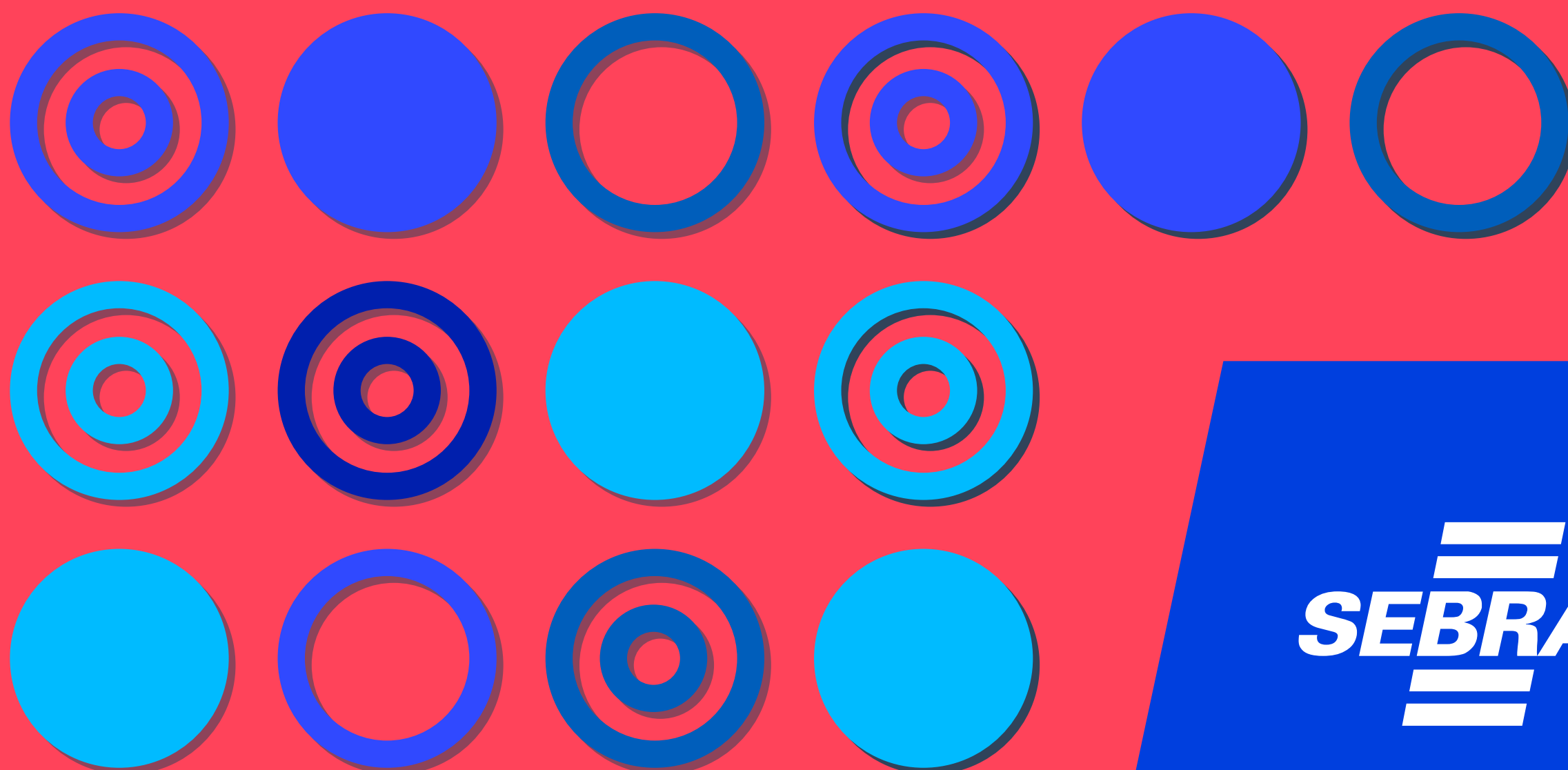


NRF
2023



7 dicas para vender mais com Live Commerce



SEBRAE



Introdução

O Live Commerce, também conhecido como Live Shopping ou aquela live no Instagram que as lojas fazem para mostrar os seus produtos e aumentar as vendas, tem se popularizado muito. O motivo? Integra venda, humanização e entretenimento. E tudo isso acontece ao mesmo tempo, enquanto você gera um conteúdo interessante para o seu público, mostra o produto em uso e, dentro da mesma plataforma, já disponibiliza os produtos para a venda.

Ou seja: o cliente aproveita o entretenimento, tira dúvidas pelo chat e fecha a compra sem sequer sair do canal da marca.

E a pergunta que fica é: será que esse raciocínio também funciona para a tua empresa? Confira neste e-book completo sobre a estratégia de Live Commerce.

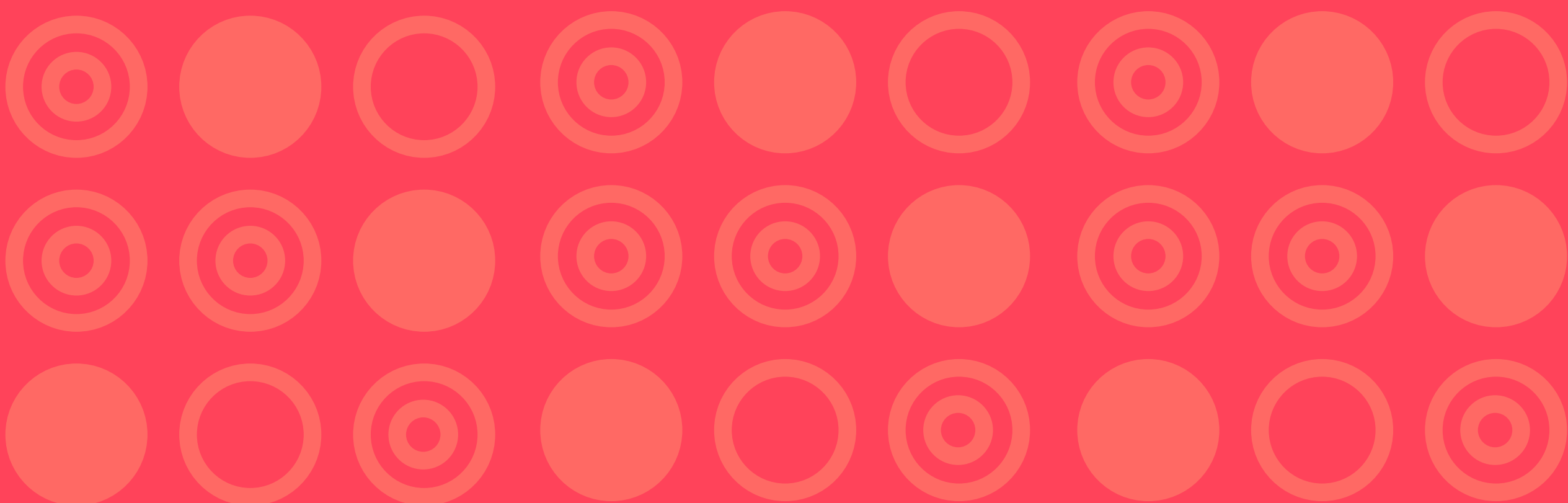


Entretenimento que traz resultados.

Na **NRF 2023 – Retail Big Show**, uma das principais feiras de varejo do mundo, se falou muito sobre como podemos fazer com que as **vendas aumentem de um jeito mais leve e descontraído**. A Live Commerce ganhou território durante a pandemia, afinal, se os clientes não iam até as lojas, era preciso chegar até eles de alguma forma.

Aos poucos, esses momentos começaram a fazer parte da rotina das famílias e, além de entregar uma experiência de compra muito boa, também facilitava a dinâmica entre cliente e loja. Tudo que o varejo precisa, não é mesmo?

“Se você é um pequeno negócio, vira a câmera para você e fala porque ama aquele produto, isso faz com as vendas explodam. As pessoas se conectam e o resultado de vendas que percebemos é incrível.” Jason Holland, CBO da Firework.



O mais importante é começar!

Para aplicar a estratégia de **Live Commerce** não precisa (nem deve) ser uma megaprodução, que leva 6 meses para preparar, com um superinvestimento. Holland reforça que o segredo é outro: **autenticidade e frequência.**

“Os melhores resultados que vemos na prática são de produções simples e com a autenticidade do dono do negócio ou do especialista no assunto falando.”

Quem tem feito isso com maestria é o **The Fresh Market**, supermercado norte-americano com foco em produtos frescos e locais que atingiu excelentes resultados ensinando receitas em live.





A **The Fresh Market**, rede de supermercados focada em produtos frescos e locais citada anteriormente, apostou no potencial da Live Commerce **para aumentar as vendas e se conectar com os clientes**. Kevin Miller, CMO da empresa, mostra que foram mais 600 live shoppings durante 2022 e, apenas na edição temática de Ação de Graças, ensinando as receitas clássicas para a data, alcançaram:

22,4%

de crescimento em relação a conversão de venda no site

18,7%

mais engajamento

6,7x

mais clique em produtos

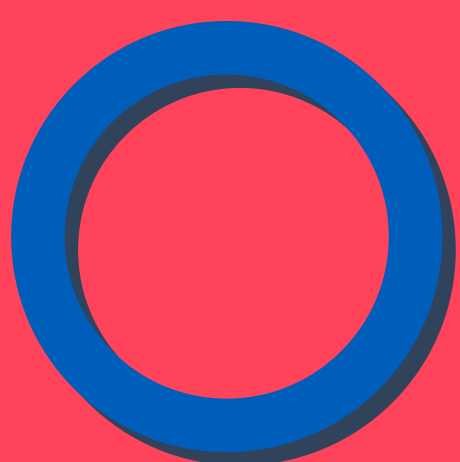
7k

usuários assistindo ao vivo

740k

usuários acompanhando a versão gravada

Tanto a Live Commerce, quanto o entretenimento durante a jornada de compra tem como objetivo transformar as experiências em transações comerciais, em uma lógica de **começar pela diversão para vender de forma mais natural**.



Por aqui, quem está colocando a ideia em prática e tendo ótimos resultados é a Da Luz Calçados, loja gaúcha que aumentou as vendas mostrando os novos produtos ao vivo no Facebook. Quer replicar a estratégia deles na tua empresa, mas não sabe por onde começar? Confira algumas ideias de live para fazer nas redes sociais do teu negócio:

- 🎯 Ensinar a montar looks e vender todos os produtos para aquela produção completa;
- 🎯 Dar dicas de como organizar o armário e vender os organizadores necessários para isso;
- 🎯 Ensinar a customizar os móveis e objetos de decoração;

Dar dicas de decoração e faça você mesmo, com itens que você já vende na sua loja.





Mas na prática, como fazer uma Live Commerce?

Que a estratégia funciona, não temos dúvidas. Neste momento você deve estar pensando em como trazer essa ideia para a sua realidade. E pode relaxar porque é mais simples do que imagina.

Talvez um dos maiores segredos para trazer a Live Shopping para sua rotina é entender que você precisa **testar formatos, abordagens e possibilidades**. Essa é a melhor maneira de perceber o que seu público precisa.

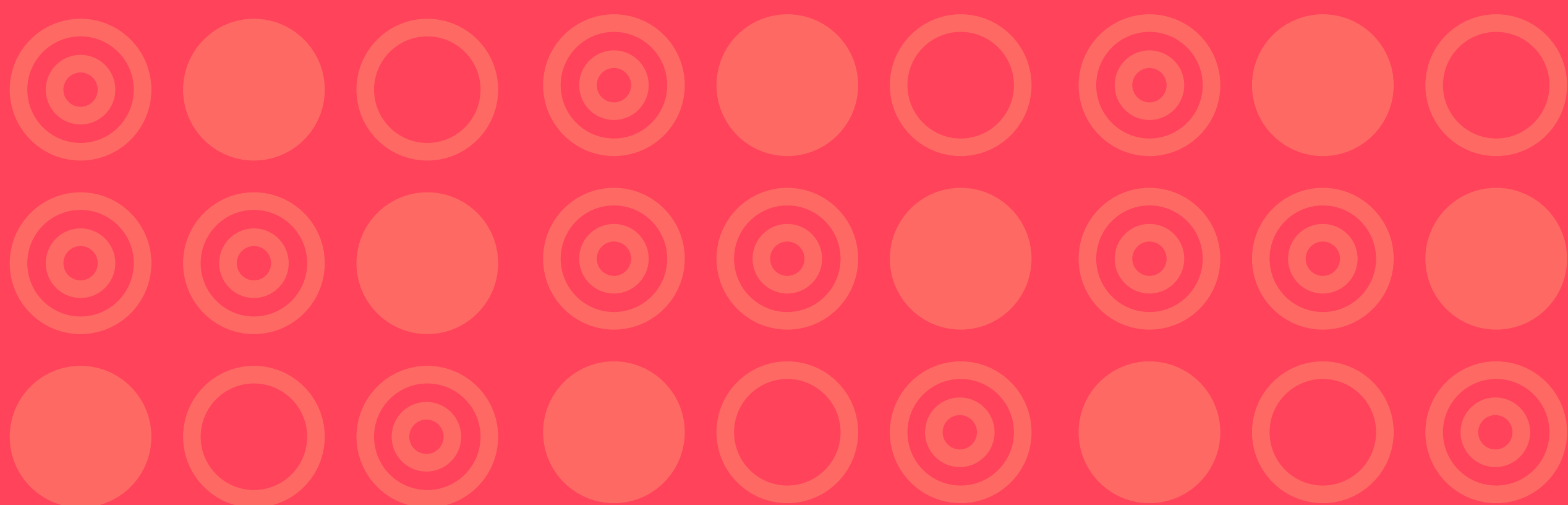
Que tal testar agora? Confira as 7 dicas que preparamos para você começar.



1) Comece pela plataforma

Escolha uma plataforma de transmissão ao vivo, como **Facebook Live, Instagram Live ou YouTube Live**, que você poderá hospedar o evento da sua empresa ao vivo.

Pensando em evoluções, você também pode utilizar uma plataforma específica de Live Commerce, onde o cliente assiste e já fecha a compra no mesmo ambiente, sem ter que mudar de plataforma, como a **Mimo Live Sales** faz, por exemplo.





2) Planeje seu conteúdo

Decida quais produtos você exibirá durante a transmissão ao vivo, como os apresentará e que outro conteúdo vai trazer para envolver seu público. Além dos produtos, você pode pensar em uma **temática para a sua live** como, por exemplo, presentes para o Dia das Mães.

3) Divulgue sua transmissão ao vivo

Informe seu público sobre a próxima live através das redes sociais da empresa, lista de e-mail, WhatsApp ou outros canais de marketing.

4) Configure seu equipamento

Certifique-se de configurar a câmera, microfone e ter uma boa iluminação. Vale lembrar que **não é necessário um grande investimento**, seu celular em um tripé e um ring light focado em você já é o bastante. E, claro, não esqueça de garantir o uso de uma boa rede de internet para a transmissão.

5) Aproveite o ao vivo

Use todas as vantagens do ao vivo, interaja com seu público, leia os comentários, responda perguntas, apresente produtos e crie o senso de urgência para acelerar as vendas. Uma dica é ter uma pessoa apresentando o conteúdo da live e os produtos, e outra pessoa conferindo as perguntas dos clientes no chat e nos comentários, para você **aproveitar todas as oportunidades**.



6) Feche a venda

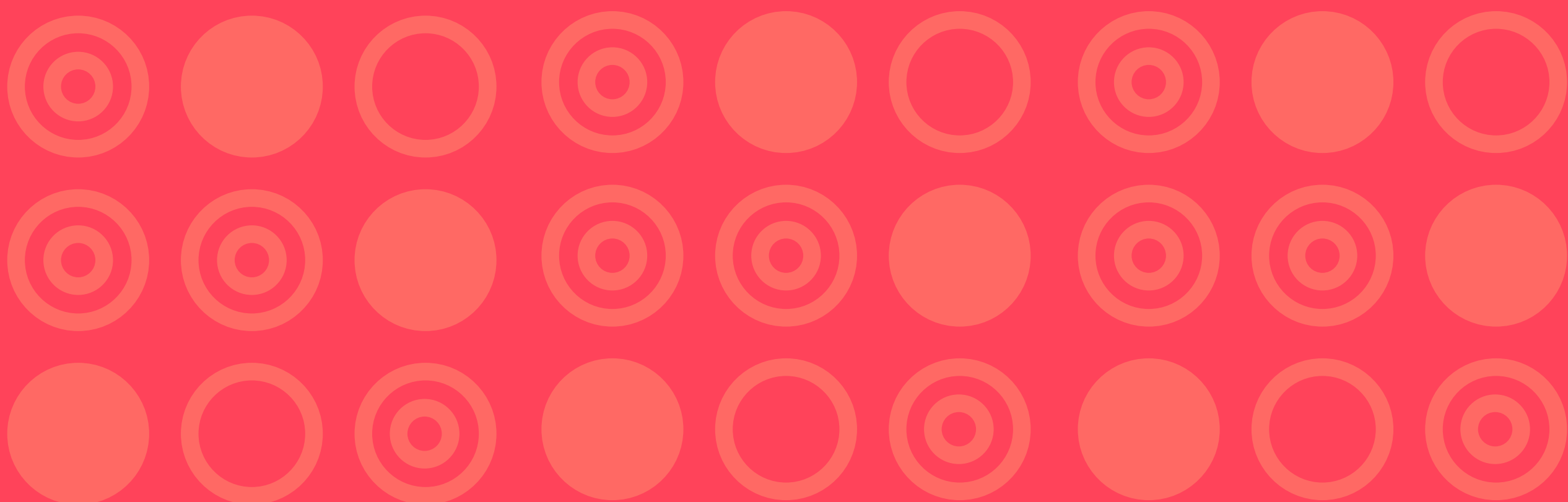
Quando a live estiver terminando, lembre-se de ter um **apelo com o seu cliente para que ele continue aquela jornada** e compre os produtos que você apresentou durante a transmissão. Caso ofereça um desconto, uma dica é estender o cupom por mais 24 horas.

Mas só comunique isso final da live, ok? Desta forma, se algum cliente ficou na dúvida, pode voltar no outro dia para fechar a compra. E, claro, nessas 24 horas você pode **seguir estimulando a venda**, enviando mensagens para reforçar que faltam poucas horas para acabar o desconto, dando mais senso de urgência, oportunidade e exclusividade.

7) Não esqueça de acompanhar

Após a transmissão ao vivo, esteja junto do seu público para agradecê-lo pelo apoio e forneça informações adicionais sobre os produtos que você apresentou.

Uma outra possibilidade é abrir um canal de interação nas suas redes sociais, perguntando que outros temas e produtos os clientes querem ver na próxima live. Aqui vale caixinha de perguntas no Instagram, post no feed e incentivar o contato pela DM. Isso desperta o **sentimento de pertencimento** e participação do público e também impacta nos seus resultados.



Precisa de ideias para programar suas próximas lives?

Temos algumas sugestões para o varejo de moda. E, claro, todas elas podem ser adaptadas e utilizadas para todos os segmentos.

- 🎯 **Mostre os bastidores:** leve seu público aos bastidores da sua loja de moda. Mostre a eles o processo de escolher e comprar mercadorias, mostre seu estoque e dê uma espiada nas próximas coleções.
- 🎯 **Explore possibilidades dos produtos:** já que você é o especialista sobre o seu negócio, demonstre como usar, customizar e adaptar diferentes produtos, como acessórios, sapatos e roupas.
- 🎯 **Fale sobre tendências:** reforce o seu conhecimento sobre a empresa trazendo as tendências atuais da moda e como sua loja as está incorporando aos seus produtos. Você também pode mostrar seu toque exclusivo nessas tendências.
- 🎯 **Destaque seu cliente:** mostre o estilo de um cliente seu, dê espaço para ele falar sobre seus itens favoritos de sua loja e como eles os utiliza no seu dia a dia.
- 🎯 **Traga ofertas exclusivas:** ofereça descontos e promoções exclusivas para os clientes que acompanharem a live. Isso pode incentivá-los a fazer uma compra durante a transmissão.
- 🎯 **Como montar uma mala para o feriado:** na praia, na serra, no frio, no verão. Aqui vale de tudo, monte um calendário promocional e explore as diferentes opções ao longo do ano. Em cada live temática você pode ensinar como montar uma mala prática, preparando os looks antes de ir. A estratégia é vender os produtos separadamente e mais, gerar à vontade nos seus clientes de ter diversos itens do look, aumentando o seu ticket médio.



Depois de tantas ideias, é hora de colocar em prática.

A partir do que vimos da NRF e do que trouxemos aqui, fica claro que existem muitas possibilidades para serem exploradas, mas **não tem fórmula mágica**, é preciso experimentar, estar aberto as melhorias e tentar novamente.

Conte com a gente para cada passo e aproveite outros conteúdos que podem ajudá-lo.

Passo a passo para aumentar as vendas online com lives

[OUÇA AQUI](#)

O que não te contaram sobre a tendência de Live Commerce

[CONFIRA AQUI](#)

