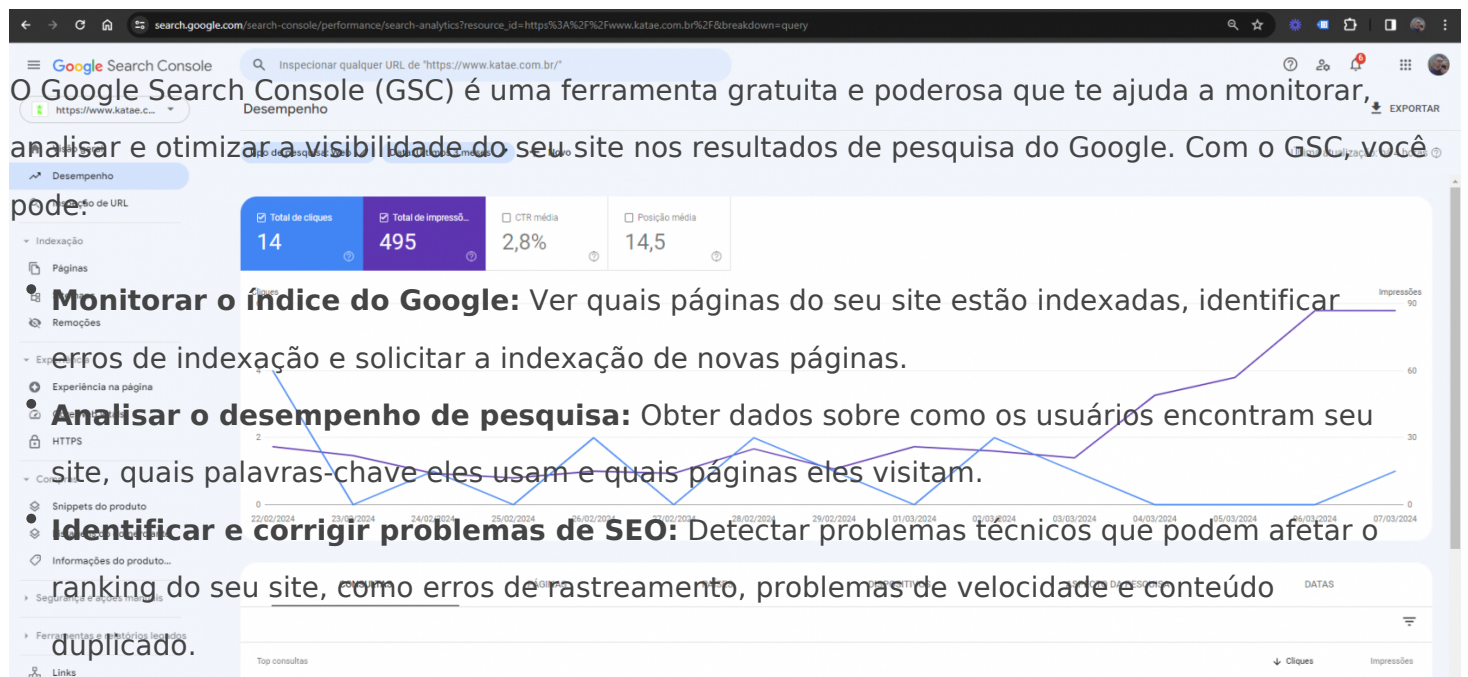
E não esqueça, sempre monitore e analise o desempenho de cada tráfego, para reconhecer os resultados e poder otimizar ainda mais o seu potencial.

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 auxiliamos nos próximos passos.