

WEBINAR

E-commerce em Portugal: Casos Reais e Práticos



Luís Torres

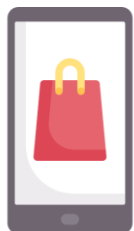
Consultor e Formador de Marketing Digital

CEO da SlyUp

 [linkedin.com/in/luispereiratorres](https://www.linkedin.com/in/luispereiratorres)

 luis.torres@slyup.com

Fatores Críticos de Sucesso



Experiência de Compra

Usabilidade + Mobile



Confiança e Segurança

Notoriedade, Contactos e Pagamento



Preço e Promoções

Competitividade e Transparência



Informação do Produto

Conteúdo relevante, vídeos, reviews, (...)



Logística

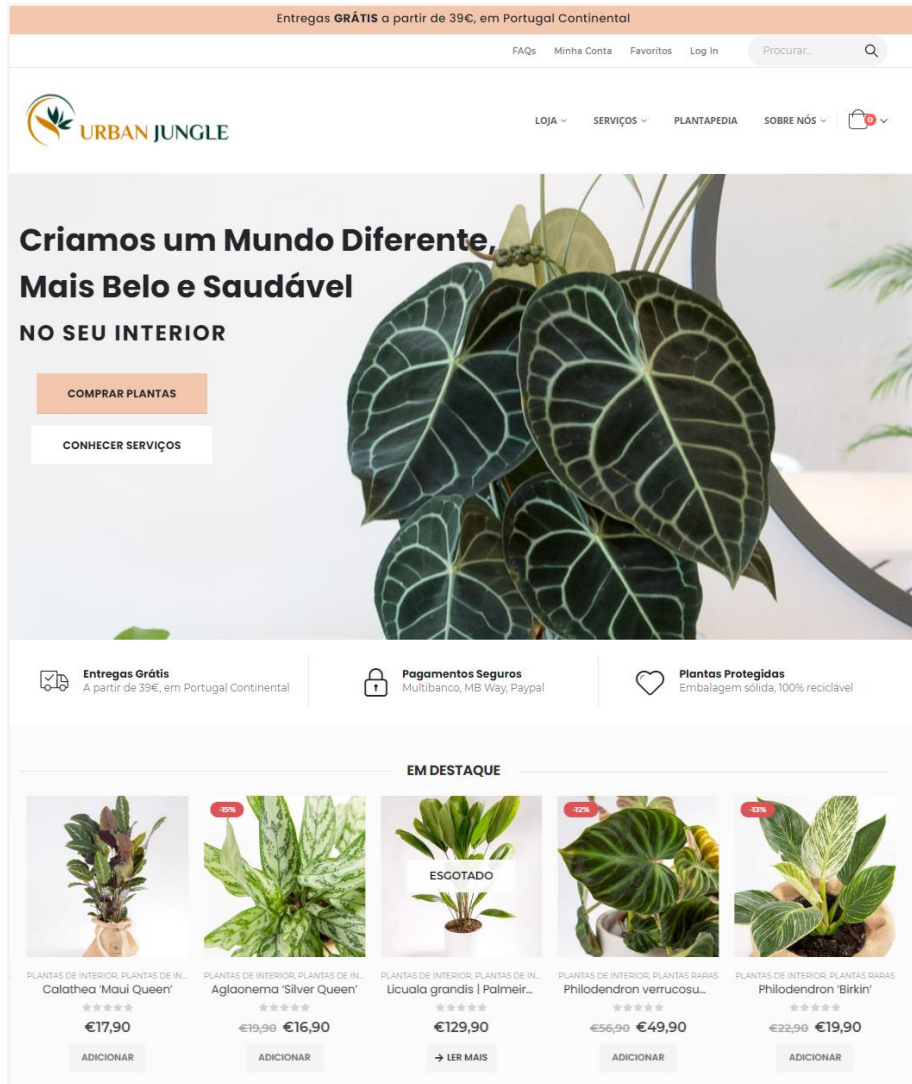
Prazos, Devoluções e Portes



Marketing

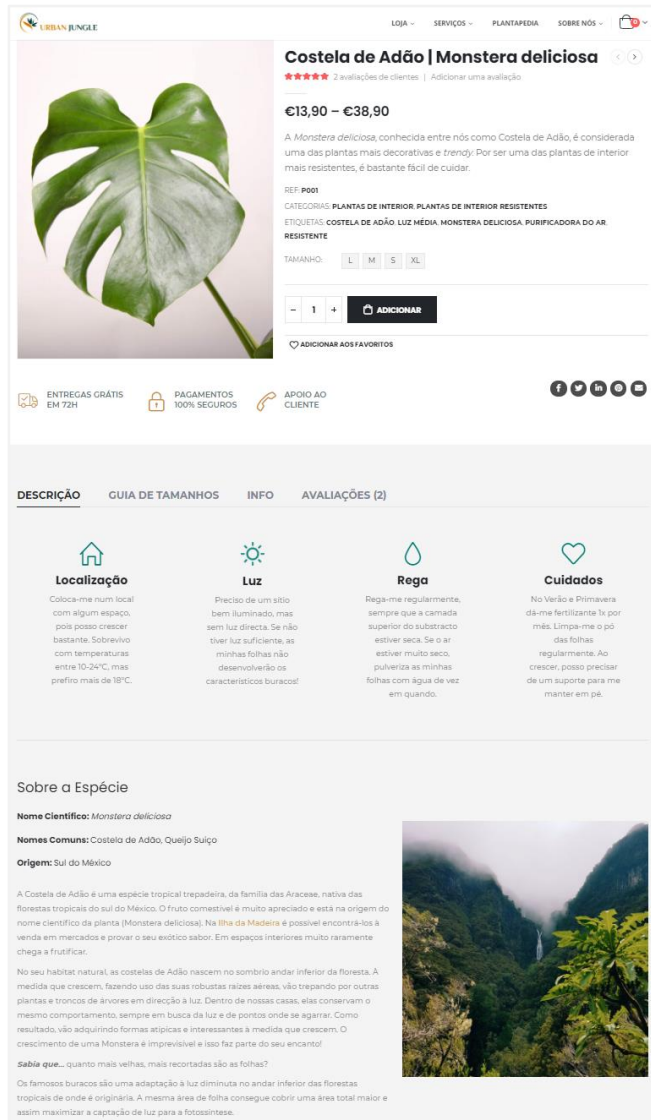
Captação de Tráfego Qualificado

Caso: Urban Jungle - urbanjungle.pt



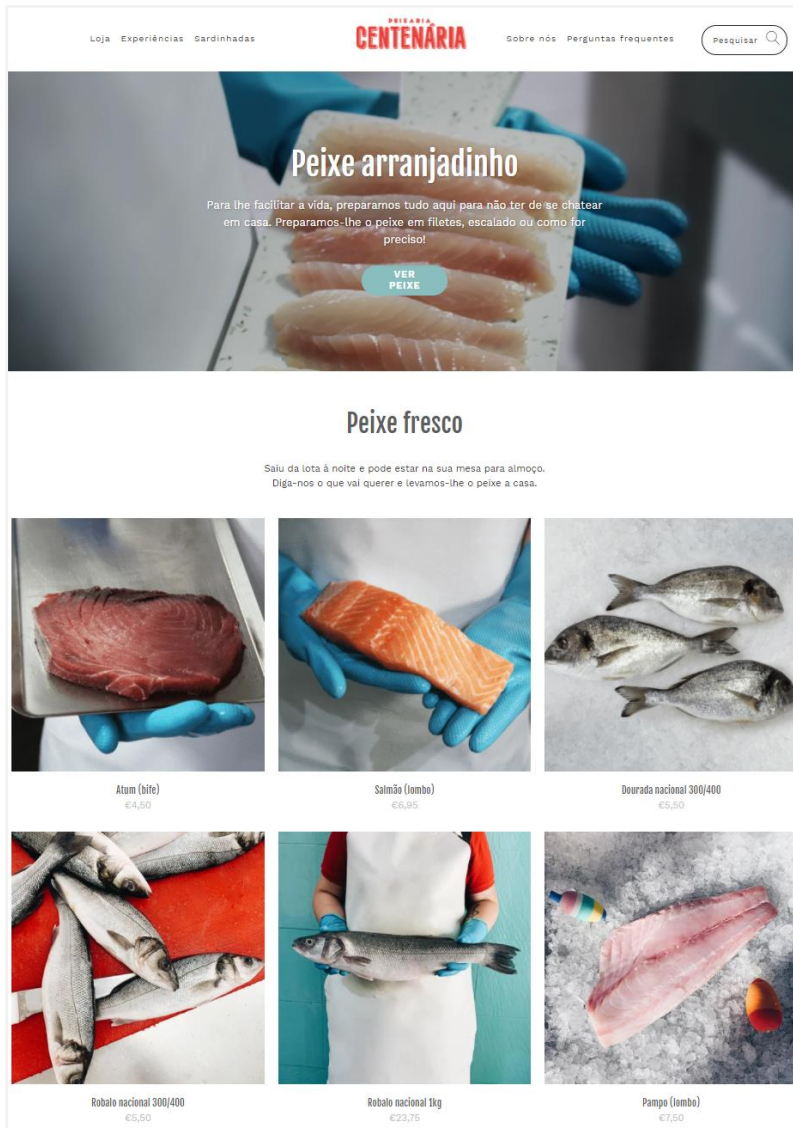
- Negócio que dá resposta a uma tendência;
- Experiência de compra online simples e fluída;
- Entregas grátis em 72h a partir de 39€;
- Embalagem adaptada ao produto e 100% reciclável;
- Partilha de conteúdo relevante sobre plantas;
- Suporte ao cliente através de diferentes canais;
- Informação descritiva sobre as condições e cuidados a ter com cada planta (online e no ato de entrega).

Caso: Urban Jungle - urbanjungle.pt



- Negócio que dá resposta a uma tendência;
- Experiência de compra online simples e fluída;
- Entregas grátis em 72h a partir de 39€;
- Embalagem adaptada ao produto e 100% reciclável;
- Partilha de conteúdo relevante sobre plantas;
- Suporte ao cliente através de diferentes canais;
- Informação descritiva sobre as condições e cuidados a ter com cada planta (online e no ato de entrega).

Caso: Peixaria Centenária - peixariacentenaria.pt



- Negócio tradicional reinventado;
- Imagem e comunicação destacam-se da concorrência;
- Permite chegar a novos públicos;
- Entregas em veículo próprio de terça a sábado;
- Negócio limitado geograficamente;
- Expansão para serviços (experiências e sardinhadas);
- Possibilidade de seleccionar como quer o peixe.

Caso: Peixaria Centenária - peixariacentenaria.pt



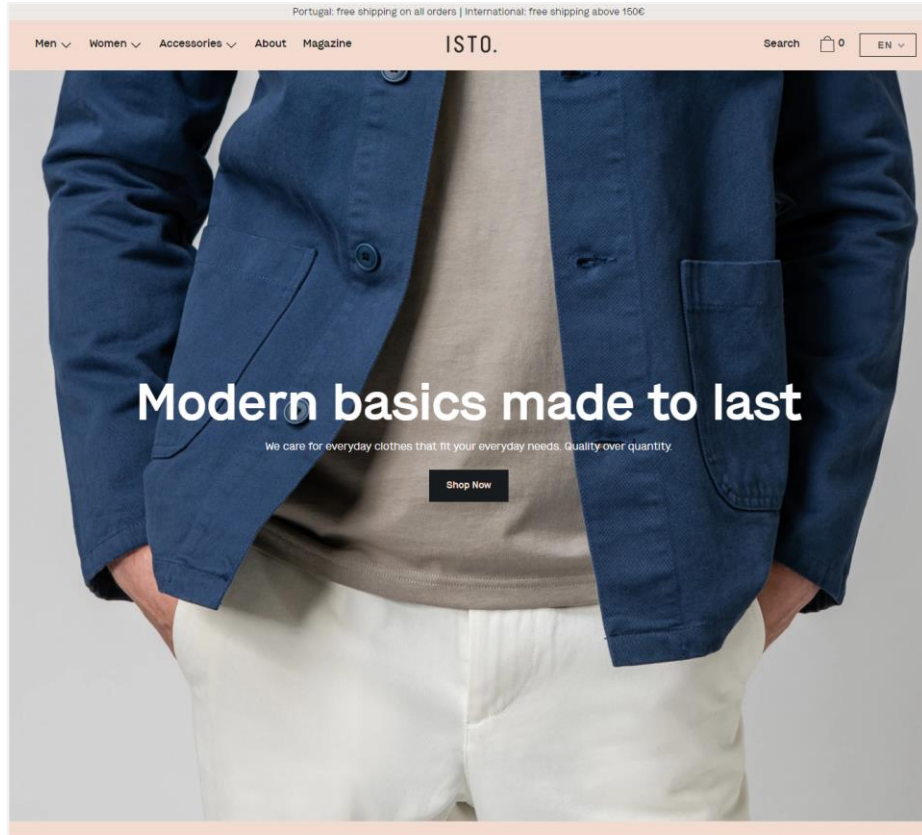
- Negócio tradicional reinventado;
- Imagem e comunicação destacam-se da concorrência;
- Permite chegar a novos públicos;
- Entregas em veículo próprio de terça a sábado;
- Negócio limitado geograficamente;
- Expansão para serviços (experiências e sardinhadas);
- Possibilidade de seleccionar como quer o peixe.

Caso: Bolas da Praia - bolasdapraia.com



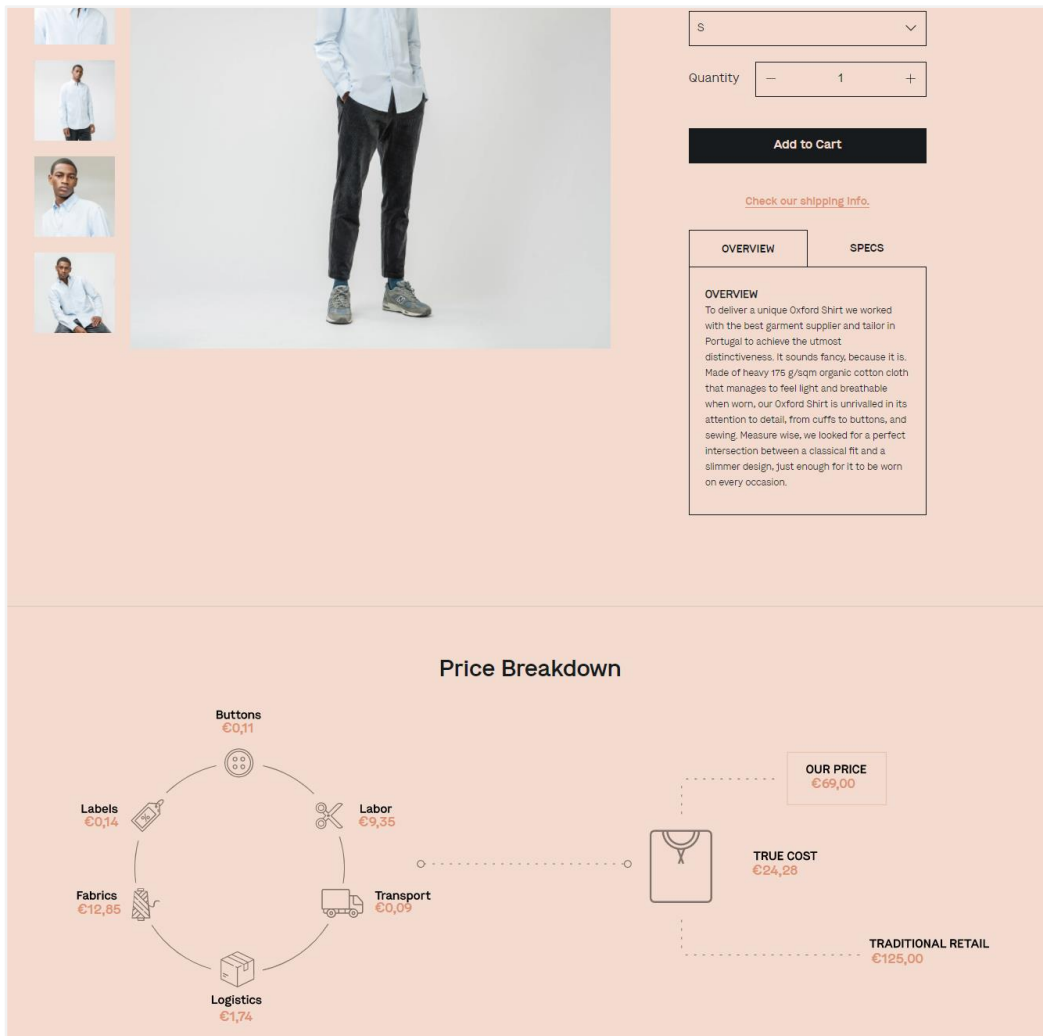
- Negócio online de monoproduto;
- Entregas em casa ou local de trabalho;
- Reinventar a forma e o local onde o produto costuma ser consumido;
- Ofertas "Last Minute" regulares nas redes sociais;
- Exploram o novo público Empresas;
- Presença em Lisboa e Porto.

Caso: ISTO - isto.pt



- Peças de moda básicas com qualidade;
- Produto em algodão orgânico 100% biodegradável;
- Começaram com poucas peças (tshirts e camisas para homem) e foram crescendo a oferta;
- Produção nacional (Guimarães);
- Entregas gratuitas em Portugal em 2 dias úteis;
- Transparência com o cliente: partilham o custo discriminado do produto (fabrico, logística, ...).

Caso: ISTO - isto.pt



The screenshot shows a product page for a white shirt on the website isto.pt. The page includes a main image of a person wearing the shirt, a sidebar with smaller images, and a product description. Below the product page, there is a 'Price Breakdown' diagram illustrating the cost components of the shirt.

Price Breakdown

Component	Cost (€)
Buttons	0,11
Labor	9,35
Transport	0,09
Logistics	1,74
Fabrics	12,05
Labels	0,14
OUR PRICE	69,00
TRUE COST	24,28
TRADITIONAL RETAIL	125,00

- Peças de moda básicas com qualidade;
- Produto em algodão orgânico 100% biodegradável;
- Começaram com poucas peças (tshirts e camisas para homem) e foram crescendo a oferta;
- Produção nacional (Guimarães);
- Entregas gratuitas em Portugal em 2 dias úteis;
- Transparência com o cliente: partilham o custo discriminado do produto (fabrico, logística, ...).

Reflexão

Se já tem um negócio e não tem uma loja online:

- O produto que tenho é possível vender online?
- Tenho/devo adaptar o meu produto para o mercado online? Posso reinventar de alguma forma o meu produto (modelo de venda, forma de utilizar, embalagem, características, ...)?
- Sou capaz de ser competitivo online? Como me vou diferenciar da concorrência?
- Estou preparado/tenho recursos para assegurar a logística, manter a dinâmica do site, dar suporte ao cliente e trabalhar canais de comunicação online?

“Vou estudar, planejar a minha estratégia e preparar o meu negócio para criar uma loja online.”

Quero aprender mais:

academiacomerciodigital.pt



Luís Torres

Consultor e Formador de Marketing Digital

CEO da SlyUp



[linkedin.com/in/luispereiratorres](https://www.linkedin.com/in/luispereiratorres)



luis.torres@slyup.com