



@MINHA VITRINE petite jolie DIGITAL



E-BOOK

*Dicas para arrasar na composição
da sua vitrine digital.*

OLÁ! **TUDO BEM?**

Vamos falar um pouco sobre vitrines?

*Você deve ter visto que lançamos um **concurso de vitrines**, e nesse momento de mercado “semi fechado” vocês não devem ter entendido nada, né?*

*A ideia é justamente demonstrar que vocês têm mais do que uma vitrine – aquela clássica, da loja física, com vidro na frente... Vamos explorar nesse material a **importância da vitrine digital!***

**Qual é o objetivo
da vitrine da sua loja?**

Atrair clientes passantes, certo?

*Causar uma super primeira impressão, dando ao cliente **mais motivos para entrar na loja**. Acreditamos que também tem a ver com mostrar “quem” a loja é, que tipo de produtos vendem, **qual é o perfil, qual é a personalidade da loja**. Talvez dê para comparar com um trailer de um filme, a vinheta de um evento, um cartão de visitas.*

*Por isso é tão importante “**caprichar**” na vitrine, fazer com que ela seja atrativa e **mostre um pouco do DNA da loja**.*

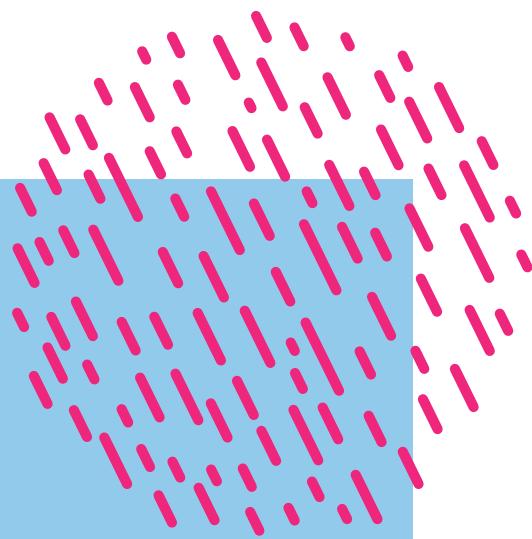
*Agora, o cliente não apenas “passa” pela frente da sua vitrine física, mas ao ser impactado pela vitrine da loja física, ou mesmo por um anúncio da loja, ele faz o quê? **Busca as redes sociais da loja.***

E aquela “checagem” que fazemos praticamente todos os dias no feed ou nos stories de quem seguimos no Instagram é praticamente um passeio pelo shopping, onde somos impactados por diversas vitrines.



**Mas eai, qual é
a impressão do
consumidor quando
é impactado pela sua
vitrine digital?
Ele quer descobrir
mais, “passar”
por ali mais
frequentemente,
se encantou com
os produtos e a
comunicação
da loja?**

petite jolie



Vocês já ouviram falar do Unified Commerce?

O Unified Commerce é uma tendência que coloca a **experiência do cliente em primeiro lugar**, centralizando a operação, atendimento e comunicação de todos os canais da empresa/loja.

*Os clientes transitam de um canal para o outro - do Instagram, ao e-mail, ao whatsapp, à loja física - e a experiência não pode ser reiniciada a cada mudança de canal, ela precisa ser contínua e fluir entre os canais, por isso, a ideia central é **tornar essa experiência de compra mais consistente, sem lacunas.***



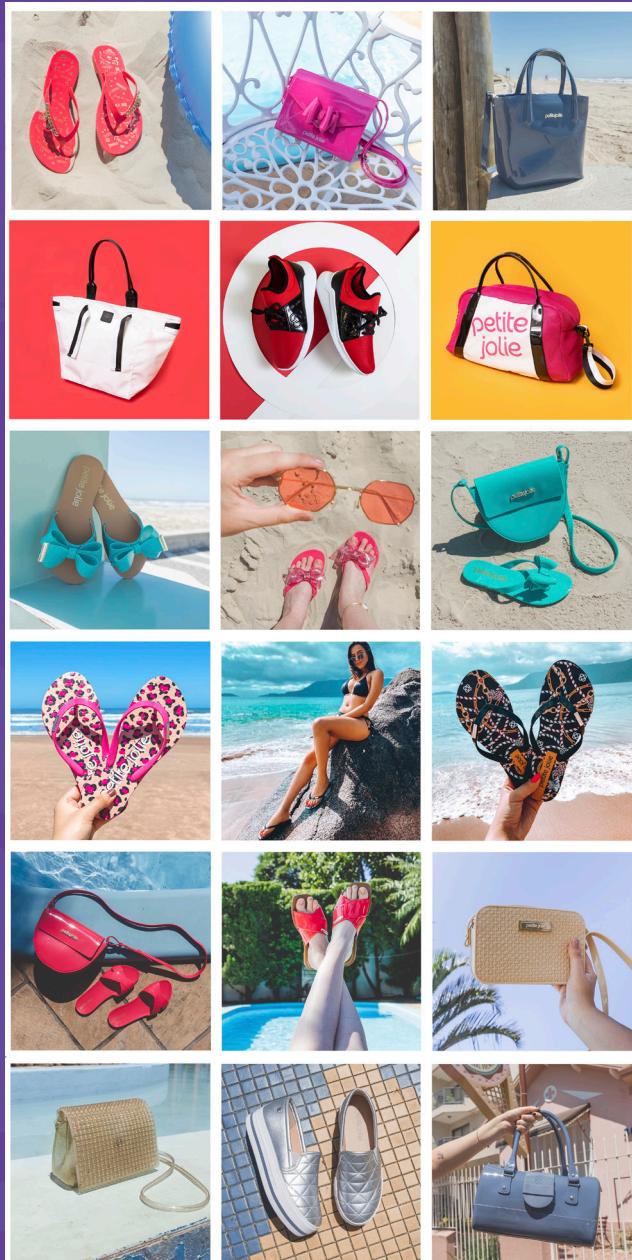
Por isso, queremos te inspirar a pensar em todos esses pontos de contato da sua loja com seu cliente e questionar se eles estão de fato conectados e em harmonia.

O que você divulga na sua lista de transmissão do whatsapp tem a ver com o conjunto de produtos da sua vitrine física? E esses produtos da sua vitrine física estão em destaque na sua loja online? E na sua VITRINE DIGITAL?

PARA TE INSPIRAR, PREPARAMOS
5 DICAS
PARA VOCÊ ACERTAR
EM CHEIO NA SUA
VITRINE DIGITAL!



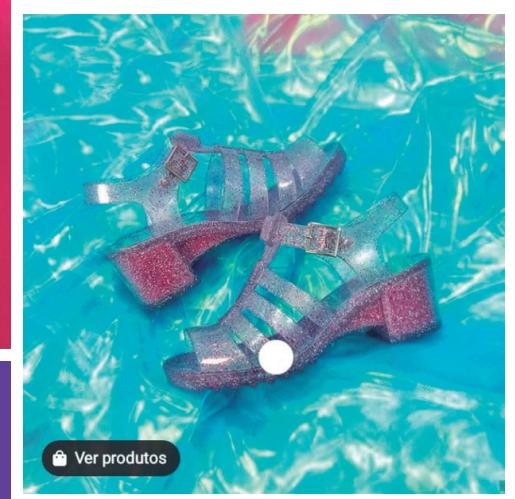
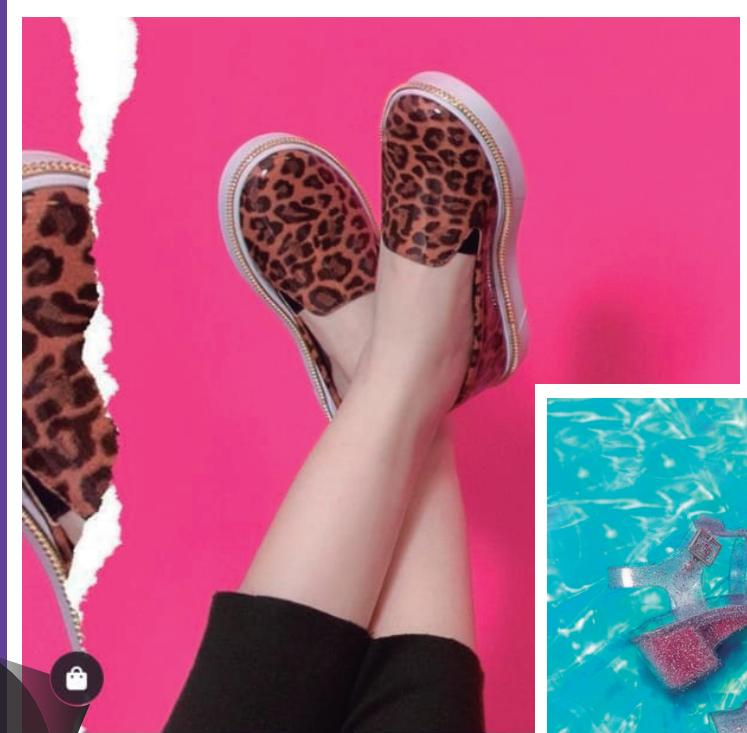
1



*A primeira impressão de um cliente que começa a seguir sua loja será a **composição do seu feed**.*

Portanto, pense na ordem e composição das suas postagens. Faça trios de imagens que sejam harmoniosos entre si - podem ser de uma mesma cor de produtos, ou uma mesma tendência ou família, por exemplo.

2



Lembre que vitrine precisa mostrar o preço dos produtos, e isso vale também para o digital. Colocando os preços nas postagens você facilita a jornada do consumidor.

3



“Uma imagem vale mais do que mil palavras” nesse sentido, quando você estiver divulgando um produto em promoção, com algum desconto especial, insira essa chamada na imagem, para que o consumidor já veja essa informação.

*Muitas pessoas “passam reto” pelo texto da legenda - então esse tipo de chamada é importante já na imagem - **sem exageros, né? São palavras e frases curtas, nada de textão, tá?***

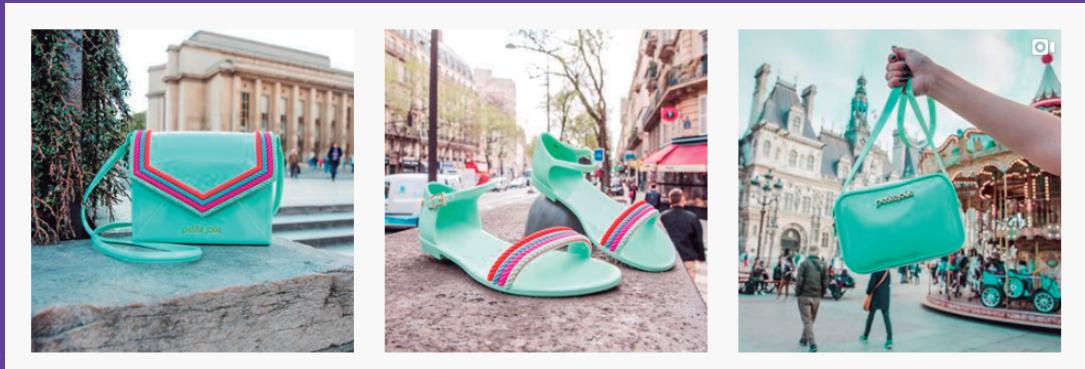
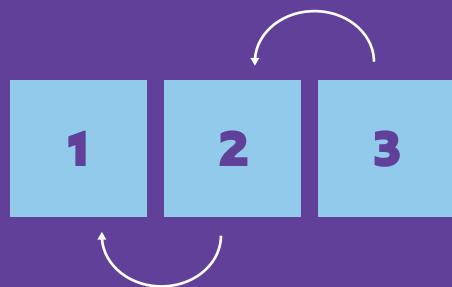
4



Lembre-se que copiar e colar não é bacana, certo? Produzindo suas próprias imagens você conseguirá chegar mais perto do objetivo da experiência unificada de compra - faça fotos em espaços decorados e especiais da sua loja, da sua vitrine física.

Se for utilizar mídias da marca, pense em combinar elas com fotos produzidas pela sua loja: pense na sequência das publicações com harmonia de cores, por exemplo, isso já vai fazer com que a postagem "de fora" seja incluída sem atritos.

5



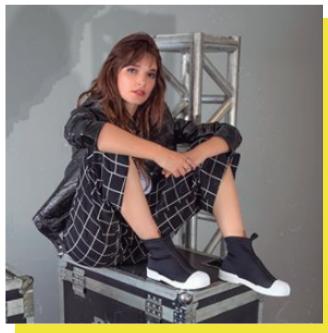
Planejamento é super importante!
Vai te ajudar a criar essa harmonia
que estamos falando e também a
acertar no tipo de produto e
postagem conforme o dia ou período
da postagem. Está próximo a alguma
data comemorativa? **Planeje um**
“combo” de postagens de dicas
de presente, kits.

petite jolie

SEPARAMOS ALGUMAS REFERÊNCIAS DO NOSSO PERFIL PARA VOCÊ SE INSPIRAR:

TEMÁTICA ROCK

Trio Instagram



Banner site



CONFORTÁVEL E SUPER MODERNO! O TÊNIS SHOW É UM DOS DESTAQUES DA COLEÇÃO WARM UP.

[EU QUERO!](#)

TEMÁTICA BOTAS

Trio Instagram



Banner site



Alerta de tendência!

A bota Jess tem salto tratorado, super leve para você curtir qualquer lugar com muito conforto.

[GARANTA A SUA!](#)

TEMÁTICA POÁ

Trio Instagram



Banner site



TEMÁTICA PRAIA

Trio Instagram



Banner site





Fontes:

<https://www.totvs.com/blog/gestao-varejista/unified-commerce/>

https://www.adyen.com/pt_BR/blog/nada-de-omnichannel-a-mais-nova-tendencia-do-varejo-e-o-unified-commerce