



Estratégias de **Aceleração** e **Escala** para E-commerce



@ojeferson.souza

Quem sou eu ?

- Especialista, apaixonado em **Performance para E-commerce** e **produtor de conteúdo**.
- **Formado** em Engenharia Mecânica e MBA em Gestão de Negócios.
- **CEO da Ecommerce Objetivo**, aceleradora de E-commerces com + 30 pessoas no time, +90 clientes ativos e +15MM faturados mensalmente.
- Eleito o melhor profissional de E-commerce do Brasil e uma das melhores agências de performance digital pela ABCOMM em 2024.
- Professor no EnP, O Novo Mercado, palestrante no Vozes do E-commerce, Circuito ExpoEcomm e patrocinador dos maiores eventos de E-commerce.
- +1.000 alunos em seus treinamentos.

Jeferson Souza

Fundador: Ecommerce Objetivo



@ojeferson.souza





O que você vai aprender:

- ➔ Cenário 2025
- ➔ Matemática do E-commerce e Árvore de KPI
- ➔ Observações antes de escalar (visão de negócio)
- ➔ 12 Ações para Agência de Performance
- ➔ 12 Ações para o Lojista

A man in a dark suit and light blue shirt is running through a wall, with debris flying around him. He has a determined and intense expression, with his mouth open as if shouting or exerting effort. The background is a bright, overexposed area with blue and white tones, suggesting a high-energy or dramatic scene.

Quem está tendo um ano

desafiador?

Cenário 2025

- Custo de mídia mais caro
- Instagram entregando menos
- Preços das matérias-primas e produtos mais altos
- Custo do dinheiro mais caro
- Clientes inseguros com a economia

O Varejo apertado nos pressiona a sermos **mais eficientes**.



Cenário 2025

Por que ser eficiente?

E-commerces eficientes escalam, são mais lucrativos e crescem de estrutura.

Ser eficiente é ser preciso 🎯



A escala no E-commerce dependerá de:

→ Entendimento matemático

→ Visão de negócio

Matemática do E-commerce e Árvore de KPI



Receita

Vendas x Ticket Médio

Vendas

Sessões x Taxa de Conversão

Sessões

- Mix de mídia
- Orçamento
- Otimização

Taxa de Conversão

- Site
- Preço
- Público
- Produtos

Ticket Médio

Qtd. Média de produto por pedido x Preço médio

Qtd. Média de produto por pedido

- Compre 2 e ganhe desconto
- Ganhe o frete grátis a partir de...
- Ganhe brinde
- Descontos agressivos (acima de 50%)

Preço Médio

- Mix de produtos
- Ofertas
- Remarcação

Como funciona na prática

1 Primeiro: observar os Indicadores

Árvore de KPI		Personalizado 1 de abr. – 30 de abr.					Comparar: 1 de mar. – 31 de mar.	
Origem da sessão		↓ Sessões	Taxa de eventos principais da sessão	Transações	Receita total	Receita média de compra	ARPU	
			Todos os eventos					
		110.644	1,92%	2.145	R\$ 358.501,98	R\$ 167,13	R\$ 4,72	
		x 125.437	x 2,02%	x 2.578	x R\$ 439.192,94	x 170,64	x 5,06	
		↓ -11,79%	↓ -5,03%	↓ -16,8%	↓ -18,37%	↓ -2,05%	↓ -6,66%	
1	facebook							
	1 de abr. – 30 de abr.	34.658	0,87%	305	R\$ 49.927,98	R\$ 163,70	R\$ 1,90	
	1 de mar. – 31 de mar.	39.413	1,03%	414	R\$ 66.822,33	R\$ 161,41	R\$ 2,18	
	% change	-12,06%	-15,34%	-26,33%	-25,28%	1,42%	-12,73%	
2	google							
	1 de abr. – 30 de abr.	32.393	2,15%	706	R\$ 122.465,00	R\$ 173,46	R\$ 5,52	
	1 de mar. – 31 de mar.	33.282	2,07%	693	R\$ 118.464,30	R\$ 170,94	R\$ 4,96	
	% change	-2,67%	4,09%	1,88%	3,38%	1,47%	11,2%	
3	instagram							
	1 de abr. – 30 de abr.	18.117	2,63%	482	R\$ 84.411,56	R\$ 175,13	R\$ 6,25	
	1 de mar. – 31 de mar.	23.164	2,82%	664	R\$ 119.990,24	R\$ 180,71	R\$ 6,83	
	% change	-21,79%	-6,8%	-27,41%	-29,65%	-3,09%	-8,48%	
4	(direct)							
	1 de abr. – 30 de abr.	13.759	2,51%	350	R\$ 53.154,72	R\$ 151,87	R\$ 6,78	
	1 de mar. – 31 de mar.	14.740	2,77%	416	R\$ 66.471,31	R\$ 159,93	R\$ 7,91	
	% change	-6,66%	-9,41%	-15,87%	-20,03%	-5,04%	-14,37%	

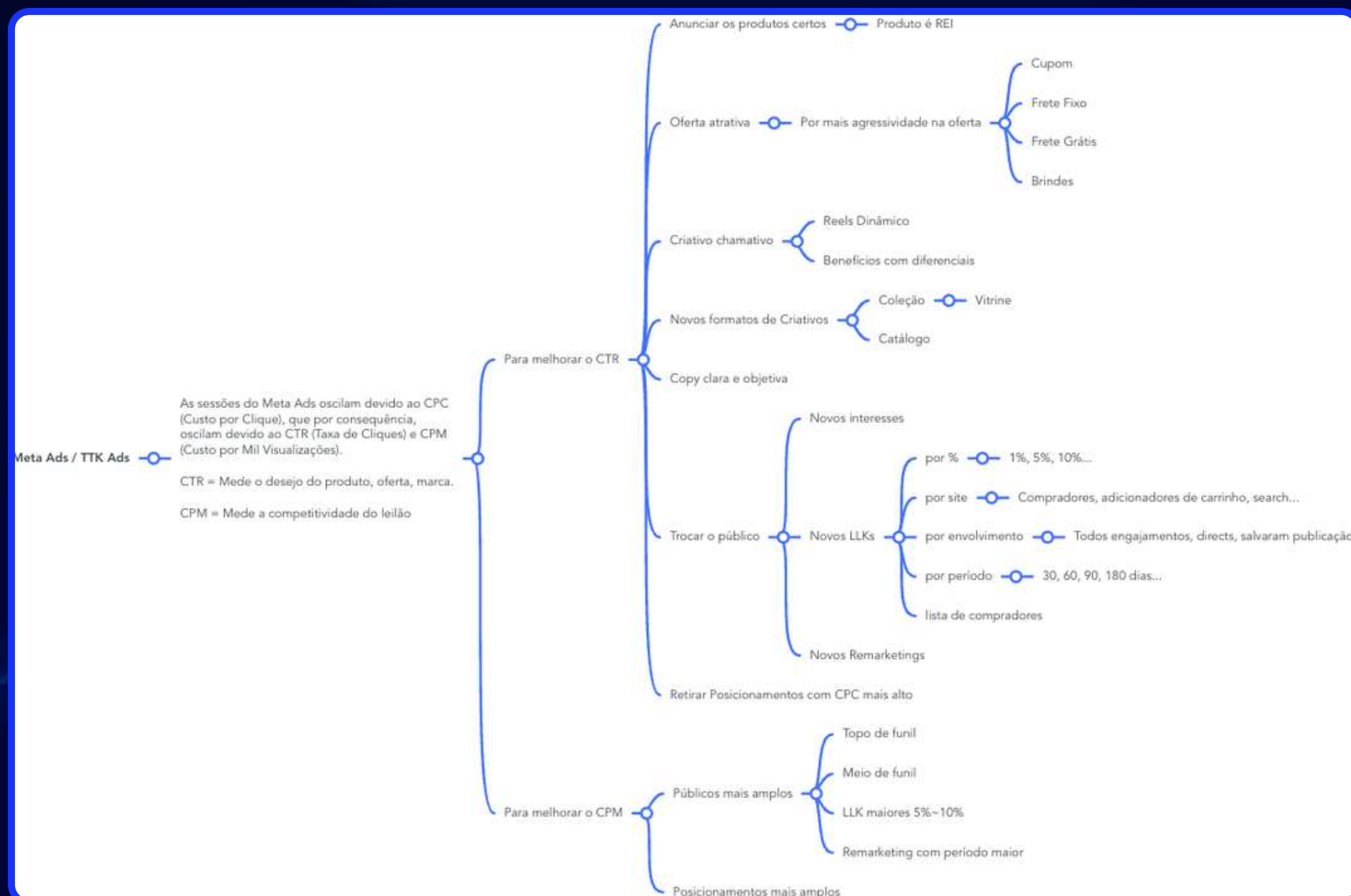
2 Segundo: identificar os Canais

Origem da sessão ▾		+ ↓ Sessões	Taxa de eventos principais da sessão Todos os eventos ▾	Transações	Receita total	Receita média de compra	ARPU
↕ MOSTRAR TODAS AS LINHAS							
		110.644 x 125.437 ↓ -11,79%	1,92% x 2,02% ↓ -5,03%	2.145 x 2.578 ↓ -16,8%	R\$ 358.501,98 x R\$ 439.192,94 ↓ -18,37%	R\$ 167,13 x 170,64 ↓ -2,05%	R\$ 4,72 x 5,06 ↓ -6,66%
1	facebook						
	1 de abr. – 30 de abr.	34.658	0,87%	305	R\$ 49.927,98	R\$ 163,70	R\$ 1,90
	1 de mar. – 31 de mar.	39.413	1,03%	414	R\$ 66.822,33	R\$ 161,41	R\$ 2,18
	% change	-12,06%	-15,34%	-26,33%	-25,28%	1,42%	-12,73%
2	google						
	1 de abr. – 30 de abr.	32.393	2,15%	706	R\$ 122.465,00	R\$ 173,46	R\$ 5,52
	1 de mar. – 31 de mar.	33.282	2,07%	693	R\$ 118.464,30	R\$ 170,94	R\$ 4,96
	% change	-2,67%	4,09%	1,88%	3,38%	1,47%	11,2%
3	instagram						
	1 de abr. – 30 de abr.	18.117	2,63%	482	R\$ 84.411,56	R\$ 175,13	R\$ 6,25
	1 de mar. – 31 de mar.	23.164	2,82%	664	R\$ 119.990,24	R\$ 180,71	R\$ 6,83
	% change	-21,79%	-6,8%	-27,41%	-29,65%	-3,09%	-8,48%
4	(direct)						
	1 de abr. – 30 de abr.	13.759	2,51%	350	R\$ 53.154,72	R\$ 151,87	R\$ 6,78
	1 de mar. – 31 de mar.	14.740	2,77%	416	R\$ 66.471,31	R\$ 159,93	R\$ 7,91
	% change	-6,66%	-9,41%	-15,87%	-20,03%	-5,04%	-14,37%

3

Terceiro: realizar ações por Canais

Exemplo: resolvendo queda de sessões



Com a matemática do E-commerce embaixo dos braços, podemos falar de **ESCALA!**

PLANEJAMENTO DE ORÇAMENTO X RECEITA

VERBA MENSAL	R\$	5.000,00
CPS (CUSTO POR SESSÃO)	R\$	0,50
TICKET MÉDIO	R\$	250,00
TAXA CONVERSÃO		1,00%
SESSÕES MENSAIS		10000
CPA	R\$	50,00
VENDAS / MÊS		100
RECEITA CAPTADA	R\$	25.000,00
ROAS		5,00
DIÁRIO		
INVESTIMENTO DIÁRIO	R\$	166,67
SESSÕES DIÁRIAS		333
PEDIDOS DIÁRIOS		3,33
RECEITA DIÁRIA	R\$	833,33

Para que a escala aconteça de maneira saudável, é necessário que seja bem planejada.

Todo o processo de elaboração de metas, passará por:

Investimento

Ecommerce Objetivo			
PLANEJAMENTO DE ORÇAMENTO X RECEITA			
VERBA MENSAL		R\$	5.000,00
CPS (CUSTO POR SESSÃO)		R\$	0,50
TICKET MÉDIO		R\$	250,00
TAXA CONVERSÃO			1,00%
SESSÕES MENSUAIS			10000
CPA		R\$	50,00
VENDAS / MÊS			100
RECEITA CAPTADA		R\$	25.000,00
ROAS			5,00
DIÁRIO			
INVESTIMENTO DIÁRIO		R\$	166,67
SESSÕES DIÁRIAS			333
PEDIDOS DIÁRIOS			3,33
RECEITA DIÁRIA		R\$	833,33

Para que a escala aconteça de maneira saudável, é necessário que seja bem planejada.

Todo o processo de elaboração de metas, passará por:

Investimento

CPS

Ecommerce Objetivo	
PLANEJAMENTO DE ORÇAMENTO X RECEITA	
VERBA MENSAL	R\$ 5.000,00
CPS (CUSTO POR SESSÃO)	R\$ 0,50
TICKET MÉDIO	R\$ 250,00
TAXA CONVERSÃO	1,00%
SESSÕES MENSAIS	10000
CPA	R\$ 50,00
VENDAS / MÊS	100
RECEITA CAPTADA	R\$ 25.000,00
ROAS	5,00
DIÁRIO	
INVESTIMENTO DIÁRIO	R\$ 166,67
SESSÕES DIÁRIAS	333
PEDIDOS DIÁRIOS	3,33
RECEITA DIÁRIA	R\$ 833,33

Para que a escala aconteça de maneira saudável, é necessário que seja bem planejada.

Todo o processo de elaboração de metas, passará por:

Investimento

CPS

Ticket Médio

 Ecommerce Objetivo	
PLANEJAMENTO DE ORÇAMENTO X RECEITA	
VERBA MENSAL	R\$ 5.000,00
CPS (CUSTO POR SESSÃO)	R\$ 0,50
TICKET MÉDIO	R\$ 250,00
TAXA CONVERSÃO	1,00%
SESSÕES MENSAS	10000
CPA	R\$ 50,00
VENDAS / MÊS	100
RECEITA CAPTADA	R\$ 25.000,00
ROAS	5,00
DIÁRIO	
INVESTIMENTO DIÁRIO	R\$ 166,67
SESSÕES DIÁRIAS	333
PEDIDOS DIÁRIOS	3,33
RECEITA DIÁRIA	R\$ 833,33

Para que a escala aconteça de maneira saudável, é necessário que seja bem planejada.

Todo o processo de elaboração de metas, passará por:

Investimento

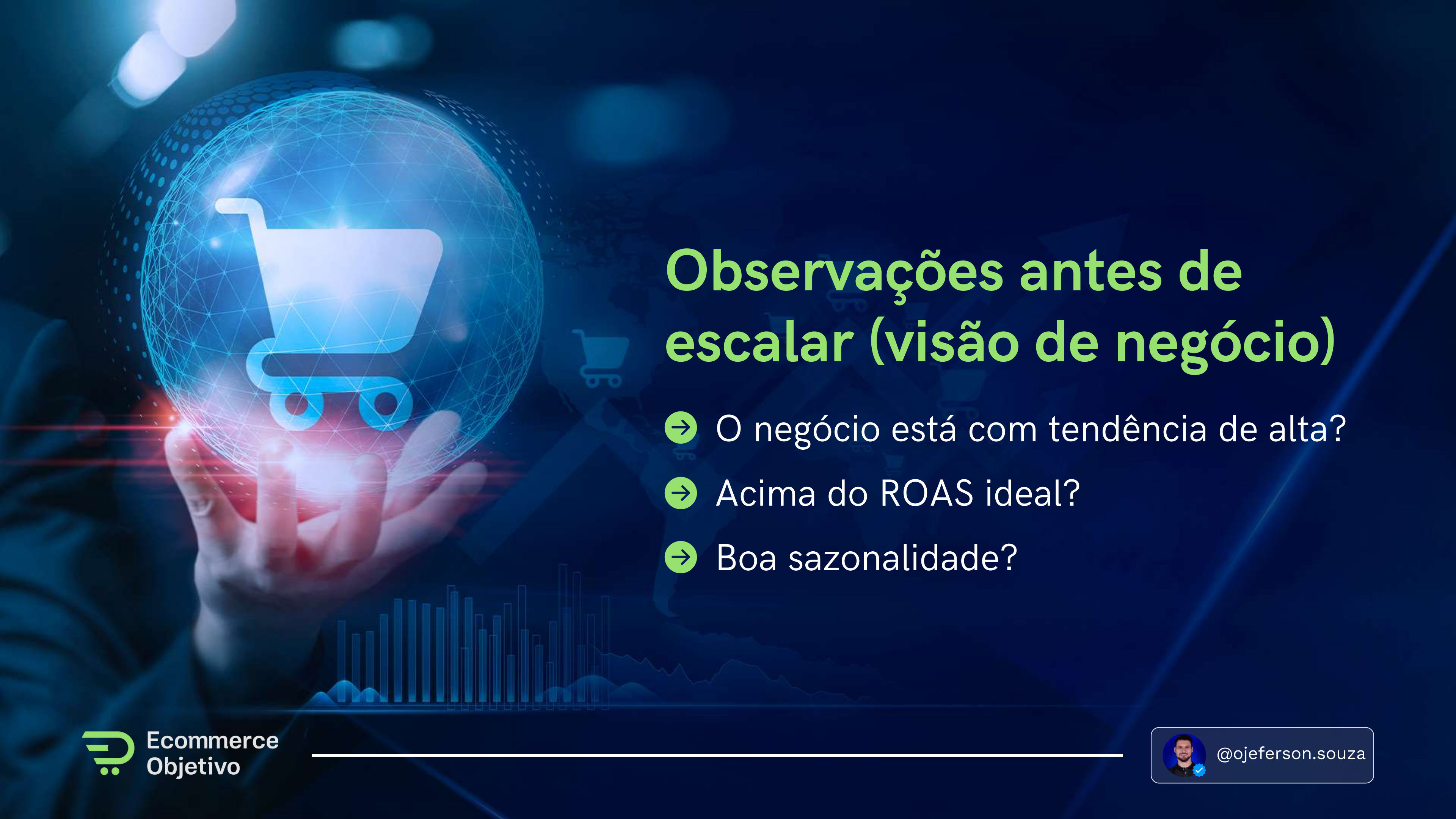
CPS

Ticket Médio

Taxa de Conversão

PLANEJAMENTO DE ORÇAMENTO X RECEITA

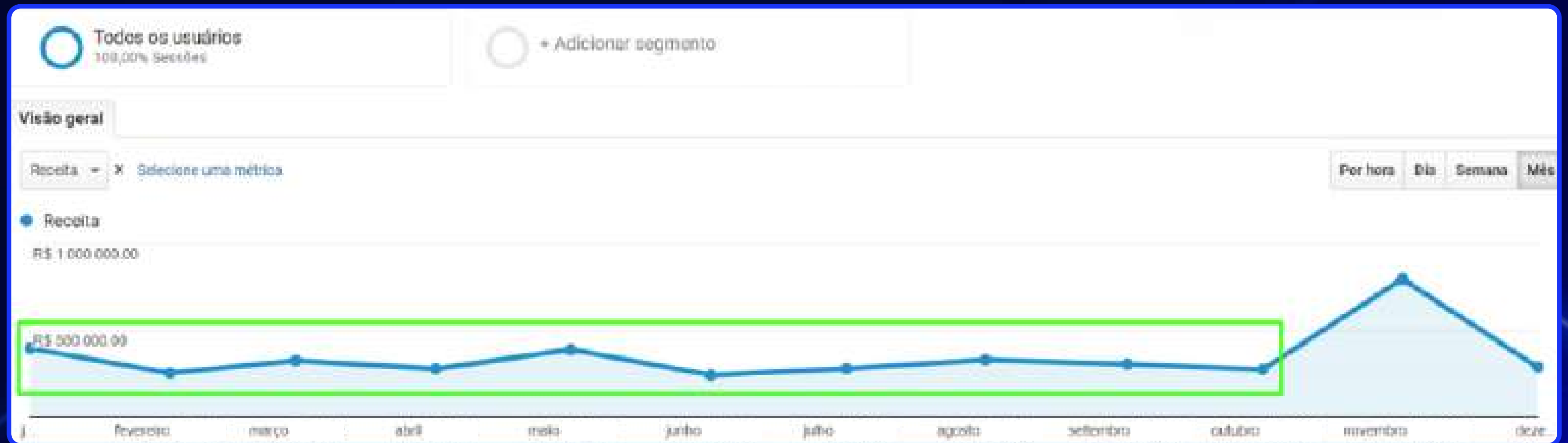
VERBA MENSAL	R\$	5.000,00
CPS (CUSTO POR SESSÃO)	R\$	0,50
TICKET MÉDIO	R\$	250,00
TAXA CONVERSÃO		1,00%
SESSÕES MENSAS		10000
CPA	R\$	50,00
VENDAS / MÊS		100
RECEITA CAPTADA	R\$	25.000,00
ROAS		5,00
DIÁRIO		
INVESTIMENTO DIÁRIO	R\$	166,67
SESSÕES DIÁRIAS		333
PEDIDOS DIÁRIOS		3,33
RECEITA DIÁRIA	R\$	833,33



Observações antes de escalar (visão de negócio)

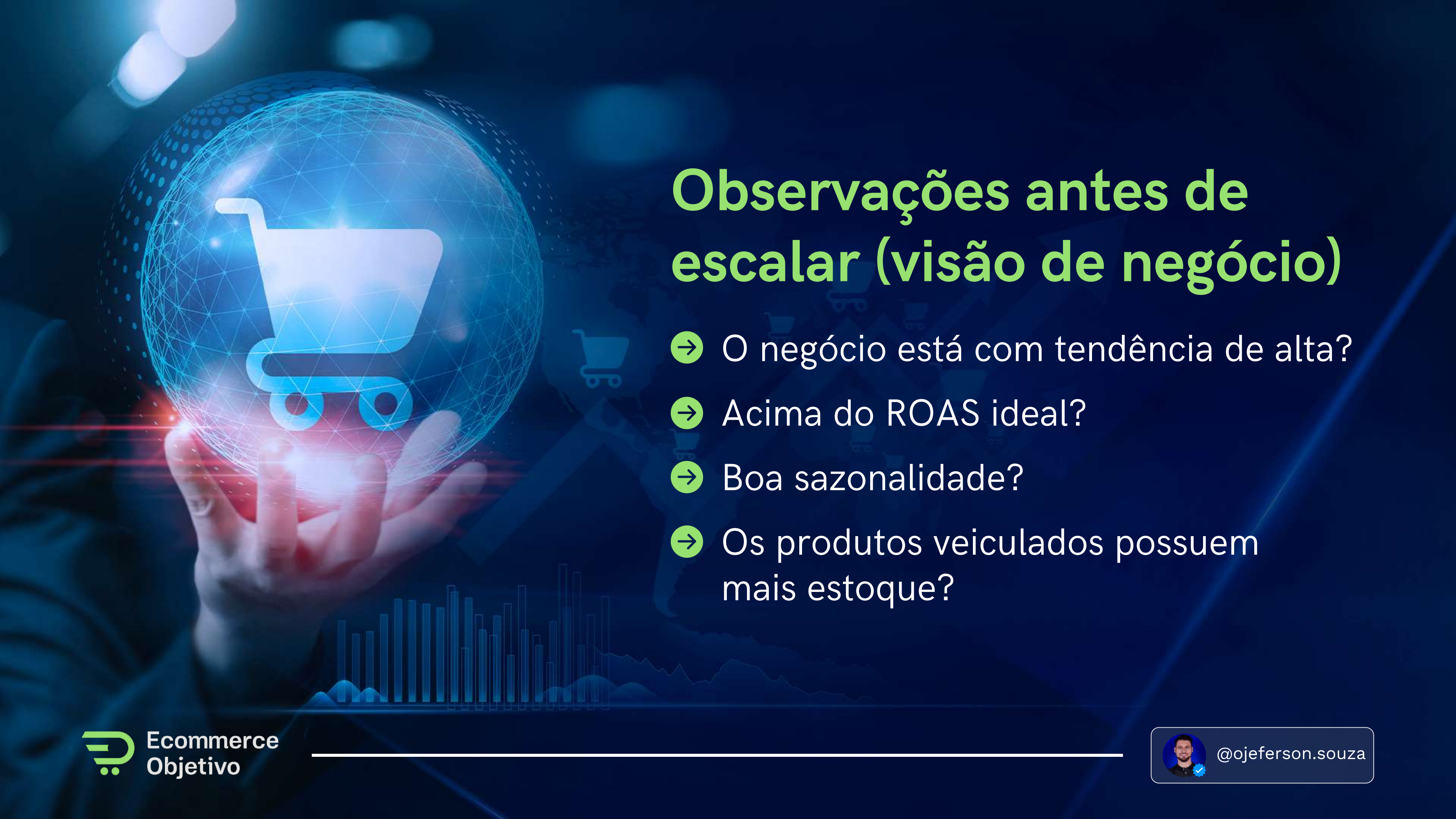
- O negócio está com tendência de alta?
- Acima do ROAS ideal?
- Boa sazonalidade?

Nichos sem Sazonalidade



Nichos com Sazonalidade





Observações antes de escalar (visão de negócio)

- O negócio está com tendência de alta?
- Acima do ROAS ideal?
- Boa sazonalidade?
- Os produtos veiculados possuem mais estoque?

FOCA NO PRODUTO

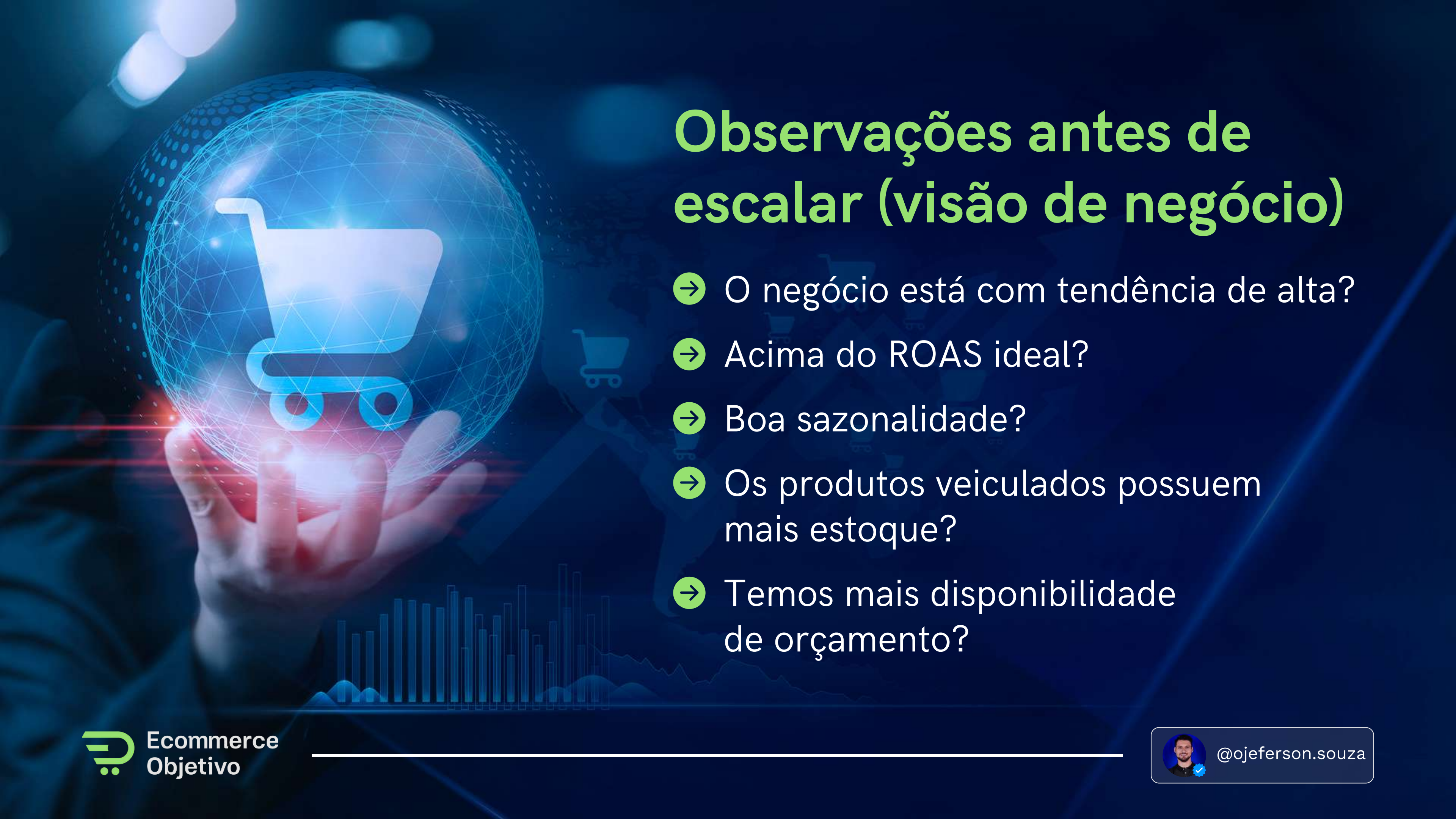
E-comm

Com

Elet~~X~~ônico

luto



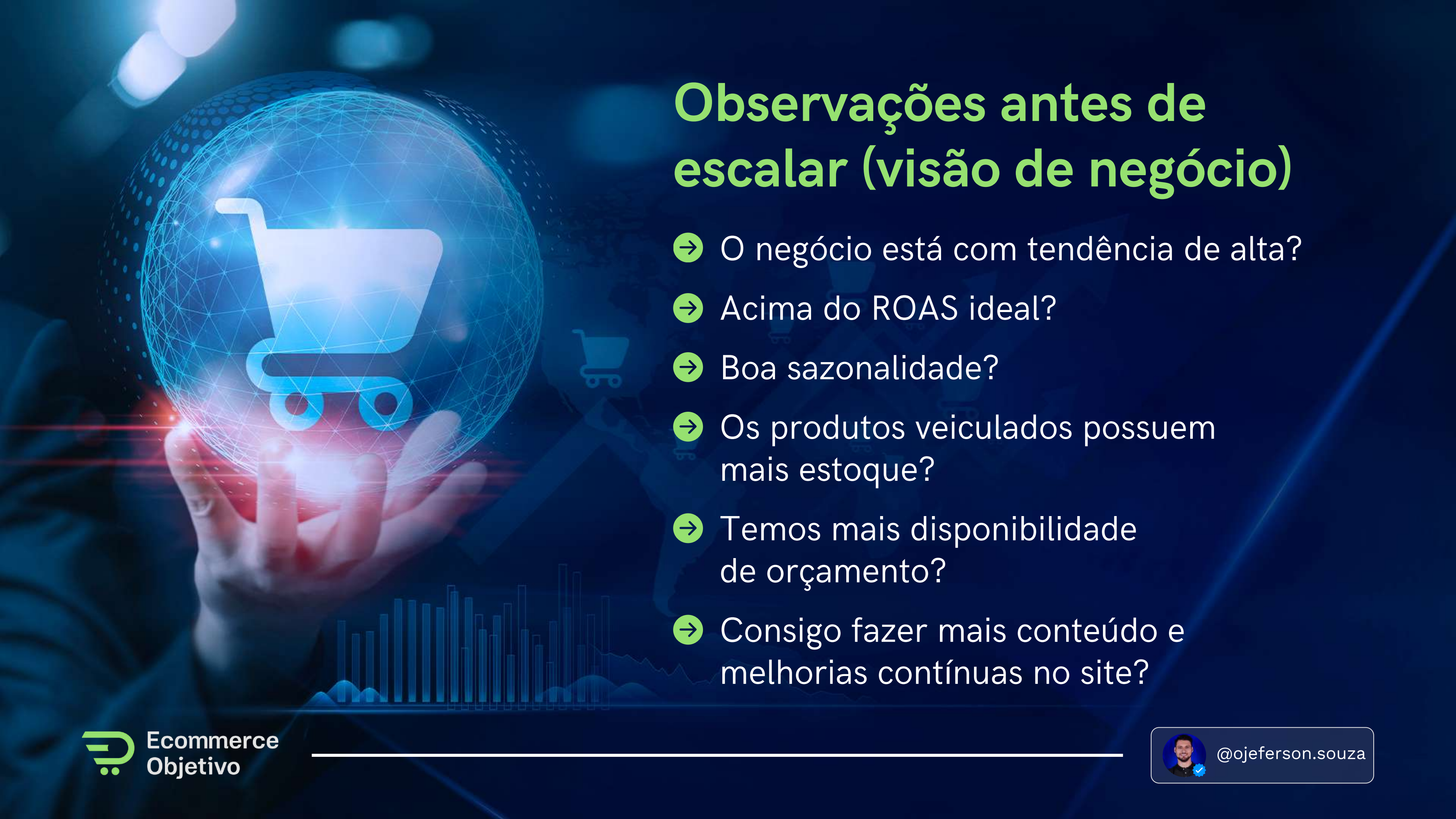


Observações antes de escalar (visão de negócio)

- O negócio está com tendência de alta?
- Acima do ROAS ideal?
- Boa sazonalidade?
- Os produtos veiculados possuem mais estoque?
- Temos mais disponibilidade de orçamento?

A receita está ligada às sessões, lembra?

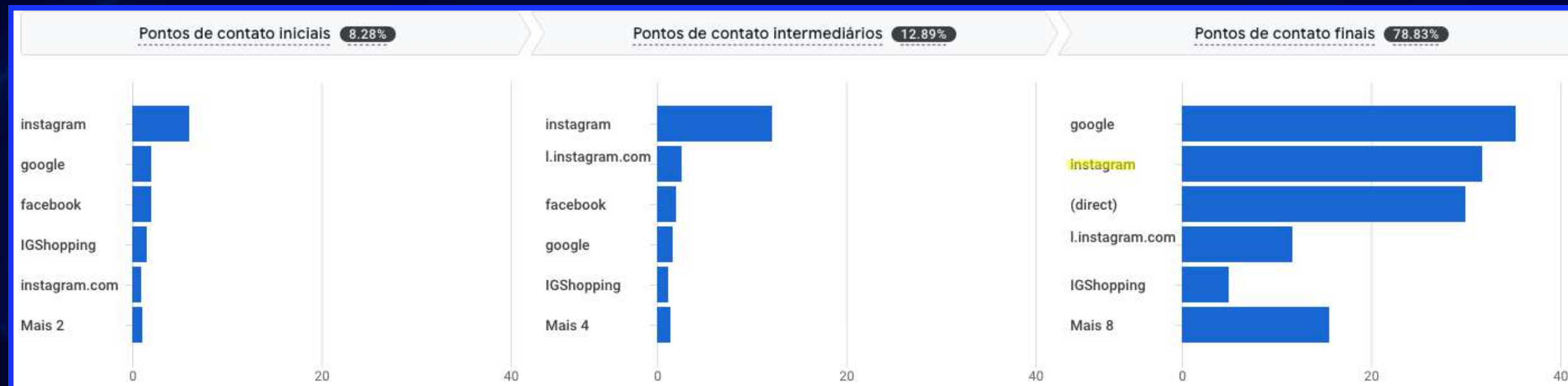
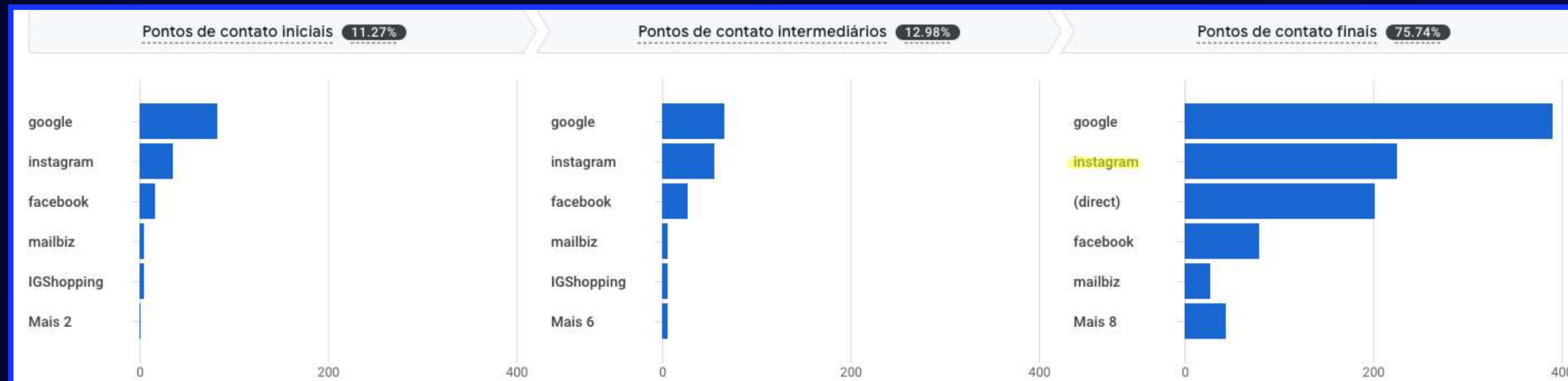
PLANEJAMENTO DE ORÇAMENTO X RECEITA	
VERBA MENSAL	R\$ 5.000,00
CPS (CUSTO POR SESSÃO)	R\$ 0,50
TICKET MÉDIO	R\$ 250,00
TAXA CONVERSÃO	1,00%
SESSÕES MENSAIS	10000
CPA	R\$ 50,00
VENDAS / MÊS	100
RECEITA CAPTADA	R\$ 25.000,00
ROAS	5,00
DIÁRIO	
INVESTIMENTO DIÁRIO	R\$ 166,67
SESSÕES DIÁRIAS	333
PEDIDOS DIÁRIOS	3,33
RECEITA DIÁRIA	R\$ 833,33



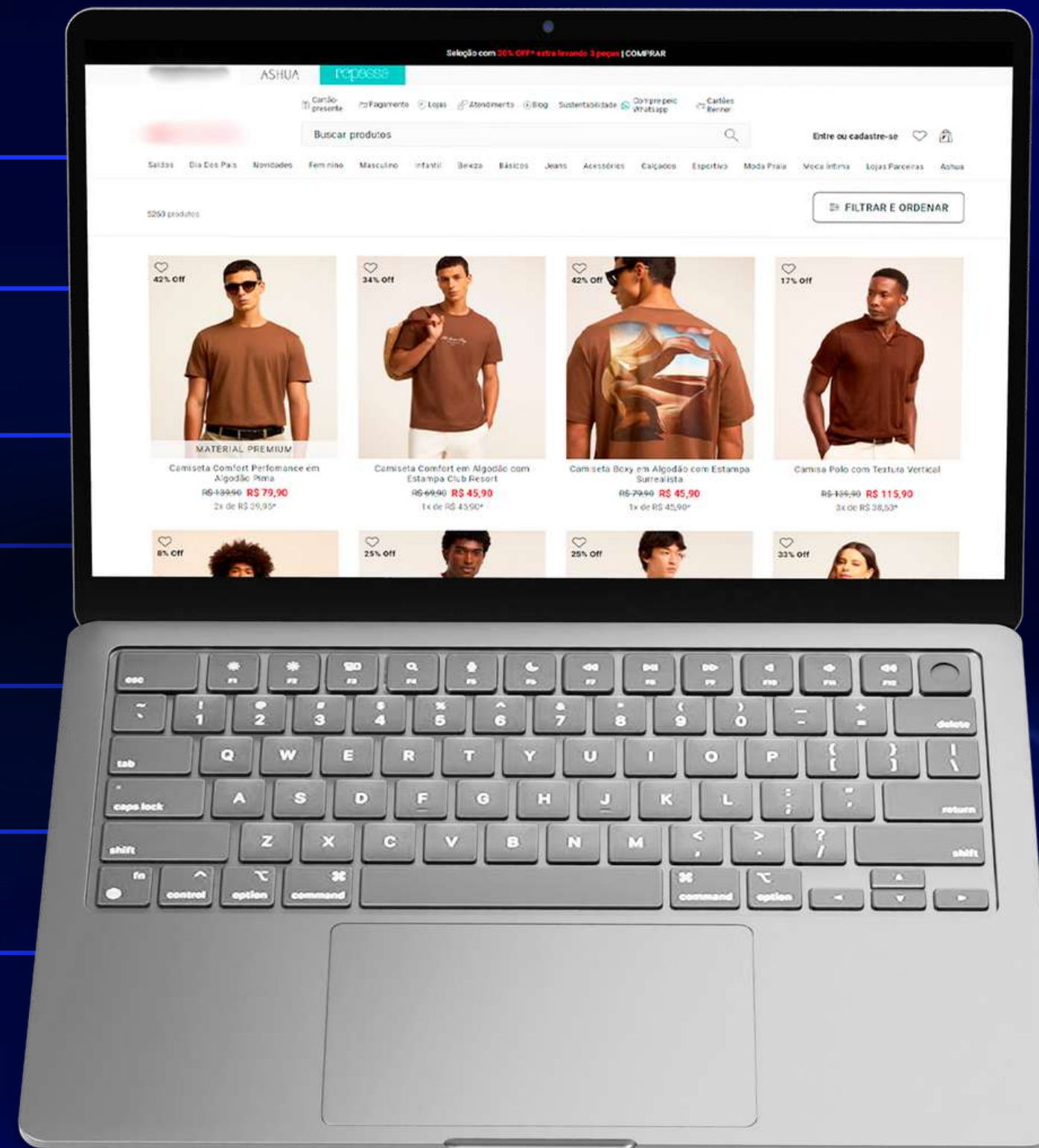
Observações antes de escalar (visão de negócio)

- O negócio está com tendência de alta?
- Acima do ROAS ideal?
- Boa sazonalidade?
- Os produtos veiculados possuem mais estoque?
- Temos mais disponibilidade de orçamento?
- Consigo fazer mais conteúdo e melhorias contínuas no site?

Produção de Conteúdo: a Jornada Social antecede a Jornada de Compras



100% das vendas no E-commerce, passarão pelo site



12

Ações para Agência de Performance



Garantir sessões de forma estratégica e assertiva!

- Aumentar o orçamento nas campanhas de venda direta + conversões assistidas (geralmente remarketing)
- Isolar campanhas por produto (produtos iscas + tops taxa de conversão)
- Isolar campanhas por estados (tops receita + tops taxa de conversão)
- Isolar campanhas por faixa etária (tops receita + tops taxa de conversão)
- Isolar melhores anúncios (CTR e CPC)
- Isolar os formatos de anúncios separados por conjunto (coleção, catálogo, reels dinâmico, carrossel, imagem única)



Garantir sessões de forma estratégica e assertiva!

- Isolar os tops produtos na Pmax
- Impulsionamento para visitas ao perfil
- Criar campanha de cobertura de mídia com objetivo de view content
- Quebrar o remarketing em mais públicos, controlando a frequência
- Criar campanhas de pesquisas e Pmax para os Tops Produtos
- Controle das sessões das mídias pagas

12 Ações para o Lojista



Equilibrar as sessões orgânicas, garantir produtos em estoque, alinhar comunicação das mídias pagas e orgânicas!

- Elaborar criativos dos produtos iscas, mais vendidos, tops taxa de conversão
- Aumentar frequência de stories (10~15/dia), humanizados, dinâmicos, mostrando os bastidores e detalhando os produtos anunciados nos ads. Criar conteúdos em reels, dos produtos tops taxa de conversão (feed)
- Fazer 2 lives shops de vendas no mês + 2 lives fakes, intercalando entre elas
- Garantir os produtos iscas e mais vendidos em estoque + desenhar esteira de produtos



Equilibrar as sessões orgânicas, garantir produtos em estoque, alinhar comunicação das mídias pagas e orgânicas!

- Alterar a primeira vitrine do site para os produtos mais vendidos/taxa de conversão que serão enviados o tráfego pago
- Criar descrições visuais e completas das páginas de produtos mais acessadas
- Contratar ferramenta para recuperação de carrinhos
- Enviar e controlar a utilização de Giftbacks (cupons de recompra)



Equilibrar as sessões orgânicas, garantir produtos em estoque, alinhar comunicação das mídias pagas e orgânicas!

- Enviar mensagens personalizadas, de acordo com a jornada de cada cliente (clusterização via matriz RFM)
- Trabalhar grupo vip no WhatsApp
- Contratar comercial ativo
- Abrir novos canais como Influencers e SEO



O e-commerce, assim
como qualquer negócio,
requer **trabalho duro,**
estratégia e paciência.



@ojeferson.souza

