

E-BOOK

Como melhorar o planejamento financeiro do seu e-commerce



loja integrada

Oferecimento:



Sumário

Introdução

Página 3

01

Qual a importância do planejamento financeiro do seu e-commerce

Página 4

02

Quais os principais pontos considerados na hora de fazer o planejamento financeiro do seu e-commerce

Página 6

03

10 erros no planejamento financeiro que podem levar seu e-commerce à falência

Página 8

04

Como melhorar o fluxo de caixa por meio de fontes internas

Página 12

05

Por que investir em meio de pagamento é importante para não comprometer gastos com segurança

Página 14

06

Como aumentar as vendas evitando o abandono de carrinho

Página 17

07

4 tendências do e-commerce que irão melhorar a rentabilidade

Página 19

08

Conclusão

Página 22

Separar as finanças pessoais das finanças da empresa, planejar gastos e recebimentos futuros, usar planilhas ou softwares voltados para finanças e controlá-las frequentemente. Tais atividades compõem o planejamento financeiro e são importantes para qualquer empresa que deseja manter as suas finanças saudáveis.

Quando o assunto é e-commerce, [dados do Sebrae](#) apontam que 60% das lojas online brasileiras fecham antes de completar um ano. Um dos motivos para este cenário desencorajador é justamente a falta de planejamento financeiro. O planejamento financeiro do seu e-commerce não se limita à área contábil.

Por isso, nesse e-book, além de abordar a importância de um planejamento financeiro, como fazê-lo e que erros não cometer, também abordaremos:

- 📦 Formas de melhorar o fluxo de caixa e, conseqüentemente, a gestão financeira da loja;
- 📦 A importância de investir no meio de pagamento. Pois esse investimento pode evitar gastos e contribuir para o aumento da credibilidade da loja;
- 📦 Como aumentar as vendas evitando o abandono de carrinho, o vilão de muitos e-commerces;
- 📦 Tendências para melhorar a rentabilidade. Afinal, este é o seu objetivo.

Desejamos uma boa leitura!

01

Qual a importância do planejamento financeiro do seu e-commerce



 loja integrada

 pagseguro
UOL

Um bom planejamento financeiro é fundamental para garantir o sucesso das operações. Sem ele, as lojas virtuais perdem:

- ▣ direcionamento das metas;
- ▣ o acompanhamento e o cronograma de ganhos e despesas;
- ▣ a visão de que o e-commerce está indo financeiramente bem;
- ▣ o planejamento de gastos;
- ▣ oportunidades para investir em determinadas ferramentas ou ações;
- ▣ o “time” de quando e como podem/devem realizar promoções;
- ▣ A real precificação que um produto pode ter e sua melhor margem.

Além disso, empresas com um bom planejamento financeiro conseguem saber:

- ▣ qual é o seu fluxo de caixa;
- ▣ os momentos de maior lucratividades ou perdas;
- ▣ sobre planejamentos futuros, sazonais, e pontuais.



02

Quais os principais pontos considerados na hora de fazer o planejamento financeiro do seu e-commerce

 loja integrada

 pagseguro
UOL



Para você que está interessado em montar um planejamento financeiro ideal para o seu e-commerce, separamos algumas dicas que devem ser levadas em consideração:

1. Traçar metas

Saber onde se quer chegar é fundamental para descobrir o caminho que deverá ser percorrido. As metas financeiras o ajudarão a estabelecer a quantidade de produtos que precisam ser vendidos. Dessa forma, você poderá traçar estratégias para alcançar este objetivo.

2. Organize-se

Planilhas, anotações, cronogramas organizados e métricas serão os responsáveis por realizar o controle das finanças e por verificar se a sua empresa está no caminho certo.

3. Use a tecnologia como aliada

Busque por softwares especializados em organizar e controlar as finanças de uma empresa. Dependendo do perfil do lojista e do e-commerce, pode ser uma boa solução.

4. Nem só de vendas vive um e-commerce

Anote todas as operações financeiras da sua loja e não se esqueça dos gastos do e-commerce e a periodicidade com que ocorrem para organizar as finanças e planejar-se para

os meses e anos futuros. Alguns exemplos de despesas são: hospedagem do site, plataforma de e-commerce, investimento em publicidade e ações de marketing, compra de matéria-prima e/ou de produtos e muitos outros.



03

10 erros no planejamento financeiro que podem levar seu e-commerce à falência

 loja integrada

 *pagseguro*
UOL



Agora que você já está pronto para montar o planejamento financeiro do seu e-commerce, tome cuidado com algumas armadilhas que podem aparecer no caminho e te fazer perder algum tempo para se recuperar delas.

1. Não manter a disciplina

No começo das operações, é comum ver os lojistas focados. No entanto, quando as coisas começam a ir bem ou a demanda aumenta, muitos colocam sua atenção em outras atividades e deixam o controle financeiro em segundo plano. O ideal é criar uma rotina de determinados dias e horários em que você estará dedicado a isso.

2. Não controlar o fluxo de caixa

Fluxo de caixa é uma ferramenta com a qual é possível projetar gastos e ganhos futuros com o objetivo de saber qual será o saldo de caixa em determinado período e de munir o lojista de informações para a tomada de decisões. Sem tais informações, não é possível planejar o futuro financeiro da loja.

3. Não contabilizar pequenos gastos

Tudo precisa ser contabilizado. Até a compra de um envelope que custou R\$ 0,20? Sim. Do contrário, não

contabilizar pequenas despesas será um hábito e, ao invés ter uma falta de R\$ 0,20 no seu caixa, você terá uma falta da soma de todos os pequenos gastos que realizou.

4. Não fazer um “colchão” para os gastos ocultos

Gastos ocultos são aqueles que são mais difíceis de mapear ou prever. Por exemplo, uma rescisão trabalhista, o aumento do aluguel ou a contratação de uma consultoria para resolver um problema específico. Neste caso, é importante ter uma reserva mensal para este tipo de situação.

5. Calcular erroneamente os preços dos produtos

Muitas empresas calculam os preços dos seus produtos com base, apenas, nos preços praticados pela concorrência. Esse é um fator importante a ser levado em conta. No entanto, você deve considerar, também, os custos que a sua loja tem. Só assim será possível calcular o preço certo que seus produtos deverão ter, evitando levar a sua loja a falência.

6. Não calcular corretamente o lucro da empresa

Muitos empreendedores não sabem se a sua empresa

está dando lucro. Outros até realizam os cálculos, mas de forma errada, o que faz com que eles tenham uma visão equivocada do planejamento financeiro do seu negócio. Muitos caem nesta armadilha: se tem dinheiro entrando é porque o e-commerce está dando lucro. Não é bem assim. Para saber se o e-commerce está dando lucro, é preciso levar em conta:

- ❖ Os custos - ou seja, saber quanto custa a operação do e-commerce. Isso inclui os gastos fixos (aqueles que não sofrem alteração conforme o volume de produção), os variáveis (que sofrem) e o custo unitário (que derivam da matéria-prima).
- ❖ As despesas - ou seja, os gastos administrativos da empresa.
- ❖ Os impostos e taxas
- ❖ As vendas - de onde vem a receita da empresa.

7. Falta de informação

Na animação de montar um negócio e fazer acontecer, muitos lojistas esquecem de buscar informações, cursos e capacitação para atuar na área. Como finanças é uma matéria pouco amigável, muitos a deixam para depois e

isso pode custar a saúde financeira da loja.

8. Não realizar o DRE (Demonstrativo de Resultados do Exercício) e utilizar outras ferramentas

O mundo das finanças está cheia de ferramentas para ajudar o empreendedor a cuidar do planejamento do seu e-commerce. Elas devem ser avaliadas e utilizadas. O DRE, apresenta uma síntese financeira das atividades operacionais e não operacionais da empresa num determinado período de tempo. Dessa forma, é fácil verificar a eficiência da empresa, a margem contribuinte, o resultado operacional e, o mais importante, a sua lucratividade.

Na DRE estão contidas uma série de informações necessárias para o planejamento tributário, o planejamento estratégico da empresa, análise de cenários e/ou gestão do dia a dia. Além disso, para ser elaborada ela precisa seguir a legislação brasileira, mais especificamente a [Lei das Sociedades por Ações \(Lei nº 6.404/1976\), artigo 187](#) e conter:

- ❖ a receita bruta das vendas e serviços, as deduções das vendas, os abatimentos e os impostos;

- ❖ a receita líquida das vendas e serviços, o custo das mercadorias e serviços vendidos, e o lucro bruto;
- ❖ as despesas com as vendas, as despesas financeiras, deduzidas das receitas, as despesas gerais e administrativas, e outras despesas operacionais;
- ❖ o lucro ou prejuízo operacional, as outras receitas e as outras despesas;
- ❖ o resultado do exercício antes do Imposto sobre a Renda e a provisão para o imposto;
- ❖ as participações de debêntures, empregados, administradores e partes beneficiárias, mesmo na forma de instrumentos financeiros e de instituições ou fundos de assistência ou previdência de empregados, que não se caracterizem como despesa;
- ❖ o lucro ou prejuízo líquido do exercício e o seu montante por ação do capital social.

9. Não prever investimento em canais de marketing

Uma loja virtual precisa de tráfego para sobreviver. Afinal, é por meio dele que mais clientes visitarão a loja e comprarão. Para que isso aconteça, é preciso atrair as pessoas para a sua loja. O desafio é que, enquanto este

e-book está sendo escrito, já são mais de 1.166.300.528 sites na Internet. E este número não pára de aumentar. Como fazer com que as pessoas escolham acessar a sua loja ao invés dos outros 1.166.300.527 sites? Realizando ações de marketing. Seguramente, será necessário um estudo para escolher estrategicamente quais ferramentas serão utilizadas (SEO, e-mkt, redes sociais, links patrocinados ou outras). O importante, por hora, é frisar a importância de realizar tal estudo a fim de prever o investimento necessário. Pois, sim, ele será necessário.

10. Não ter um plano

Muitos e-commerce vão a falência com poucos meses de operação por falta de um planejamento completo, o famoso Business Plan. Antes de colocar o e-commerce no ar é preciso realizar um grande processo de planejamento, pensando no capital inicial investido, qual será o plano de emergência se houver algum problema, como a loja se manterá antes de dar lucro e assim por diante.

04

Como melhorar o fluxo de caixa por meio de fontes internas

 loja integrada

 *pagseguro*
UOL



O fluxo de caixa proporciona tal nível de conhecimento sobre as finanças de um negócio que só podem ser adquiridas com muito planejamento e controle. Há muitas formas de melhorar o fluxo de caixa do seu e-commerce. Uma delas é por meio de fontes internas. Para esse caso, há quatro práticas que podem ser utilizadas. Confira:

Antecipe os impostos

Gastos com impostos, que você sabe exatamente quando, quanto e como irão acontecer, devem fazer parte do planejamento financeiro do seu e-commerce. Dessa forma, é possível reservar um dinheiro para isso e evitar multas e dor de cabeça.

Reduza seu estoque

Promoções podem ser uma saída para acúmulo de estoque. No entanto, para não precisar recorrer a este recurso, é importante planejar-se e ter um conhecimento profundo sobre o seu negócio e os seus produtos. Isso o permitirá saber quais produtos têm melhor saída, quais precisam ser repostos com maior frequência, por exemplo em uma data ou evento sazonal, permitindo melhor negociação com o fornecedor.

Negocie os pagamentos

Para alguns pagamentos, é possível negociar descontos ou condições especiais quando se paga à vista ou se adianta parcelas. Além disso, sincronize-os com os períodos em que a loja recebe maior receita.

Reduza custos em geral

Isso significa não perder os prazos de pagamento (para evitar multas), buscar soluções com melhores custos benéficos e parceiros de negócios.



05

Por que investir em meio de pagamento é importante para não comprometer gastos com segurança

 loja integrada

 *pagseguro*
UOL



Outra forma de melhorar o fluxo de caixa por meio de fontes internas é evitando gastos desnecessários. Um bom exemplo desse tipo de gasto são aqueles oriundos da falta de segurança ou fraude com a venda. Por isso, é importante que - no planejamento financeiro do seu e-commerce - estejam incluídos investimentos em segurança. Isso evita dor de cabeça, processos e prejuízos, além de preservar a imagem da loja.

Na hora de escolher um meio de pagamento que não comprometa os gastos com segurança da sua loja, leve em consideração os seguintes aspectos:

Variedade - Busque pelas formas de pagamento mais utilizadas pelos seus visitantes. O Pagseguro, do UOL, é a escolha de mais de 40 milhões de brasileiros, esse por exemplo é um excelente indício de aceitabilidade;

Análise de risco - Para ter segurança em suas vendas, escolha formas de pagamento com equipe especializada em analisar o score de risco das transações da loja;

Certificação PCI DSS - Da sigla Payment Card Industry - Data Security Standard, ou, em português, Padrão de Segurança de Dados para a Indústria de Cartões de

Pagamento. Essa certificação garante que os dados da transação sejam criptografados e guardados em ambiente seguro para aumentar a segurança;

Sistema antifraude - é um grande diferencial se a empresa que oferece a forma de pagamento se responsabilize pelo risco do negócio assumindo possíveis fraudes. Afinal, a perda impacta diretamente na margem. Quando o vendedor opta por usar o PagSeguro, já ganha o gerenciamento de risco sem pagar nada a mais por isso;

Comodidade para os compradores - os compradores se sentem mais confiantes em comprar em lojas que oferecem meios de pagamentos conhecidos e que, além de proteger os lojistas, protegem também os compradores. O [serviço de Disputa do PagSeguro](#) soluciona situações em que o vendedor não cumpre com o acordado, facilita a resolução para casos em que não houver o recebimento de um produto ou quando a entrega for feita fora do prazo afirmado, diferente do anunciado ou com avarias.

06

Como aumentar as vendas evitando o abandono de carrinho



 loja integrada

 *pagseguro*
UOL

Abandono de carrinho é aquele momento em que o visitante navega pelo e-commerce, visita alguns produtos, coloca alguns em seu carrinho, mas não finaliza a compra. Quando essa situação acontece várias vezes e com vários clientes, é hora de observar alguns pontos para reverter essa situação, que diminui as vendas e impacta a receita do e-commerce. Os principais motivos pelos quais isso acontece e que devem ser observados são:

Valor do frete muito alto

Em muitas lojas virtuais o cliente só descobre o valor do frete na hora de fechar a compra. Se na hora de colocar o CEP, aparecer um valor muito alto, o cliente pode desistir da compra. Além disso, a inclusão de valores como taxas, embalagem, instalação e outros só no final do processo também pode elevar o preço e assustar.

Solução: inserir uma ferramenta de cálculo na página do produto.

Prazo muito longo

Algumas mercadorias levam mais tempo para chegar, mas o cliente só descobre isso com os produtos no

carrinho.

Solução: ter uma página com os prazos de entrega para ser consultada antes dos produtos irem para o carrinho.

Poucas opções de pagamento

Após pesquisar bastante e escolher o produto, o cliente descobre que a forma de pagamento que ele deseja não está disponível. Por exemplo, não é possível parcelar ou gerar boleto.

Solução: pesquise o perfil do seu cliente para oferecer as opções de pagamento que mais combinam com eles.

Quanto mais opções, mais perfis diferentes você atrairá.

Longo processo de checkout

Formulários extensos a serem preenchidos, inúmeras etapas e sair do ambiente da loja para finalizar a compra são exemplos de processos de checkout muito longos e cansativos.

Solução: estudar a navegabilidade e a usabilidade do e-commerce para oferecer uma boa experiência de compra para o cliente. **Oferecer checkout transparente** também pode ser uma boa opção se a sua loja já estiver consolidada no mercado.

Ter um checkout que não é responsivo

Muitos cliente optam por realizar suas compras via tablets ou smartphones. No entanto, encontram lojas que não estão preparadas para realizar este tipo de transação e a navegabilidade e a compra acabam sendo comprometidas

Solução: Implementar checkout mobile e/ou responsivo.

Impossibilidade de salvar o produto

Há quem use o carrinho para separar os produtos que mais gostou, pensar melhor e finalizar a compra depois.

Parece um abandono mas é apenas um “volto logo”.

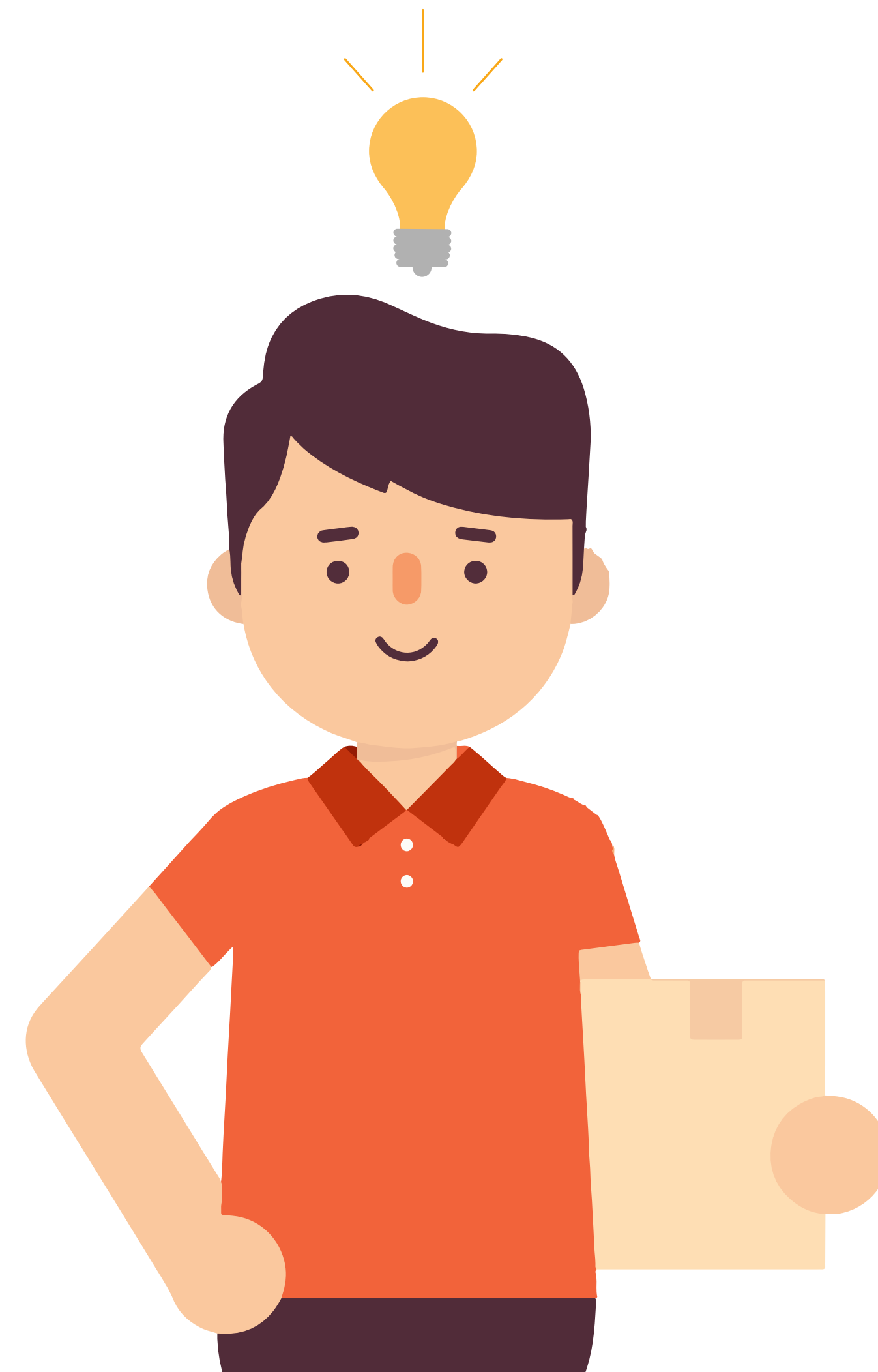
Solução: oferecer a possibilidade de criar wishlists ou uma lista de favoritos e não esquecer de lembrar o cliente que ele abandonou o carrinho, sem finalizar a compra.

Vale se colocar à disposição para tirar alguma dúvida ou até oferecer alguma vantagem para ele finalizar a transação que foi abandonada. .

Não atentar-se a segurança

Alguns clientes não se sentem seguros em finalizar as compras online ou inserir seus dados cadastrais ou de pagamento na Internet.

Solução: contar com parceiros de pagamento, de transporte e/ou certificações que passem confiança aos compradores e principalmente, assumam riscos.



07

4 tendências do e-commerce que irão melhorar a rentabilidade

 loja integrada

 *pagseguro*
UOL



Além das soluções que demos para os problemas de carrinho abandonado, listamos três tendências do e-commerce que te ajudarão a melhorar a rentabilidade da sua loja. Confira:

Otimização de conversão

Também conhecido como CRO (Conversion Rate Optimization), trata-se de aumentar as taxas de conversão sem aumentar a verba de publicidade destinada a isso nem o tráfego do seu site. Ou seja, é extrair o máximo dos visitantes que você já possui. Algumas formas de fazer isso é inserir pop-ups antes do cliente sair do e-commerce, oferecer brindes, usar estratégias de upsell e de adaptação de layout. Por exemplo, destacando os produtos mais vendidos na home e/ou usando fotos de alta qualidade.

Melhoria de checkout

Uma tendência importante de ser observada é a melhoria do checkout. Isso pode significar checkout transparente para alguns e-commerces, mas, para aqueles que estão

iniciando as suas atividades, pode ser mais interessante usar o checkout de uma opção de pagamento já reconhecida no mercado para passar mais credibilidade e confiabilidade ao comprador.

Outras sugestões de melhoria de checkout são o aprimoramento da navegabilidade, a adaptação para o mobile, o cadastro simples (sem aqueles formulários longos) e o carregamento rápido das páginas de checkout.

Atendimento 3.0

Outra tendência para o e-commerce é o foco total no consumidor, de forma a entendê-lo e atendê-lo de forma individualizada. Ou seja, compreendendo as suas necessidades e oferecendo um atendimento individualizado com o objetivo de que ele tenha uma experiência de compra excelente.

Omnichannel ampliado

Omnichannel é a união do online com o offline para entregar uma experiência de compra excelente ao consumidor. Isso significa compreender que o papel do e-commerce não é

apenas vender produtos online, mas sim sanar dúvidas, trocar produtos e etc via aplicativo, loja física ou e-commerce.

Em outros países, já vemos grandes marcas usando tecnologias que permitem que o cliente prove um produto usando um aplicativo, por exemplo. No entanto, em termos práticos e mais próximos à realidade do e-commerce brasileiro, a tendência da aplicação do omnichannel está na atenção para o relacionamento (não apenas atendimento) via chat online, e-marketing ou redes sociais, na oferta na navegação responsiva e nos demais detalhes que envolvem a oferta de uma experiência de compra rica.



08

Conclusão



 loja integrada

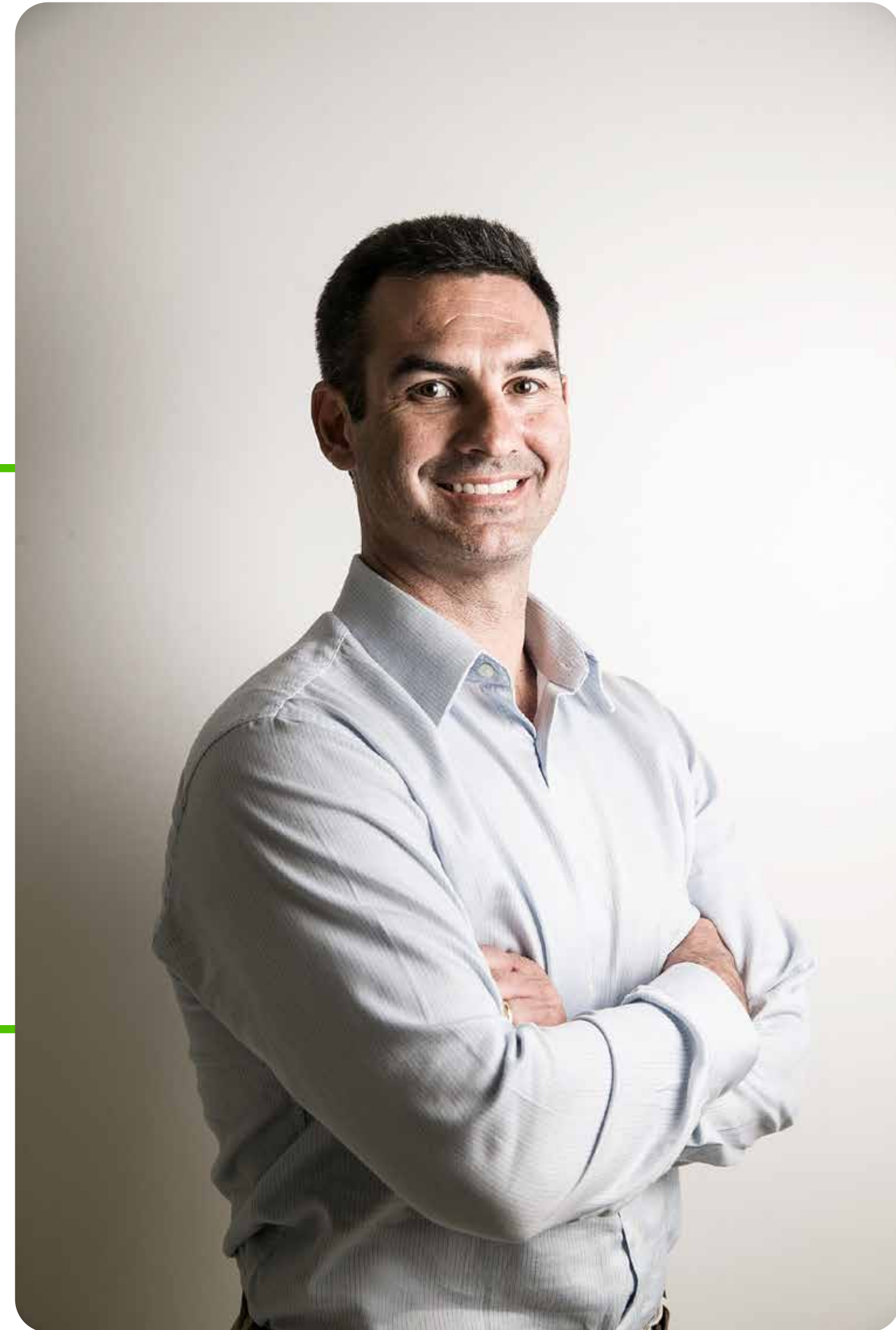
 pagseguro
UOL

Melhorar o planejamento financeiro do seu e-commerce não é uma tarefa fácil. Trata-se de algo que envolve nomenclaturas e ferramentas antes desconhecidas. De fato, para não fazer parte da estatística mencionada no início deste e-book, é preciso ser organizado, estar determinado em garantir uma excelente operação para a sua loja e não se cansar de aprender nem de se atualizar sobre o tema.

É muito importante estar ligado nas tendências do mundo de e-commerce para aumentar a rentabilidade. O PagSeguro se coloca como um parceiro para o empreendedor digital, oferecendo ferramentas para gerar mais conversão, controle e segurança para o negócio online.

Alexandre Magnani, Diretor de Novos Negócios e Marketing do PagSeguro

Entendendo o seu papel na educação dos lojistas, este e-book foi oferecido pelo PagSeguro e foi produzido em parceria com a Loja Integrada. Para gerenciar a sua loja virtual, conte conosco!



Sobre a Loja Integrada

A Loja Integrada (www.lojaintegrada.com.br) é a plataforma de e-commerce mais popular do Brasil, com mais de 500 mil lojas virtuais cadastradas e 20% do marketshare nacional - o que a coloca também como uma das maiores plataformas de e-commerce gratuitas da América Latina.

Vamos embarcar nessa?
Saiba mais sobre os planos da Loja Integrada!



Sobre o PagSeguro



O PagSeguro é pioneiro e líder no mercado brasileiro de meios de pagamentos online. Pertencente ao UOL, empresa líder da internet brasileira, tem em seu portfólio soluções de pagamentos para o comércio eletrônico e também para estabelecimentos comerciais. Possui os aplicativos **PagSeguro Vendas** - que conta com recurso de Frente de Caixa melhorando a gestão do negócio – e **PagSeguro Minha Conta** - onde o cliente pode controlar sua Conta PagSeguro na palma da sua mão.

As últimas novidades para vendas pela web são: **Split Payment**, **Checkout in App**, **Pagamento Recorrente** e **Pag.ae**. Já no mundo físico, o PagSeguro oferece as maquininhas sem aluguel **Moderninha Wifi**, **Moderninha Pro** e o lançamento a preço mais acessível: a **Minizinha**.

