

## Como impulsionar as vendas da sua loja online

**S**egundo estatísticas atuais, o volume de negócios de comércio eletrónico em Portugal situa-se nos 3,3 mil milhões de euros, com tendência crescente acentuada nos próximos anos.

Hoje em dia torna-se imperativo as empresas terem uma loja online, especialmente as que comercializam bens de consumo.

No entanto, muitas empresas com loja online não estão a tirar partido de todo o potencial que este canal de vendas oferece.

Nesta ação de formação irá aprender como aumentar as suas vendas, otimizando a sua loja online através da aplicação de estratégias simples, práticas e comprovadas.

### Destinatários

Esta ação de formação destina-se a profissionais ligados à área do marketing/comercial (gestores de produto, marketeers, gestores comerciais, entre outros).

### Requisitos

Computador com ligação à internet.

### Objetivos

No final da ação de formação os formandos deverão ser capazes de implementar as estratégias apresentadas.

### Programa

Os fatores que ditam o sucesso/insucesso das lojas online (boas práticas e erros a evitar).

- Ferramentas gratuitas para a identificação de melhorias técnicas;
- Como criar uma melhor experiência de compra (boas práticas);
- Como reduzir a resistência do consumidor à compra online na sua loja;
- Estratégias para aumentar o valor médio de compra;
- Como recuperar carrinhos de compra abandonados;
- Como tirar partido da tendência mobile first;
- Técnicas para otimizar o processo pós-venda (e gerar clientes fidelizados);

- 5 dicas que melhoram de forma instantânea o posicionamento da sua loja,
- O que fazer para os seus produtos aparecerem nos motores de pesquisa.

## Preços

Neste primeiro lançamento de cursos online, os associados da APIO são os que mais beneficiam!

1.<sup>a</sup> inscrição - 15,00€ + IVA

2.<sup>a</sup> inscrições e subsequentes – 30,00€ + IVA

Não sócios – 70,00€ + IVA

## Datas

A definir.

## O FORMADOR

### **António Cálem**

*Licenciado em Gestão pelo Vesalius College (Boston University) em Bruxelas, liderou e integrou os departamentos de marketing de várias empresas nacionais e multinacionais, antes de se tornar consultor independente em 2010.*

*Desde essa altura, tem ajudado empresários a tirar maior partido do seu marketing digital (comércio eletrónico, redes sociais, publicidade, entre outros) através de estratégias inovadoras, baseadas nas melhores práticas atualmente utilizadas nos EUA.*

**Organizado por:**

