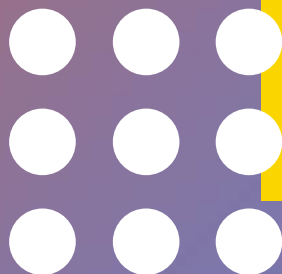


9 PASSOS PARA MONTAR SUA LOJA DE DROPSHIPPING

Guia definitivo para quem
está começando



9 PASSOS PARA MONTAR SUA LOJA DE DROPSHIPPING

Guia definitivo para quem está começando

INTRODUÇÃO

Começar um novo negócio é um grande desafio e nem sempre temos a sorte de encontrar alguém que nos oriente de forma direta. Isso certamente pode poupar muito tempo, dinheiro e evitar frustrações que nos desanimem, simplesmente por não sabermos se estamos no caminho correto.

Para quebrar esta primeira barreira, a Finnke/Virtual1 criou este guia de 9 passos simples que vai te guiar desde a concepção do seu negócio, até a primeira campanha de venda.

ENTENDENDO O DROPSHIPPING

Se você chegou até aqui, é porque provavelmente já ouviu falar sobre o dropshipping e certamente se interessou pelas possibilidades e até promessas que esta palavra estranha representa.

A boa notícia é que sim, se feito da maneira correta, com disciplina e persistência, o dropshipping pode representar uma verdadeira revolução na forma de fazer negócio. Não são raros os casos que esta modalidade deu um giro de 360 graus no empreendimento de diversas pessoas.

Vamos então definir de forma clara o que é o dropshipping:

Dropshipping ou remessa direta é uma técnica de gestão da cadeia logística na qual o revendedor não mantém os produtos em estoque, mas oferta e comercializa produtos que estão no estoque do fornecedor em qualquer lugar do mundo. Assim que o cliente completa o pedido de compra, o revendedor solicita e paga ao fornecedor que fará todo o processo de embalagem e envio diretamente ao cliente. Dessa forma, o revendedor usa o estoque dos seus fornecedores como um Buffer Inventory (Pulmão de Estoque).

Se de alguma maneira te parece complexa esta definição, saiba que é muito mais simples do que montar um e-commerce do zero.

O dropshipping derruba 3 grandes barreiras de quem está começando:

1. Verba para compra de estoque
2. Estrutura logística
3. Capital de giro

Logo é fácil descobrir porque muitos e-commerce optam por esta forma de operação, seja para produtos nacionais ou importados.

0 9 passos para montar seu Dropshipping

Após entender o funcionamento e algumas vantagens do dropshipping, é hora de estruturar seu negócio. Para isso vamos mostrar o que você precisa para colocar sua loja para vender

- Passo 1 - Defina seu nicho de mercado
- Passo 2 - Defina seu público alvo
- Passo 3 - Definindo seus fornecedores
- Passo 4 - Escolhendo sua plataforma
- Passo 5 - Escolhendo a forma de entrega
- Passo 6 - Escolhendo a forma de entrega
- Passo 7 - Escolhendo produtos
- Passo 8 - Definindo o preço de venda
- Passo 9 - Estratégias de venda

Passo 1 - Defina seu nicho de mercado

É comum nos depararmos com futuros lojistas que querem criar verdadeiros marketplaces em sua primeira loja virtual, isso se deve ao não planejamento do negócio. Vou te dar alguns motivos para gastar algum tempo nisso:

Ao não definir seu nicho, você vai começar atirando para todos os lados, não vai definir um público alvo e nem persona para sua loja e com isso, por mais que traga público, dificilmente vai conseguir impactá-lo com produtos complementares.

Imagine que você está em busca de brinquedos para crianças até 3 anos, aí começa a acessar uma loja e se depara com um enorme banner de um homem de barbeando e anunciando um barbeador. Isso fará com que você sinta que está no lugar errado, quebrará uma linha de confiança que estava se formando com o consumidor.

Por se tratarem de públicos segmentados, todo seu esforço de divulgação fica sem foco, os custos multiplicam-se, sua linguagem fica perdida e a retenção de público é praticamente zero. Além disso, você não passa a segurança que seu cliente inconscientemente está buscando, pois não te identifica como um especialista e certamente não será em você que ele vai pensar em uma próxima compra.

Está começando seu negócio? Foque em um nicho e se for preciso troque depois, mas faça um de cada vez ou opte por ter lojas separadas com identidade e foco definidos.

Passo 2 - Defina seu público alvo

É hora de definir quem pode ser seu público: Defina a faixa de idade, sexo, classe social e tudo mais que você pode identificar como a cara do seu público.

Isso vai te ajudar a definir a aparência da sua loja, linguagem das comunicações e principalmente para quem você vai anunciar, otimizando assim suas campanhas e maximizando as conversões.

Este público à princípio será definido pelo seu conhecimento e palpite mas com o tempo poderá ser refinado pelos dados colhidos pelas suas ações.

Passo 3 - Definindo seus fornecedores

Você pode optar por fornecedores nacionais e internacionais no dropshipping e para isso os recursos da plataforma devem ser levados em conta, no próximo tópico vamos nos aprofundar nisso.

Produtos internacionais normalmente estão ligados a grandes marketplaces e neste ponto o Aliexpress é sem dúvida o maior e com mais ofertas do mundo.

Lá, você pode minerar produtos exclusivos que são verdadeiros achados, com preços incríveis para que sua margem de lucro seja alta e extremamente compensadora. O grande segredo aí é não cair na tentação de vender o que está todo mundo vendendo e cair na guerra dos preços. Você até pode trabalhar com estas opções, mas concentre-se em buscar produtos exclusivos, sem comparação de preço e que sejam surpreendentes a quem se depare com seus anúncios. Capriche nas descrições visando a compra por impulso.

Redes sociais como Instagram e Facebook são ideais para divulgação.

Passo 4 - Escolhendo sua plataforma

Tão importante quanto ter o produto ideal é escolher a forma certa de vendê-lo. A plataforma de e-commerce é a loja que seu cliente vai entrar para ver detalhes do produto, fotos e vídeos, saber valor do frete, formas de pagamento e acompanhar suas compras.

Plataformas modernas estão sempre em constante atualização, contam com integrações com diversas formas de entrega, pagamento, possibilidade de integração com redes sociais (Instagram e Facebook) e serviços de anúncios (Google shopping), além de processo de compra fácil dos produtos vendidos.

Outro ponto importante é observar se é possível fazer cálculo separado por fornecedor. Saiba que é possível além dos produtos que você trabalha com o dropshipping, ainda ter produtos em seu próprio estoque ou de um fornecedor brasileiro de outro estado. Na finalização de pedidos, os fretes devem ser calculados separadamente para serem feitos de maneira correta e uma plataforma de dropshipping tem que lidar de forma certa com estas possibilidades.

Existem atualmente algumas plataformas que oferecem parte ou todos estes recursos, e se souber exatamente qual escolher, você se livrará de muitas limitações.

Outro ponto importante é saber o que vai ser entregue ao contratar uma plataforma. Certamente, concentrar seus esforços para entender o funcionamento e ter que construir uma loja do zero sem conhecimento em design, pode te frustrar muito de início, para isso, existem opções prontas que te entregam a loja finalizada e pronta para vender.

A Virtual1 - www.virtual1.com.br - proporciona todos estes benefícios para seus clientes com um inigualável custo/benefício e uma política de venda exclusiva, onde você paga uma única vez e tem a loja disponível para sempre sem nenhuma mensalidade adicional.

Passo 5 - Escolhendo a forma de entrega

Este ponto pode definir a estratégia do seu caixa. A disponibilidade do capital envolvido na venda, sempre exigiu um planejamento preciso no fluxo de caixa.

Não que isso ainda não seja de fundamental importância para saúde financeira de qualquer empresa, porém, com a disponibilidade praticamente imediata do dinheiro após vendas, tanto em cartão, PIX ou boleto, possibilita que o mesmo capital da venda possa ser utilizado para a compra da mercadoria para seu cliente final, anulando a necessidade de capital de giro.

Claro que isso não elimina a prática de ter uma reserva, porém com algumas vendas, o lucro pode ser guardado e usado para esta finalidade no começo das operações.

Nossa recomendação para gateway de pagamento é o MercadoPago, que disponibiliza os valores em 24h e é uma empresa de grande porte com muita tradição na atuação do comércio eletrônico.

Você ainda pode optar por diversos outros meios mas estude sempre as taxas e prazos oferecidos pelo serviço escolhido.

Passo 6 - Escolhendo a forma de entrega

Um grande apelo do dropshipping é o frete grátis. Diversos produtos oferecidos em marketplaces como o Aliexpress, já contemplam este benefício e o repassam para seu cliente, fator que pode definir se seu cliente comprará ou não.

Você ainda pode acrescentar o valor da entrega no preço do produto e oferecer frete grátis para tornar sua oferta irresistível.

No e-commerce o que vende é a oferta e não o preço. Quanto mais atrativa, maiores são suas chances de venda.

No caso de fornecedores nacionais, onde é possível fazer comparação de preços e o frete varia muito de região para região, você pode optar pelos Correios ou alguma empresa intermediadora de frete como por exemplo o Melhor Envio, que oferece taxas mais atrativas para fretes.

Passo 7 - Escolhendo produtos

Existem diversas maneiras de escolher seus produtos, e seguir tendências de venda pode ser um bom caminho para começar.

Uma boa ferramenta para isso é o site “Tendências e pesquisa do Mercado Livre”
<https://tendencias.mercadolivre.com.br> - Lá você pode verificar as maiores tendências de busca, as mais desejadas, tendências mais populares e ainda pode pesquisar por categorias. Assim, caso já tenha seu nicho definido, poderá procurar os produtos mais quentes da sua categoria.

Com a escolha feita, pesquise no Aliexpress as melhores ofertas e ao encontrá-las, observe a reputação dos vendedores, veja quantas estrelas ele possui, comentários dos compradores e o tempo que ele já vende no Aliexpress.

Com estes dados em mãos, você deve caprichar nas descrições. Evite imagens que tenham palavras em inglês e o mais importante, crie um título forte, exclusivo, com um resumo do produto oferecido.

Passo 8 - Definindo o preço de venda

Um negócio deve ser lucrativo e por isso ter uma boa margem de lucro vai definir a saúde da sua operação. Procure trabalhar com uma margem que lhe permita investir em campanhas de marketing e ainda lhe permita dar desconto em eventuais promoções. Defina o quanto você pode gastar em anúncio proporcionalmente ao valor do produto. Isso te mostrará se sua oferta é viável ou não.

Por exemplo:

Se seu produto tem um preço de custo de R\$100 com frete incluso, e você gasta R\$40 para ter uma venda, considere ter um lucro de pelo menos 60% mesmo em oferta. Neste caso um bom valor de venda seria entre R\$240,00 e R\$280,00 por unidade.

Este lucro é perfeitamente possível se você escolher produtos que não podem ser facilmente comparados ou encontrados na concorrência. A compra por impulso aliada à exclusividade são grandes fatores de sucesso no dropshipping.

Passo 9 - Estratégias de venda

Você pode usar suas redes sociais para oferecer seus produtos, mas para isso é importante que já tenha um bom número de seguidores. O alcance orgânico é lento e restrito.

Um bom caminho são os grupos do Facebook, caso não queira inicialmente investir em mídia paga. Porém, para escalar suas vendas, é fundamental investir em impulsionamento de posts e campanhas estruturadas.

O dropshipping é um comércio eletrônico como qualquer outro e uma boa maneira de começar é criando sua primeira campanha no Instagram.

Crie ou solicite para alguém uma arte atrativa usando algum programa de editoração como por exemplo o Canva. Crie algumas variações e poste no Instagram no perfil da sua marca. Impulsione a postagem, definindo seu público alvo e deixe o anúncio rodando por pelo menos por uma semana. Procure responder qualquer pergunta que seus clientes deixarem para identificar a aceitação do público e refaça o processo até identificar uma aceitação da oferta.

Com a primeira oferta definida, vá aumentando o investimento até onde considerar viável. Crie novas ofertas usando a mesma técnica, até criar uma grade de venda sustentável.

Com estes 9 passos você é capaz de organizar suas ideias e ações e vai conseguir de forma estruturada montar sua operação.

No entanto podemos ainda nos aprofundar um pouco mais nas vantagens, desvantagem e definições da operação

Vantagens e desvantagens

A principal questão do DropShipping, é a oportunidade de pessoas que estão iniciando na área do E-commerce, poderem testar e começar a vender sem grandes investimentos e riscos, possuindo também uma fácil expansão, conforme a progressão dos negócios.

Por mais que mínimas, o sistema DropShipping assim como qualquer outro negócio possui suas desvantagens. Como principais temos as questões do pouco controle sobre seus estoques, entregas um pouco mais prolongadas(pelo estoque possivelmente não estar no país) e margens de lucros serem um pouco menores(pelo menos inicialmente).

Processo

Basicamente sua função como vendedor é controlar a chegada de novos pedidos, registrando e controlando a ordem de prioridade, mandando imediatamente para o fornecedor de seus produtos. O fornecedor em contrapartida, deverá te mandar o código para rastreio, este que deverá ser enviado para o consumidor.

Temos quatro principais agentes no sistema de DropShipping, são estes os fabricantes, constroem os produtos mas normalmente não lidam com o consumidor final e por muitas vezes também só vendem em quantidade mínima determinada), atacadistas(pegam os produtos direto das fabricantes e aplicam um valor para que haja lucro na venda final), varejistas(empresas que fazem a venda final para o consumidor direto) e consumidor final(este que por sua vez precisa ser bem atendido, recebendo um produto em boas condições dentro do prazo).

Quando é recomendado?

Os cenários mais recomendado para a aplicação de um DropShipping são os seguintes:

- Empreendedores que não desejam investir muito dinheiro inicialmente.
- Lojas que já estão no ramo do Ecommerce e gostariam de expandir e/ou parar de lidar com problemas de estoque.

Empreendedores iniciantes, que por muitas vezes começam a trabalhar no local onde vivem e assim,

não possuem um espaço para estoques ou mesmo não possuem muita experiência no ramo, podendo assim focar em partes mais específicas do trabalho, terceirizando problemas de entrega, logística, etc.

Diferenças entre Fornecedores nacionais e internacionais

Nesta área temos os famosos fornecedores asiáticos (como por exemplo AliExpress), porém também temos fornecedores nacionais (como a NuvemShop), não existe opção melhor nem pior, cabe a você entender qual melhor se aplica ao seu negócio.

Nas nacionais, as negociações são em português e as entregas bem mais ágeis, assim como os possíveis processos de garantia e devolução. A grande desvantagem deste cenário seria a baixa quantidade de fornecedores em si, assim gerando um preço maior e uma quantidade mais limitada de produtos.

Em contraponto as fornecedoras internacionais são por consequência mais baratas, possuem uma gama de produtos extremamente mais vasta e lidam com o modelo DropShipping a muitos anos, facilitando e adiantando diversos processos. Seus maiores defeitos se dão pela negociação ser feita em inglês, em dólar e seus prazos serem mais alongados.

Como podemos analisar lendo um pouco sobre as opções de fornecedores, conseguimos chegar a conclusão de que não existe nem modelo certo e nem errado, cabe a você colocar na balança vantagens e desvantagens e escolher o que mais se encaixa em suas expectativas.

Tributação

Para que a operação seja legal, o objeto social não poderá ser ilícito, impossível, indeterminado ou indeterminável, ou contrário aos bons costumes, à ordem pública ou à moral. (Ver Instrução Normativa DREI nº 38/2017, Anexo II, Item 1.2.12)

Deste modo, o contrato social deverá indicar com precisão e clareza as atividades a serem desenvolvidas pela sociedade.

As lojas virtuais (e-commerce) devem estar registradas como empresas de intermediação de negócios, onde o negociador prestará um serviço para o seu cliente nacional, que deseja adquirir um produto determinado, no sentido de facilitar a sua aquisição junto à empresa estrangeira.

Quanto à Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), o enquadramento que melhor atende as atividades da operação de remessa direta, compreende o seguinte código:

– 7490-1/04 – Atividades de intermediação e agenciamento de serviços e negócios em geral, exceto imobiliários.

Ademais, a operação de remessa direta difere da situação em que o lucro do sujeito intermediário é oriundo da comissão pela venda de determinada mercadoria. Neste caso, o ofertante dos produtos figuraria efetivamente como representante comercial da empresa fornecedora.

Nas operações de remessa direta, que consistem nas atividades de intermediação de negócios, serão tributadas de acordo as regras de tributação a depender do regime de tributação de cada pessoa jurídica, podendo ser com base no Simples Nacional, Lucro Presumido ou Lucro Real.

Agora que você já tem o caminho, é hora de voltar e dar o primeiro passo.

Ao escolher sua plataforma, acesse www.virtual1.com.br e conheça a melhor solução para dropshipping do mercado.



/FinnkeChannel



@finnke_ecommerce



@finnke.face