



**Saiba quais os benefícios em
ter um site para a sua empresa**

Saiba quais os benefícios de sua empresa ter um site

A globalização fez com que a internet tomasse proporções grandiosas. Hoje, grande parte do dia a dia das pessoas está no mundo digital. É possível trabalhar, buscar entretenimento, fazer compras, além de gerenciar a própria vida e até mesmo empresas através dos meios digitais.

Apesar de já estar bem inserido e conceituado, o mercado digital está apenas engatinhando. Todos os dias novas tecnologias e oportunidades surgem e a tendência é crescer ainda mais. Até o final de 2019, a transformação digital estava nos planos de muitas empresas, não como prioridade e sim parte de um planejamento.

Em 2020, **tudo mudou**. A transformação digital foi acelerada e, agora, é o principal foco de investimento para grandes corporações. Por quê? Por dois motivos:

O primeiro é a busca de **vantagem competitiva**. O digital não tem fronteiras físicas ou temporais e o comportamento do consumidor pende cada vez mais as possibilidades digitais por causa da comodidade e facilidade que esse meio proporciona.

Já o segundo motivo é o novo Coronavírus que se alastrou pelo mundo inteiro. Menos pessoas estão saindo de casa e, por consequência, buscam **alternativas de consumo** sem a necessidade de ficarem expostas à proliferação.

Para termos uma breve noção, uma [pesquisa feita pela Mercado Livre](#) mostra que as compras online aceleraram em toda a América Latina e o tempo de navegação em busca de produtos aumentou. Como dissemos, a transformação digital está acelerada e você não pode ficar para trás! Por isso, listamos os benefícios de ter um site! Confira:

Benefícios de ter um site

Facilitar a vida do seu cliente

Seu site é a sua empresa na internet. Quando você recebe um cliente, que experiência você quer dar a ele? Qual reação de satisfação você busca? Essas perguntas são válidas igualmente quando falamos do usuário acessando o seu site ou loja virtual.

Um site deve ser prático, com organização e um design fluído que o seu cliente tenha conforto ao usá-lo e achar o que ele quer facilmente, sem trafegar por diversas abas.

A responsividade é importante também. Afinal, seu cliente em potencial pode lhe achar de qualquer lugar no mundo, tanto enquanto usa um computador quanto um smartphone.

Aumentar a sua visibilidade e vendas com ferramentas de marketing digital

Seu site está lá, mas, para gerar acessos e vendas, é preciso criar uma estratégia bem estruturada de **marketing digital** para divulgar. Por isso, usamos o processo do Funil de Vendas, no qual trabalhamos a **atração, conversão, venda e fidelização**.

São diversas técnicas, recursos e ferramentas como **SEO (Search Engine Optimization)**, conteúdos ricos, **Face** e **Google Ads**, entre outras para gerar tráfego para o seu site!

Fortalecer o relacionamento com o cliente

Um site pode ser otimizado para possuir diversos recursos que facilitem a comunicação e a **relação**

com clientes, tanto antes quanto no serviço pós-venda. São diversas otimizações como:

CRM

O *Custom Relationship Manager* é uma ferramenta extremamente completa e voltada para o setor comercial de empresas com o objetivo de organizar informações e trabalhar o atendimento pós-venda.

Área do Cliente

Dependendo do que se trata o seu negócio, uma Área do Cliente é um espaço no seu site para o usuário fazer um login e realizar diversas funções como verificar status de pedidos, arquivos que você compartilha com ele e muito mais!

Botões de direcionamento

Simple e prático, um botão com um *'call to action'* pode ser tudo que o seu cliente precisa. Hoje, a **tomada de decisão** é muito rápida, por isso, seu site deve ser funcional para economizar o tempo do cliente. Seja em uma função simples como 'Solicite seu orçamento' até um botão que direcione ao WhatsApp do Comercial.

Conforme [apresentado pelo SEBRAE](#), praticamente **um a cada dois brasileiros utiliza o WhatsApp**, ou seja, a probabilidade de o seu cliente entrar em contato por esse meio é gigante. Afinal, ali, ele pode tirar dúvidas, solicitar um orçamento direto, sem mistério algum.

Aumentar as vendas

Como falamos, compras online aumentaram com a chegada da proliferação do Coronavírus, pois é uma alternativa mais segura, considerando a saúde e higiene.

Conforme a pesquisa ["Os impactos da Pandemia na vida dos brasileiros"](#), feita pela Qualibest, entre 10 de março e 13 de abril deste ano, a **parcimônia** (cuidado e sobriedade ao comprar) é o comportamento mais frequente dos consumidores brasileiros, cerca de 49%.

Ainda sim, 29% dos brasileiros **estão gastando mais**. O principal fator é o aumento dos preços de produtos alimentícios. Já nas compras online, aquisições por impulso cresceram 8% e o aproveitamento de promoções aumentou 5%. Isso, porque muitos estão gastando menos com entretenimentos externos (51%) e pelo receio de cortes na renda (41%).

É de se destacar nessa mesma pesquisa que a grande maioria (95%) vê os produtos básicos do dia a dia (produtos de alimentação e higiene) com um valor mais elevado, mas, produtos como cursos online, roupas, eletrônicos e outros estão mais baratos. 71% afirmam receber mais promoções. Destes, **20% aproveitaram para comprar**. Os 3 produtos *top of mind* foram **roupas, alimentos e calçados**.

O que podemos concluir?

Se considerarmos a **parcimônia dos consumidores**, alinhadas ao **aumento dos gastos**, podemos ver que existe um **comportamento de intenção de compras bem grande em promoções ou oportunidades**. É nessa parte que uma loja virtual pode **aumentar os lucros** do seu negócio!

Ademais, dentre os 62% dos brasileiros participantes, 25% consideram que cursos online estão mais baratos, há uma grande oportunidade no **marketing de conteúdo**! A produção de conteúdos ricos e materiais de blog são formas extremamente efetivas de conversão e fidelização de clientes.

Mensurar os seus resultados de forma segura

Ao ter um site otimizado e integrado a diversas ferramentas como o Google Analytics, você terá uma visão ampla e real dos resultados gerados pelo Marketing Digital.

Você pode ver nos relatórios:

Visitas e Visitantes

Quantas vezes o site foi acessado e a **quantidade de pessoas** que acessaram.

Visualizações de páginas, ou pageviews

Quantas páginas do site foram visualizadas. Mas, essa métrica depende de muita análise e interpretação, porque um grande número de *pageviews* com os números de visitantes altos ou baixos significam resultados diferentes.

Taxa de Rejeição e Taxa de Saída

Rejeição é a quantidade de pessoas que **acessam apenas uma página do site e fecham**. Essa métrica serve para analisar quais os fluxos em que usuários caem na sua página, resultando em uma saída repentina. Já a Saída é a porcentagem de usuários que fecharam a aba em uma página específica, **após navegar por mais abas**.

Porcentagem de novas visitas

Mostra quando um usuário está acessando o site pela **primeira vez**.

Origem de tráfego

Essa análise demonstra **quais as fontes de acesso no seu site**, seja por Tráfego Direto, através e Links, Busca Orgânica de palavras-chave ou campanhas CPC (*Cost per Click*) do Google AdWords.

A partir de todas essas informações, juntos, conseguimos ter *insights* e criar estratégias direcionadas para **a sua empresa acessar o topo!**

A Ellite Digital tem a equipe completa para desenvolver o seu site e *e-commerce*, além dos profissionais para criar a melhor estratégia para você alcançar seus objetivos através do marketing digital!

Quer conversar conosco? [Entre em contato!](#) Para mais novidades, siga-nos nas redes sociais – [Facebook](#) e [Instagram](#).