

Atendimento online: 5 dicas para se destacar no e-commerce

Você sabia que atendimento online é um dos setores mais promissores atualmente? O varejo online vem crescendo e as empresas precisam começar a atentar para essa realidade. Nesse cenário, é imprescindível investir em tecnologia!

Diariamente, surgem novas soluções para otimizar a jornada de compra do cliente e o rastreamento de dados das empresas.

Uma das áreas que mais se beneficia dos novos modelos tecnológicos é, sem dúvida, o e-commerce. Agora, com a conexão por sensores, conta com mais um canal para mapear as necessidades dos seus clientes.

Atualmente, é possível rastrear o consumidor durante as compras, para que ele receba ofertas, descontos e brindes ainda dentro do estabelecimento.

As marcas também já conseguem saber o que o cliente pesquisa em seu celular, a fim de oferecer produtos e serviços relacionados com suas buscas.

Nesse artigo, vamos apresentar motivos para você investir em e-commerce e daremos dicas de como melhorar seu atendimento online. Confira!

O que é e-commerce?

O e-commerce pode ser definido como um modelo de negócio cujas transações financeiras são feitas online, em computadores ou celulares.

É, portanto, uma loja virtual que, cada vez mais, vem crescendo para se adaptar às novas demandas. Conta com consumidores mais autônomos e conectados.

Nessas plataformas virtuais de comércio, a interação entre vendedor e consumidor é praticamente inexistente. Isso transformou o modelo tradicional de compra e venda, em que a transação é mediada pelo atendente.

No e-commerce, a compra é feita sem mediação, apenas à mercê da vontade do comprador.

Esse é um mercado em evolução, que se apoia nas novas tecnologias para agregar valor aos produtos vendidos. Alinhados às inovações tecnológicas, esses produtos vêm tornando-se também plataformas para o oferecimento de serviços.

Assim, em um único artigo, a empresa pode aproveitar para vender outros itens e funcionalidades.

As tendências do atendimento online

Varejo online e varejo offline

O mundo do varejo está sofrendo drásticas transformações. Conforme o número de e-commerces cresce, as lojas físicas tendem a fechar.

A possibilidade de um atendimento pró-ativo contextualizado oferecida pelo e-commerce permite que a empresa identifique se o cliente fica muito tempo parado na página de determinado produto.

Rastreando as preferências dos consumidores, as empresas sabem exatamente o que o cliente mais procura. Isso abre espaço para que elas mostrem as ofertas que estão de acordo com aquilo que ele quer. Com isso, o varejo online consegue melhorar sua experiência de compra, oferecendo preços competitivos.

Warren Buffett alertou para a [morte do varejo físico](#). Outros, mais otimistas, acreditam no poder da junção entre varejo offline e varejo online. É o caso da Amazon americana, cujos consumidores têm a possibilidade de comprar pela internet e buscar seus produtos na loja física, sem precisarem pagar pelo frete de entrega ou esperar pela encomenda.

Assim, é possível aliar varejo online e offline para construir uma jornada mais completa para seu cliente. O resultado será um consumidor satisfeito e disposto a fazer novas aquisições.

Comércio mobile

As vendas por e-commerce crescem ano a ano e o comércio mobile vem ganhando força, sobretudo entre os mais jovens. De acordo com a [IDC Brasil](#), o ano de 2016 foi marcado pelo elevado número de 10.3 milhões de celulares vendidos só no primeiro trimestre. A explicação para a expansão do mobile commerce vem de, pelo menos, três frentes:

- **Inclusão digital**

Hoje em dia, há uma democratização do acesso a diferentes tecnologias e dispositivos. Nessa linha, pessoas com menos condições financeiras têm preferido comprar um celular a adquirir um computador, pois acreditam que o custo benefício do primeiro atende as suas necessidades. Assim, impulsionam o mercado mobile, contribuindo para sua expansão.

- **Maturidade da população digital**

De maneira geral, a população digital está em melhores condições de gastar, por isso, aproveita o momento para buscar as melhores ofertas que o comércio online oferece. Os

preços no comércio online são mais competitivos, já que os e-commerces apresentam descontos e benefícios que o varejo offline não tem condições de oferecer.

- **Facilidade de pagamento**

A facilidade de realizar o pagamento é uma característica do meio digital. Exemplos disso são os botões de "comprar com um clique" que impulsionam o consumidor a finalizar a transação. Assim, o momento de decisão de compra acaba sendo simultâneo ao momento da compra em si e o varejo online aproveita-se disso.

Comportamento do consumidor e o atendimento online

As mudanças no comércio reforçam a ideia de que não é só o varejo que foi impactado pela onda de transformações advindas da Era da Informação: o comportamento do consumidor também mudou. O cliente está mais exigente e isso também influencia em como as empresas devem realizar seu atendimento online.

Com o avanço da internet e da tecnologia mobile, o cliente ganhou poder no mercado, já que tem mais autonomia para buscar os preços e condições de pagamento que melhor atendam as suas expectativas.

Uma das coisas que pode fazer você se destacar da concorrência é, sem dúvidas, o atendimento online.

Além disso, é uma prática comum entre os consumidores a consulta de preços em lojas físicas e a aquisição em lojas online. Por isso, empresas que ainda não entraram no setor do varejo online devem repensar suas posturas se quiserem sobreviver à onda do e-commerce.

Mercado de tecnologia

Você já imaginou uma geladeira que sabe quando algum alimento vai acabar e faz compras sozinha? Ou uma máscara que monitora e otimiza seu sono? Ou, ainda, prateleiras inteligentes que te avisam qual dos seus produtos têm maior ou menor saída? Se você nunca pensou nessas possibilidades, deveria começar a pensar.

O princípio que liga tudo isso é a Internet das Coisas e ela está revolucionando a forma de comprar, vender e personalizar produtos. Em resumo, a Internet das Coisas é definida pela captura e o compartilhamento de dados (Big Data) por sensores conectados à internet e que fazem conexões abertas e *ad hoc*.

Além disso, o mercado de tecnologia da informação e telecomunicações está crescendo. Estima-se que, em 2017, sua expansão chegue à 2,5% em relação ao ano passado, de acordo com os dados recolhidos pela IDC Brasil. Nesse contexto, destacam-se o mercado de Cloud, realidade virtual e IoT.

A tecnologia é essencial para [fidelizar o cliente](#), pois ela permite conhecê-lo e contatá-lo. Além disso, se, antes, as empresas dependiam do fornecimento de informações pelos clientes, hoje, há mecanismos para traquear e monitorar as preferências e os dados dos consumidores com ferramentas de Business Analytics.

Por isso, engana-se quem acha que o processo de compra começa só quando o cliente entra em uma loja. Com o desenvolvimento da tecnologia, o consumidor consegue pesquisar produtos e preços em qualquer lugar, a qualquer hora, informar-se sobre as funcionalidades do produto, ler resenhas que avaliem aquilo que ele deseja comprar.

Tudo isso acontece online, antes de o consumidor aparecer na loja - isso, quando aparece. As empresas precisam ter isso em mente e começar a investir nesse tipo de interação online com seu consumidor. Por isso, é importante criar um modelo de negócios virtuais que atenda a todas as necessidades dos seus clientes.

Dicas para ter um atendimento online diferenciado e impulsionar suas vendas

Agora que você já sabe da importância do e-commerce para seus clientes, te damos algumas dicas de como você pode criar um atendimento diferenciado nesse setor e ainda impulsionar suas vendas.

Invista em chatbots

Na linha da Inteligência Artificial, os chatbots, robôs que são usados em plataformas de chat para atendimento, vêm para facilitar a vida da sua equipe e para atender às expectativas dos seus clientes.

Atualmente, o consumidor não quer mais ser atendido por telefone, preferindo plataformas de chat, como Whatsapp e Messenger. Com os chatbots, além de oferecer um atendimento eficiente, você o torna escalável, pois seus funcionários conseguem dedicar-se a questões mais complexas que exigem inteligência humana, delegando tarefas mais simples para a inteligência artificial dos chatbots.

Ofereça descontos e promoções

Às vezes, quando o cliente procura por um determinado produto, acaba deparando-se com preços muito além do esperado, intimidando a realização da compra. Para minimizar ao máximo a perda de vendas, o varejo online permite oferecer vouchers de desconto via chat ou links com desconto por e-mail, para quando o cliente acha que o produto é caro.

Esse processo envolve dar autonomia para a equipe de atendimento online, pois ela estará em contato direto com o consumidor, podendo analisar as situações caso a caso e oferecer um atendimento personalizado.

Facilite o pagamento

Falamos anteriormente como o e-commerce oferece facilidade para o cliente na hora do pagamento. Assim, se você quer impulsionar suas vendas, você deve investir em condições facilitadas de compra e pagamento, pois elas aumentam muito o número de transações finalizadas.

Para facilitar, você pode oferecer pagamentos personalizados via chat. Assim, seu cliente fica satisfeito por receber um atendimento rápido e que priorize suas particularidades.

Incentive o cliente a continuar a compra

No varejo online, é muito comum que seus clientes encham o carrinho de compras com vários artigos que foram sendo pelo site, mas não passem para a próxima etapa ou que emitam o boleto para pagamento, nunca chegando a pagá-lo realmente.

Para resolver os problemas de abandono de carrinho e desistência de boleto, você deve investir em gatilhos e automação de marketing. O que isso significa? Significa que você irá mandar, periodicamente, e-mails personalizados para seus clientes lembrando que o carrinho de compra deles está esquecido.

No e-mail, você também pode perguntar os motivos da desistência da compra. Outra forma de incentivar o consumidor dar continuidade ao pagamento é dar benefícios caso ele seja completado, como frete grátis e descontos.

Invista em base de conhecimento e central de ajuda

A maioria dos e-commerces sabe mostrar produtos e preencher pedidos, mas não é boa com vendas e [atendimento](#) online. Por isso, é importante investir no design do site, qualidade da fotografia dos produtos e, principalmente, suporte ao cliente. Estando atento para sempre responder rapidamente as perguntas que chegam.

É possível que seu cliente tenha dúvidas sobre os produtos, a entrega, os prazos para pagamento e etc. Como ele não conta com o vendedor ao seu lado para tirar essas dúvidas, e talvez também ele não queria falar com nenhum atendente pelo chat, é recomendável ter uma base de conhecimento consistente em seu site.

Além disso, você deve disponibilizar um código para rastreio de produtos e solicitações para que o cliente acompanhe o status de seus chamados de atendimento e a entrega do produto.

Destaque-se com atendimento online

Como dissemos, a [jornada do cliente](#) foi profundamente afetada pela revolução digital. O comportamento do consumidor e suas tomadas de decisão acompanham um novo modo de escolher produtos e buscar informação sobre aquilo que quer comprar.

Quem se adapta a esse novo modelo sai na frente. A integração das plataformas de vendas é fundamental para impulsionar o seu negócio.

Por isso, os todos canais precisam estar alinhados para que não haja perda de informações. Com isso, você garante uma jornada do cliente mais completa. Melhorando o atendimento online como um todo e diferenciando-se dos concorrentes.

Nesse artigo, te mostramos como o mercado de e-commerce está em expansão. É importante que você adapte seus modelos de negócio a essa nova realidade para conseguir reter clientes e destacar-se dos concorrentes.

Por fim, demos algumas dicas de como você pode aproveitar as novidades tecnológicas para oferecer um bom atendimento online.

Agora, para garantir uma jornada de sucesso completa para o seu cliente, baixe o nosso Ebook exclusivo: [Ebook - Sucesso na jornada do cliente](#)

Até a próxima!