

DESCUBRA COMO CRIAR UMA LOJA ONLINE PARA PETSHOP



INTRODUÇÃO	3
POR QUE É IMPORTANTE QUE O SEU PESHOP TENHA UMA LOJA ONLINE?	5
COMO MONTAR UMA LOJA VIRTUAL PARA O SEU EMPREENDIMENTO?	8
O QUE FAZER PARA MANTÊ-LO DEPOIS DE IMPLEMENTAR ESSE MODELO DE NEGÓCIO?	12
CONCLUSÃO	20
SOBRE O SEBRAE PE	22

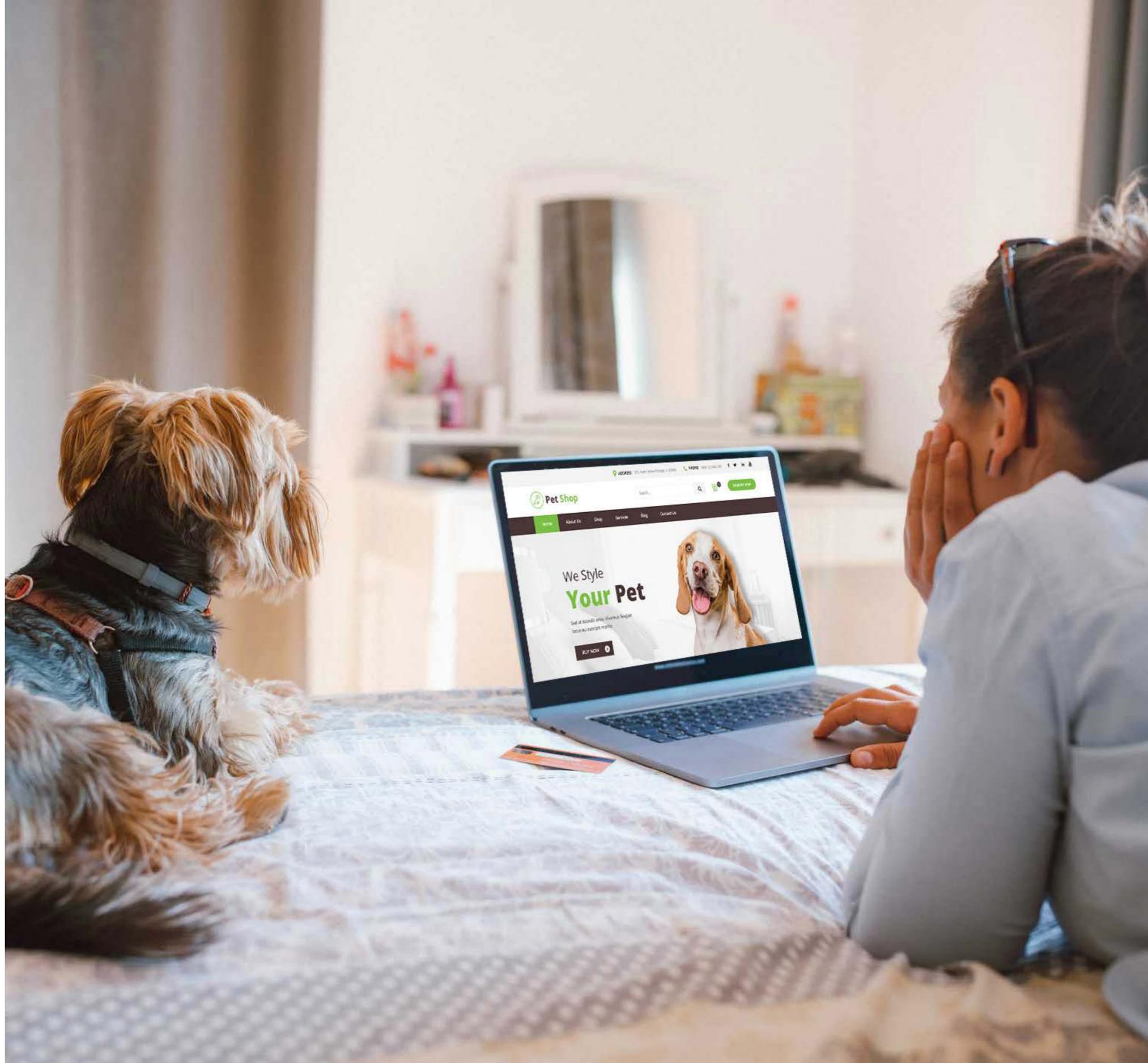


Introdução



Você tem um petshop já estabelecido no mercado, mas sente que é preciso dar um passo à frente e inovar com a abertura de um e-commerce? Pois saiba que não é o único empreendedor lidando com esse tipo de decisão no atual momento.

Com o avanço da internet não só na vida da sociedade, mas também nos modelos de negócios estabelecidos no mercado, só aumenta, dia após dia, o número de empresas que querem explorar todas as possibilidades de crescimento, de oferta de serviços, de fortalecimento de marca e de lucro que o universo digital tem a oferecer. Por isso, preparamos um e-book que vai mostrar por que **investir no online é o futuro do setor de petshops**. De quebra, ainda apresentaremos algumas dicas essenciais para colocar isso em prática e ter a sua própria loja virtual. Vamos lá!



A man with a beard is sitting on a couch, looking at a laptop. A dog is sitting next to him, looking at the laptop. The scene is dimly lit with a teal color cast. In the background, there is a white cabinet and a Christmas tree with lights.

Por que é importante que o seu petshop tenha uma loja online?



Para entender por que o seu petshop precisa de uma loja online, é fundamental ficar por dentro de alguns números. Vamos começar por uma [pesquisa](#) de 2017, do SPC Brasil, que indica que 47% dos brasileiros, quando querem comprar algo, pesquisam primeiramente por informações sobre o produto na internet — o que inclui preço, durabilidade, eficiência, recomendações etc.

Além disso, o mesmo relatório apontou outro dado importante: para 60% dos consumidores, **a internet é o melhor canal de compras** por conta da praticidade, da rapidez e da comodidade em adquirir o que se quer, quando, como e de onde as pessoas desejam. Já o Instituto Pet Brasil, que monitora o setor em território nacional, destacou em [nota oficial](#) que as lojas virtuais de petshops tiveram um faturamento superior a R\$ 1,6 bilhão em 2020. E tem mais: o órgão reforçou em outra [matéria](#) que o comércio virtual de produtos e serviços para animais de estimação foi **o responsável pela alta de 65%** na lucratividade do ramo.



Para completar, não há como não mencionar a pandemia da Covid-19, que afetou bruscamente não só o Brasil, mas inúmeros outros países. Em 2020, por exemplo, foram anunciados decretos de lockdown em várias cidades brasileiras, além de outras medidas rígidas de paralisação do comércio.

Diante desse cenário, vários empreendimentos precisaram rever a maneira como vendiam produtos e/ou serviços, encontrando na internet a solução para chegar até o cliente, não mais esperando por ele. E essa mudança deu certo para aqueles que reformularam e digitalizaram os negócios, viu?

Segundo uma matéria da Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABCOMM), durante o primeiro ano de pandemia no Brasil (isto é, 2020), as vendas online movimentaram nada mais, nada menos que R\$ 41,92 bilhões. **Foi um aumento de 56,8%** se comparado ao ano anterior.

Portanto, como você viu, vender online não se trata apenas de expandir os negócios, mas principalmente de se adaptar às tendências de consumo e às necessidades do mercado — de acordo com o momento econômico, político, sanitário e social no qual ele se encontra. Ao fazer isso, você aumenta a competitividade da marca, a sua capacidade de fidelizar clientes antigos e de atrair novos consumidores e o retorno financeiro dos seus investimentos.

A photograph of a pet store aisle, heavily overlaid with a teal color. The aisle is filled with various pet supplies, including dog beds, leashes, and training equipment. The text "Como montar uma loja virtual para o seu empreendimento?" is written in white, bold, sans-serif font across the upper right portion of the image. A thin white vertical line is visible on the left side of the image.

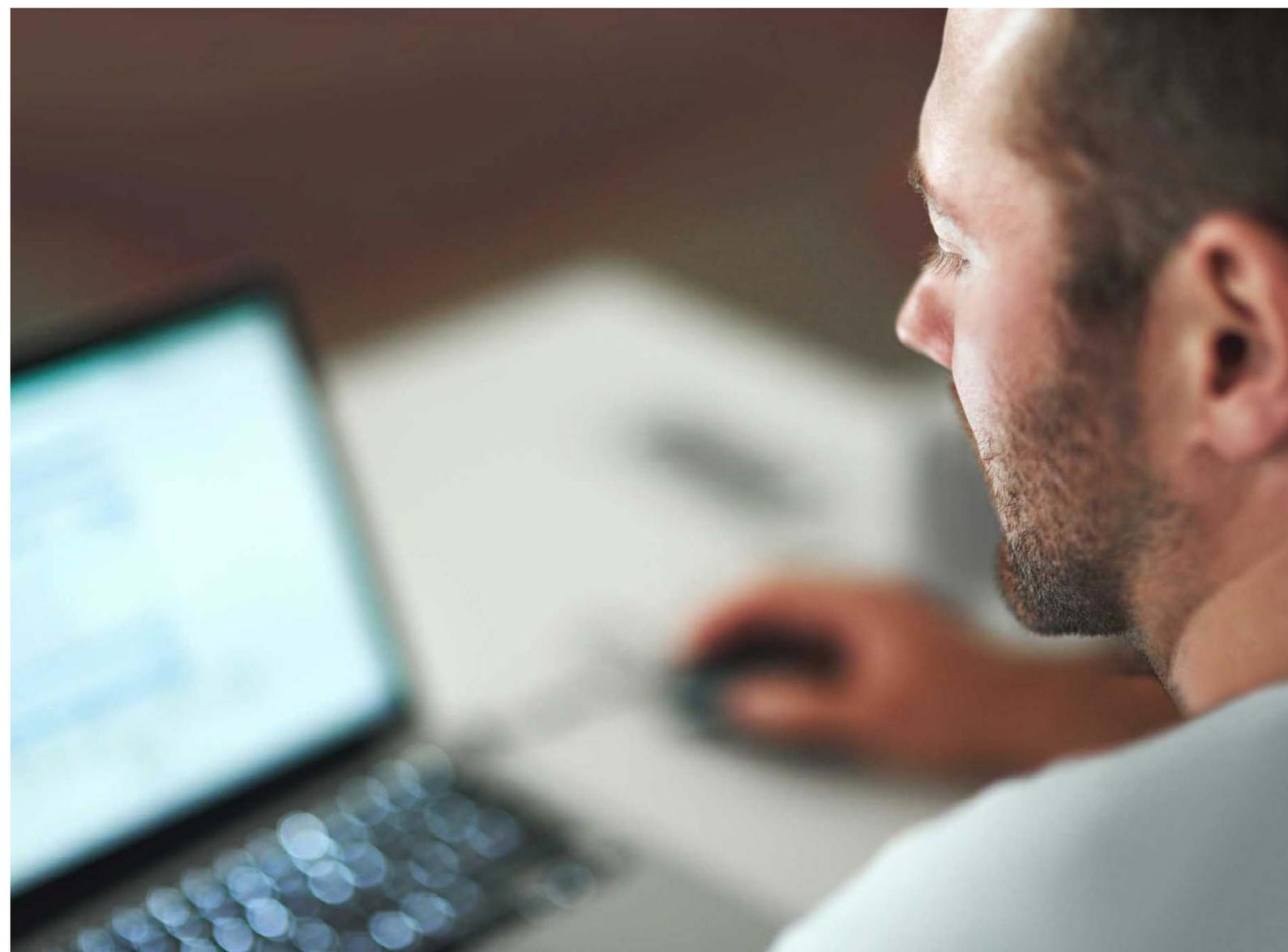
**Como montar uma loja virtual
para o seu empreendimento?**

“Ok, já vi que os números estão a favor daqueles que têm apostado no meio digital. Porém, como posso ir do físico para o online?” — você pode estar se questionando. Pensando nisso, listamos algumas dicas que vão ajudá-lo a não só criar uma loja virtual, mas também a convertê-la em um negócio bem elaborado e atrativo para os consumidores. Confira!

ESCOLHA UMA PLATAFORMA

O primeiro passo para se ter uma loja online é decidir a plataforma onde ela ficará hospedada. Como o objetivo é a venda de produtos e/ou serviços, dá para escolher entre dois caminhos: **um provedor de hospedagem ou um marketplace.**

A primeira opção é a mais tradicional, já que você tem a possibilidade de personalizar os mais diversos detalhes da loja para deixá-la com a identidade visual da sua empresa. Fora isso, há como escolher e comprar o domínio do site — isto é, o nome que a pessoa digitará nos buscadores da internet e que a levará diretamente ao seu petshop virtual. Assim, o estabelecimento físico, as redes sociais e, inclusive, a sua loja online terão uma só marca; algo muito importante quando você quer ser facilmente lembrado pelo público e tornar-se referência no mercado.





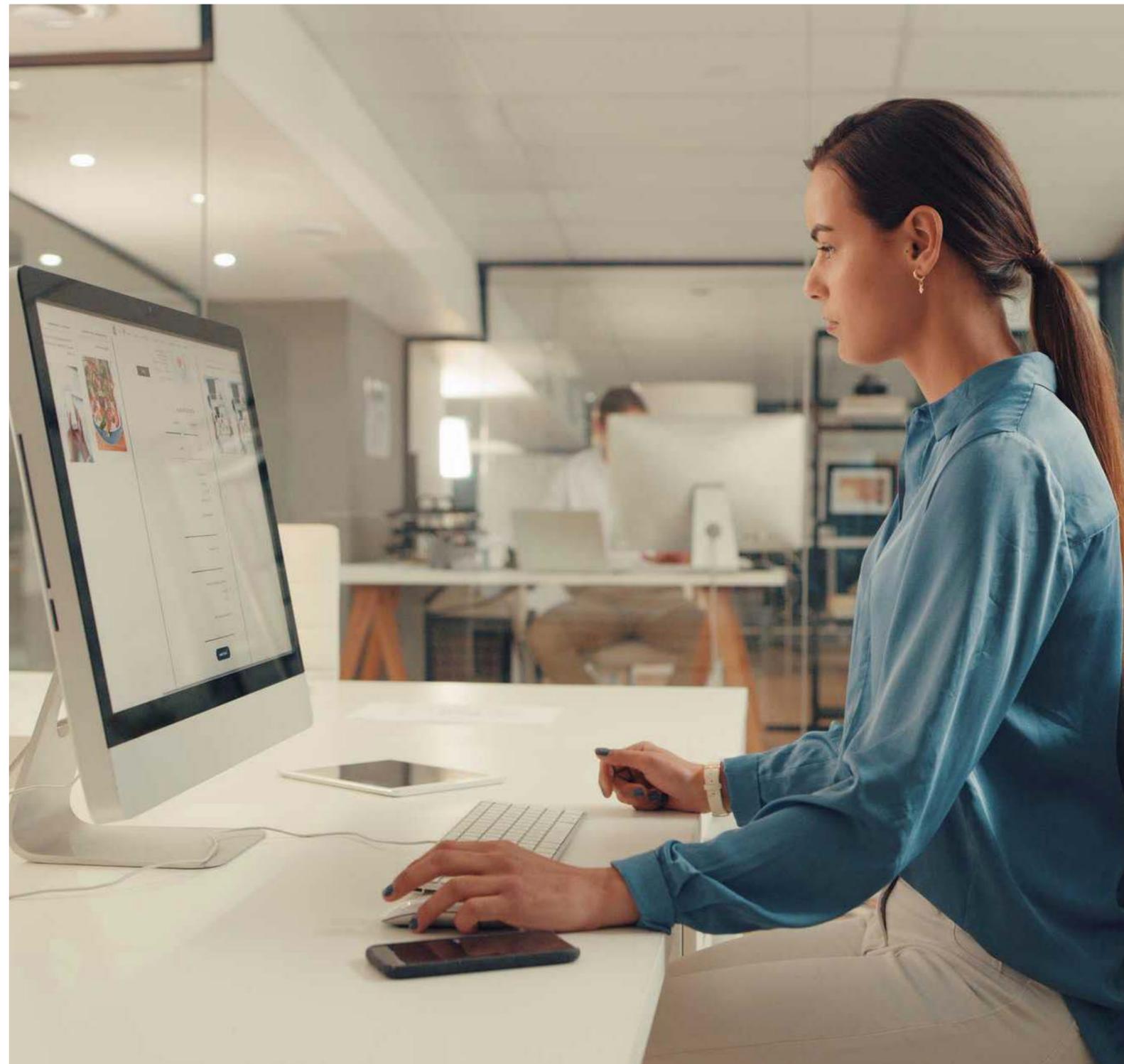
Não podemos deixar de dizer também que um provedor de hospedagem permite que você expanda o seu site, conectando a sua loja a páginas institucionais, a materiais de campanhas publicitárias, a sistemas de atendimento ao cliente etc. A segunda alternativa, por sua vez, tem ganhado força nos últimos anos porque os marketplaces se tornaram populares entre os usuários da internet.

Basicamente, eles são sites que agrupam dentro deles diferentes marcas dos mais variados segmentos (moda, lazer, informática, petshop etc.) É, basicamente, um grande centro comercial totalmente virtual. Assim, o consumidor pode encontrar tudo de que precisa em um só lugar. Para fazer parte de um marketplace, você deve cadastrar o seu negócio e criar uma página para ele. A partir daí, pode inserir produtos e iniciar as suas vendas.

PENSE NO LAYOUT DA LOJA

Não basta ter um e-commerce, é preciso que ele seja visualmente organizado e projetado para uma navegação fluida e tranquila. Por isso, utilize os recursos disponíveis na plataforma para setorizar as informações. Por exemplo: categorias de produtos, serviços disponíveis, itens específicos para algumas espécies de animais (como répteis, roedores, anfíbios, peixes etc.) e por aí vai.

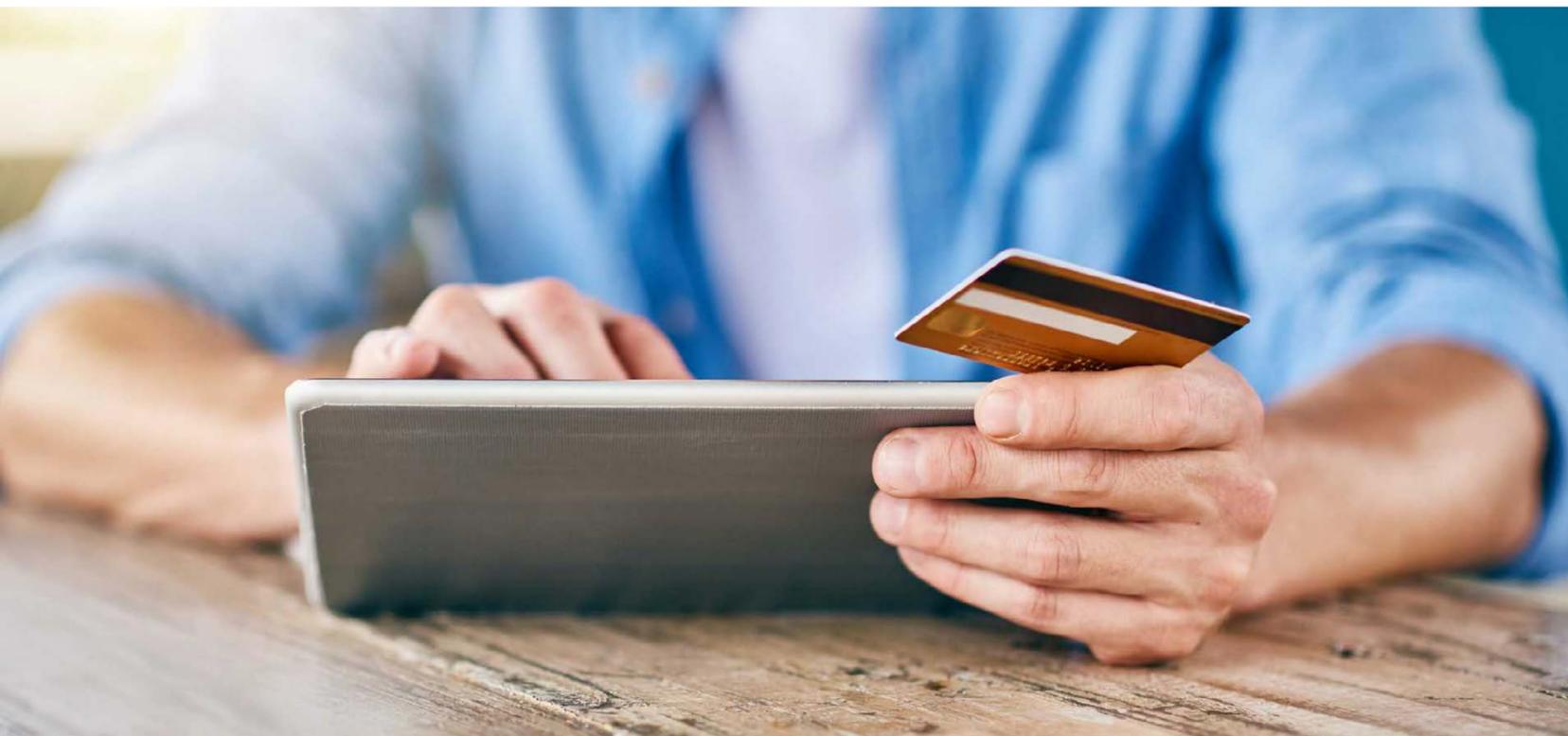
Também é importante que as informações do petshop — o que inclui CNPJ, endereço, formas de pagamento, telefones para contato e política de entrega e de devolução — estejam acessíveis para aqueles que precisam desses dados. Outro ponto relevante é **tornar o layout do seu site responsivo**. Isto é, capaz de se adaptar a diferentes dispositivos, como tablets e smartphones. Afinal, foi-se o tempo em que consumidores utilizavam apenas o computador para fazer compras. O [levantamento](#) de 2019, do SPC Brasil, atesta essa nova realidade: 70% dos brasileiros adquirem produtos e serviços pelo aparelho celular. Ou seja, é um número bem expressivo.



DETERMINE AS FORMAS DE PAGAMENTO

Avalie quais formas de pagamento serão aceitas no seu petshop. Quanto mais opções, mais atrativa e acessível se torna a sua loja virtual. Afinal, é bom lembrar que nem todas as pessoas têm ou mesmo gostam de usar cartão de crédito ao comprar na internet. Portanto, considere outras opções, como PIX, boleto, transferência bancária e débito.

No entanto, fique de olho ao vender por marketplaces. É que, nesse modelo, não há tanta flexibilidade quanto às opções de pagamento. Geralmente, o próprio site estabelece quais serão válidas e elas vão ser aplicadas a todos os usuários.



DEFINA O MIX DE PRODUTOS

Após todos os passos anteriores, é o momento de definir qual será o mix de produtos do seu e-commerce. Muitos petshops optam por comercializar tudo aquilo que o cliente encontra no estabelecimento físico da marca. Já outros, por sua vez, preferem trabalhar com categorias específicas de itens, como:

- **alimentação (rações secas e úmidas, petiscos, ossos, enlatados etc.);**
- **higiene (xampus, condicionadores, cremes dentais, tapetes higiênicos etc.);**
- **medicamentos (antibióticos, anti-inflamatórios, antipulgas; antiparasitas etc.);**
- **casa e transporte (cama, gaiola, caixa transportadora, aquário etc.).**



ELEJA AS MELHORES FOTOS E DESCRIÇÕES PARA OS PRODUTOS

Depois de definir quais produtos vão constar na sua loja virtual, você deve partir para a produção do material audiovisual que vai estar presente nela. Ou seja, as fotos e os vídeos que vão ser apresentados ao consumidor quando ele clicar nos produtos disponíveis e for redirecionado para as páginas deles.

Esse material é essencial, pois é o que permite que as pessoas tenham uma melhor noção do que estão comprando. Para completar, também é interessante que você capriche na descrição dos itens, fornecendo o máximo de detalhes sobre eles (como peso, validade, tamanho, indicações e contraindicações, composição etc.).

COMO MONTAR UMA LOJA VIRTUAL PARA O SEU EMPREENDIMENTO?





PLANEJE O ESTOQUE PARA O MEIO VIRTUAL

Um último ponto importante para a criação de um e-commerce é montar uma reserva específica de produtos só para as vendas realizadas online. Isso porque, quando você utiliza o mesmo estoque, tanto para o petshop físico quanto para o da internet, as chances de ocorrerem problemas aumentam. Por exemplo, a rotatividade dos itens se torna maior e isso acaba demandando uma renovação mais frequente daqueles esgotados. Como resultado, você pode acabar sem material disponível para as vendas, ter que recorrer a novos fornecedores e ainda precisar aumentar o prazo de entrega das compras feitas na sua página.

Portanto, procure trabalhar com dois estoques diferentes, além de adotar um controle contínuo dos itens disponíveis. Mais à frente, isso o ajudará a identificar aqueles com mais saída e vai evitar que ocorram desperdícios desnecessários.



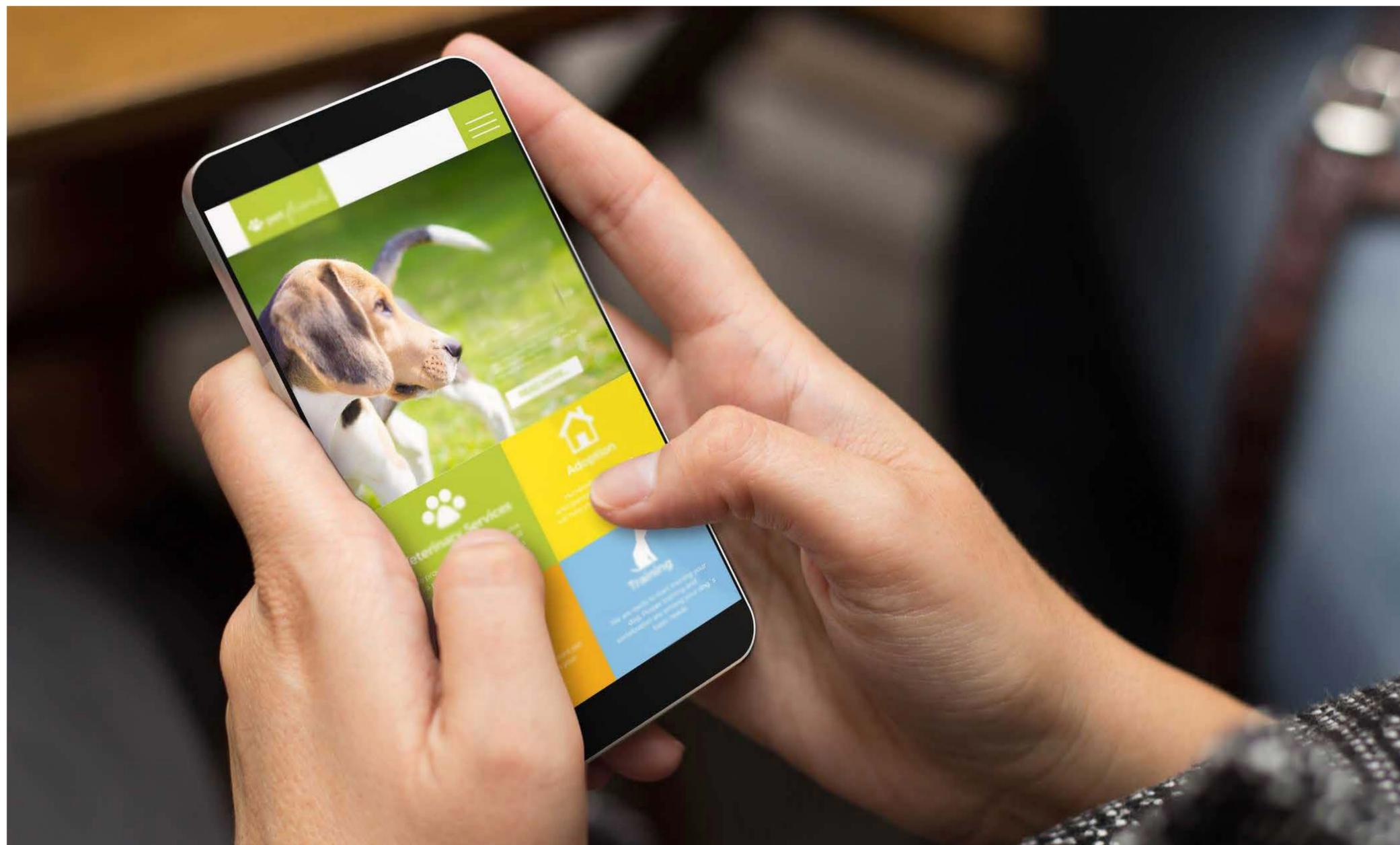
O que fazer para mantê-lo depois de implementar esse modelo de negócio?

Enfim, você tem a sua loja virtual e até já começou a realizar vendas por meio dela. Porém, tem se questionado sobre o que deve fazer a seguir para atrair mais consumidores e garantir um lucro cada vez maior? Pois, então, fique atento às nossas dicas!

MANTENHA A LOJA VIRTUAL SEMPRE ATUALIZADA

A primeira dica é manter a sua loja virtual sempre atualizada, principalmente no que envolve produtos disponíveis, valores de frete, lançamentos e promoções sazonais. Para isso, vale usar as redes sociais, mandar e-mail marketing e também promover uma divulgação presencial no seu estabelecimento para deixar os consumidores por dentro de tudo.

Essa postura preventiva e proativa serve para evitar reclamações de clientes por conta de desencontros de informações e para garantir que as novidades do seu e-commerce tenham o maior alcance possível entre a sua clientela.



DIVERSIFIQUE A CARTELA DE SERVIÇOS

Uma segunda dica é diversificar a cartela de serviços que você oferece no site para além do delivery de produtos. Por exemplo, você pode disponibilizar um transporte para pegar os pets em domicílio e levá-los para o banho e tosa no petshop, retornando-os aos tutores em seguida.

Outra opção é o **serviço de teleatendimento com veterinários** para quem precisa de orientação médica para lidar com problemas que os bichos estão apresentando em casa.

Você também pode se engajar em causas sociais para fortalecer ainda mais a imagem da marca. Para tanto, é possível incluir recursos para os usuários fazerem doações para instituições e ONGs que recolhem e cuidam de animais abandonados.



ORGANIZE UM GRUPO DE ATENDIMENTO VOLTADO PARA O ONLINE

Como a loja virtual se trata de um canal de vendas particular, é interessante que ela tenha um grupo próprio de atendimento ao cliente — o que pode incluir chat online, central telefônica, e-mail e WhatsApp Business. Investir em uma equipe para lidar com as demandas dos consumidores, para tirar dúvidas, para prestar informações sobre o processo de compra e para fazer o acompanhamento do pós-compra é algo que fará a diferença na imagem do empreendimento e ajudará a fidelizar a clientela.



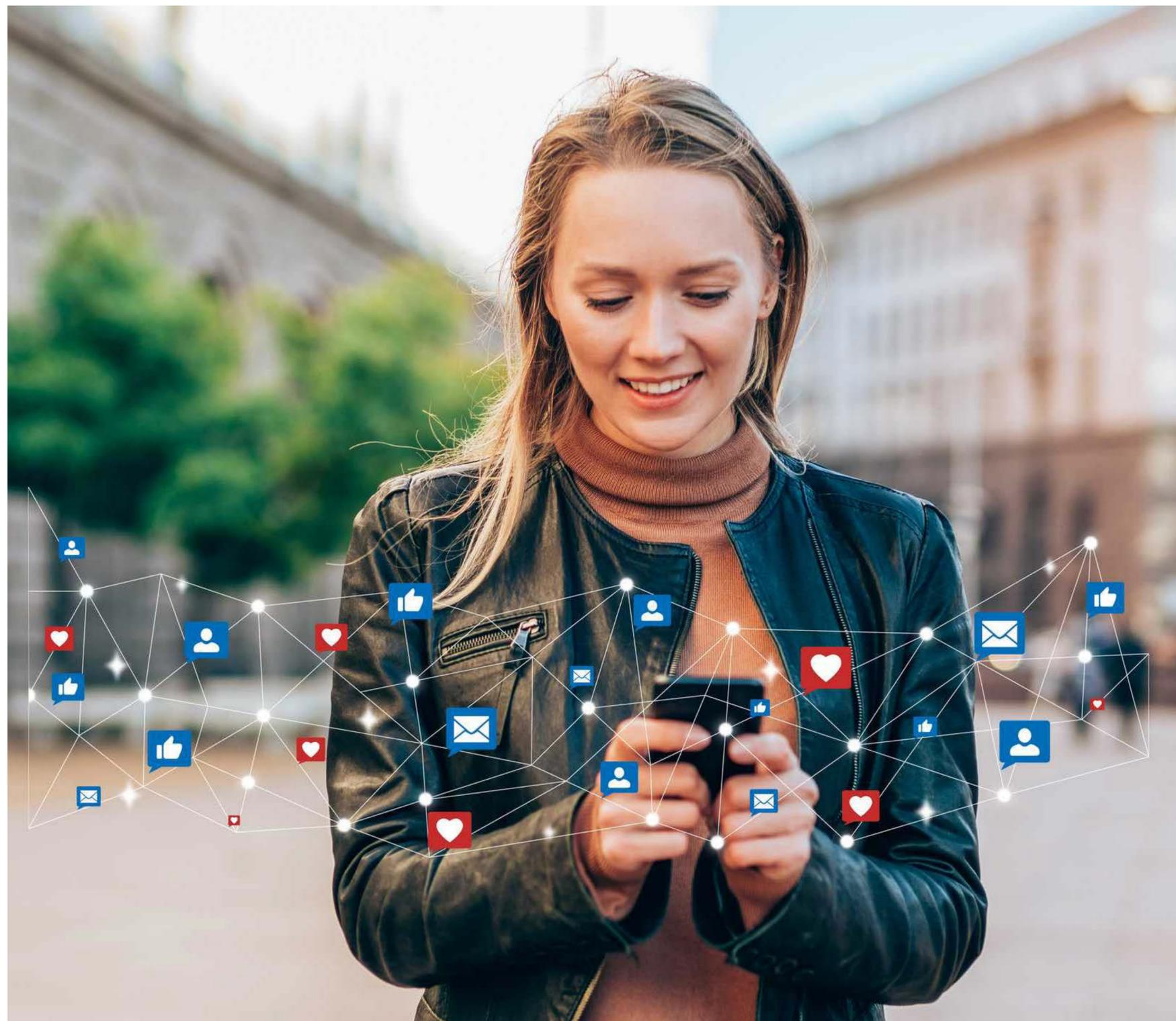
ADOTE NOVAS POLÍTICAS PARA FRETE E RECEBIMENTO NA UNIDADE FÍSICA

Uma quarta sugestão é renovar as políticas de entrega de produtos do petshop. **Busque oferecer diferentes alternativas para que o cliente possa decidir qual atende mais à necessidade dele em vez de recorrer àquela que é a única disponível.**

Uma boa ideia é ofertar delivery gratuito para bairros próximos ao estabelecimento físico, frete com preços promocionais acima de um determinado valor e a opção de buscar o item comprado na unidade física sem pagar nada por isso.

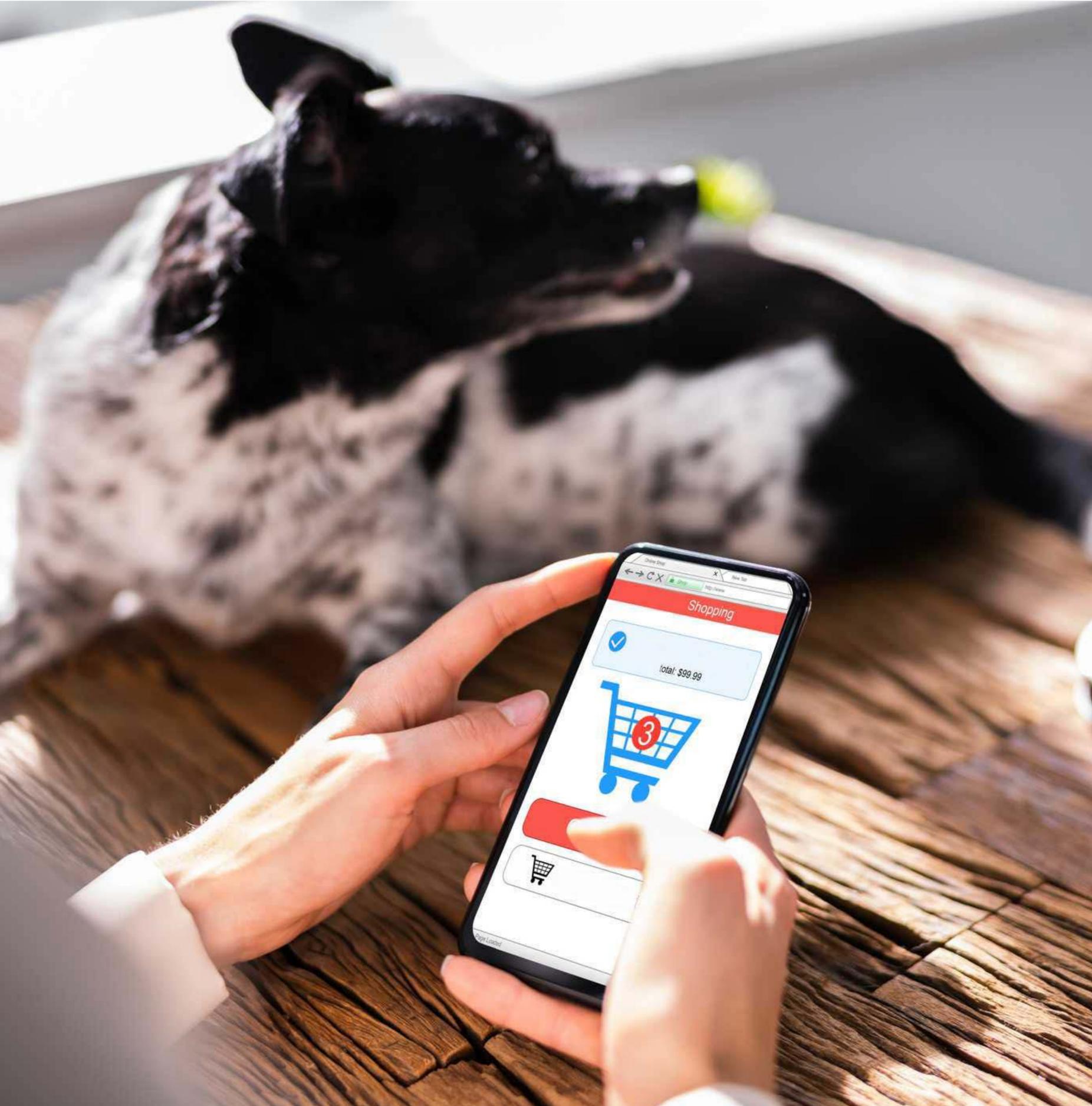
INVISTA EM MARKETING DIGITAL

Por último, invista em marketing digital, com publicações patrocinadas nas redes sociais, anúncios em diferentes plataformas e otimização de busca nos buscadores da rede. Isso é indispensável para divulgar mais a sua loja na internet, destacar os diferenciais dela, reforçar posicionamentos de mercado e, é claro, atrair novos consumidores.



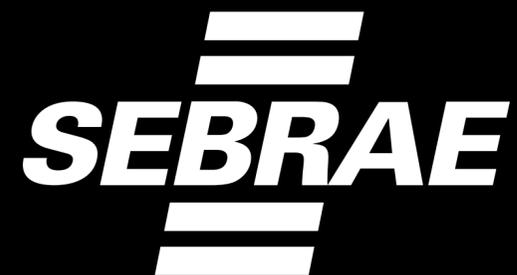


Conclusão



Como deu para ver, criar uma loja online para o seu petshop não é um processo difícil. **Apenas é preciso haver um planejamento prévio com algumas ações a serem adotadas antes e depois de ela ficar oficialmente online.**

Assim, você garantirá que o e-commerce seja funcional, acessível em diferentes dispositivos, tenha um visual intuitivo e descomplicado, esteja sempre atualizado e informativo e consiga trabalhar com bons prazos de entrega. Portanto, siga as nossas dicas e comece a conquistar espaço no meio digital, cravando a sua marca como referência no mercado!



O Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado de Pernambuco é uma entidade privada sem fins lucrativos, agente de capacitação e de promoção do desenvolvimento, criado para dar apoio aos pequenos negócios. Desde 1972, trabalha para estimular o empreendedorismo e possibilitar a competitividade e a sustentabilidade dos empreendimentos de micro e pequeno porte.

Para garantir o atendimento aos pequenos negócios, o Sebrae em Pernambuco atua em todo o território estadual. Além da sede no Recife, a instituição conta com mais 5 unidades espalhadas pelo Estado.

Com foco no estímulo ao empreendedorismo e no desenvolvimento sustentável dos pequenos negócios, o Sebrae atua em: educação empreendedora; capacitação dos empreendedores e empresários; articulação de políticas públicas que criem um ambiente legal mais favorável; acesso a novos mercados; acesso à tecnologia e inovação; orientação para o acesso aos serviços financeiros.