

COMO CALCULAR A TAXA DE CONVERSÃO DE CLIENTES NO MEU NEGÓCIO?



Calcular a taxa de conversão de clientes é crucial para avaliar se os esforços e recursos direcionados nas estratégias de marketing e divulgação estão sendo efetivos ou se é necessário mudar imediatamente o foco das ações ou até mesmo reavaliar o posicionamento da empresa.



O QUE É TAXA DE CONVERSÃO?

A taxa de conversão é a relação entre a quantidade de visitantes na sua loja física ou virtual e a quantidade de clientes que efetivaram a compra. Sendo calculada com a seguinte fórmula, obtendo um índice percentual:

$$\text{TAXA DE CONVERSÃO} = \frac{\text{Nº DE VENDAS}}{\text{TOTAL DE VISITAS}} \times 100$$

TAXA DE CONVERSÃO BOA OU RUIM?

Alguns fatores são importantes para avaliar se a taxa de conversão identificada com a fórmula acima é boa ou ruim. Por isso avalie:

1. A plataforma de venda utilizada (loja física ou loja virtual)
2. Qual o segmento da empresa?
3. As taxas específicas identificadas no mercado para cada produto ou serviço específico.
4. As taxas de conversão dos atuais concorrentes.

Leve sempre em consideração que com o acompanhamento deste indicador, cada nova avaliação desta taxa deve ser melhor que a avaliada no período anterior.



NÃO SUBESTIME OUTRAS INFORMAÇÕES:

Mesmo com o resultado obtido com o cálculo da taxa é imprescindível avaliar porque os demais visitantes que entram na loja ou site não concretizam a compra. Com este cenário é importante reestruturar novas estratégias de marketing para alcançar este público, além de reavaliar, inclusive, a estrutura e layout da plataforma utilizada para a venda de produtos e serviços, seja ela física ou virtual.

SUPERAÇÃO CONSTANTE, ATENTE-SE PARA:

1. A taxa de clientes inativos – Avalie aqui que você está perdendo mercado para concorrentes diretos ou substitutos e porque os seus antigos clientes não estão retornando.
2. Quantidade de clientes indicados por outros clientes – Isto significa que os que indicam estão satisfeitos com a sua empresa.
3. Facilite a compra do cliente - Verifique as funcionalidades da sua loja virtual ou o layout e disposição dos seus produtos na loja.
4. Avalie o seu atendimento – Oferecendo aos visitantes e futuros clientes, uma ótima experiência de compra.