



GUIA PRÁTICO DO

FRETE

PARA E-COMMERCE



Sumário

- 06** A importância do frete no e-commerce
- 07** Como funciona o cálculo do frete
- 11** Documentos para envios
- 19** Como embalar os produtos para envio
- 26** Tipos de Frete no e-commerce
- 30** Frete grátis
- 34** Frete fixo
- 35** Como funciona o frete nos marketplaces
- 41** Frete para quem vende por redes sociais
- 43** Rastreamento dos objetos e pós-venda
- 46** Economize até 80% no frete

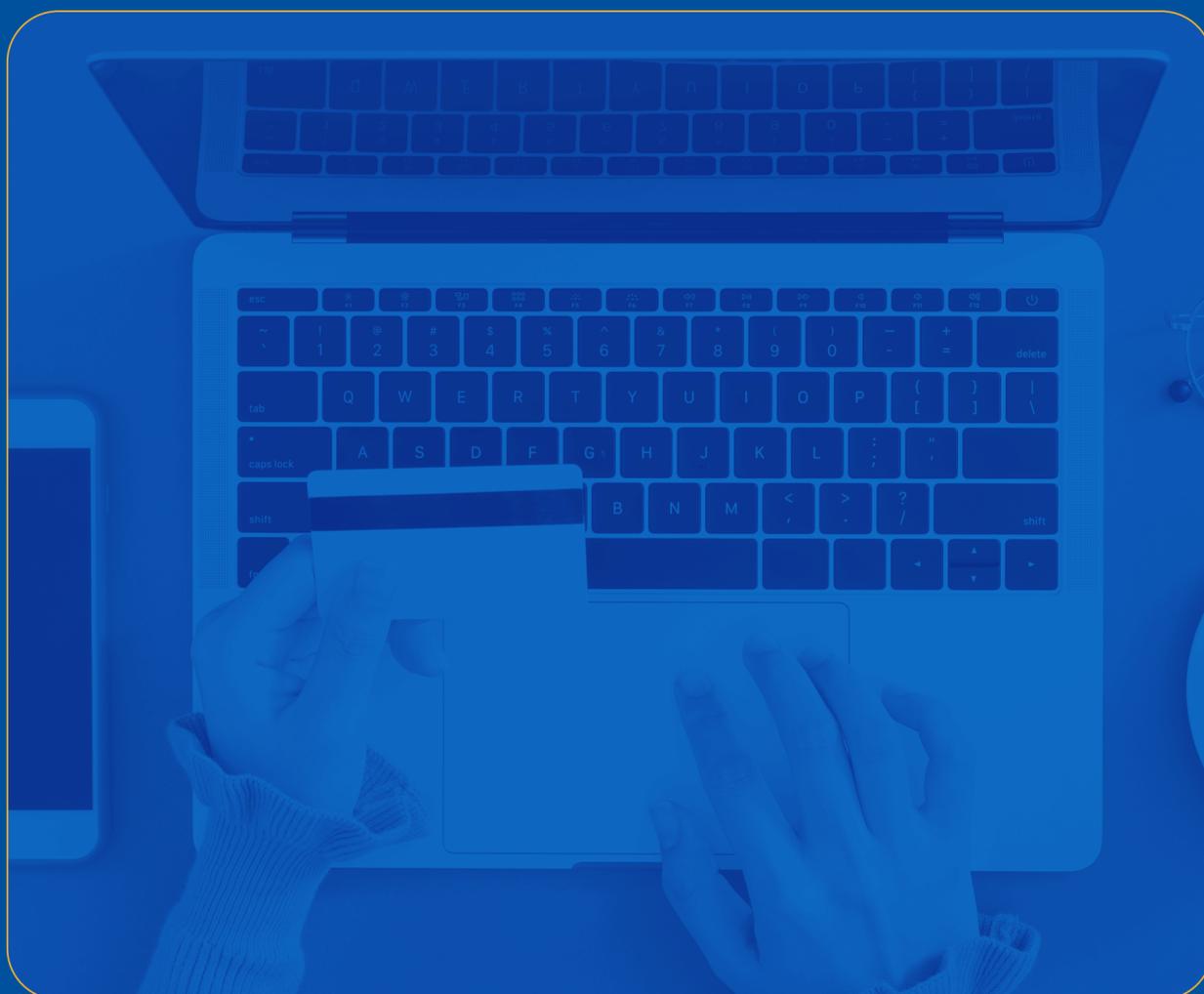
INTRODUÇÃO

O cenário do e-commerce no Brasil em 2021

O e-commerce brasileiro alcançou um recorde histórico de vendas em 2020. Segundo o relatório Webshoppers 43, realizado pela Ebit/Nielsen em parceria com o banco Bexs, o comércio eletrônico atingiu a marca de R\$ 87 bilhões em vendas no ano passado, com crescimento de 41%.

E o cenário continua promissor. Prova disso é que, segundo o relatório Webshoppers 44, o Brasil bateu um novo recorde de vendas no primeiro semestre de 2021, atingindo um faturamento de R\$ 53,4 bilhões.

Mas, como nem tudo na vida são flores, os estudos também trazem dados importantes sobre a experiência dos consumidores. O que mais chama a atenção é a relação entre a taxa de reclamação e o frete. Quanto mais caro for o valor do frete, maiores são as chances de o cliente fazer alguma reclamação sobre algum aspecto da compra.



Por outro lado, a entrega grátis foi apontada como a maior incentivadora na finalização das compras dos consumidores, um benefício que apareceu em 43% das vendas no e-commerce em 2020.

Nas entregas com preços acima de R\$ 30 a taxa de reclamação é de 11,5%. Para fretes gratuitos ou com valores abaixo de R\$ 5 o índice de reclamação fica em 5,9% e 8,1%, respectivamente.

NETTRO

Frete para e-commerce: de vilão a aliado do negócio

Esses dados mostram que o consumidor brasileiro tende a enxergar o preço da entrega como uma despesa extra. Com isso, o frete ainda é considerado um dos grandes vilões do e-commerce, sendo responsável por 82% do abandono de carrinhos em lojas virtuais. Mas isso não significa que você deve sair por aí oferecendo frete gratuito sem nenhuma estratégia.

Como o Melhor Envio é uma plataforma gratuita de gestão de fretes, desenvolvida para garantir envios mais baratos e descomplicados até para os pequenos e médios empreendedores, preparamos um material completo para ajudar você a transformar o “vilão do e-commerce” em um aliado poderoso do seu negócio. Vamos começar?



CAPÍTULO 1

A importância do frete no e-commerce

Como você já deve ter percebido, o frete está diretamente ligado à decisão de compra do consumidor, inclusive, podendo gerar avaliações positivas ou negativas.

Aliás, o impacto positivo de uma boa estratégia de frete vai ainda mais longe. Além de ver os pedidos aumentarem, os lojistas podem aproveitar campanhas de entregas para movimentar estoques, atrair novos consumidores e até conquistar a fidelidade daqueles clientes que fizeram a primeira compra na loja.

Como funciona o cálculo do frete

Na hora de calcular o frete, as transportadoras consideram uma série de parâmetros distintos. Entre os principais estão:

- CEP do remetente
- CEP do destinatário
- Peso estimado do produto já embalado
- Dimensões da embalagem (Altura, largura e comprimento)
- Prazo de entrega (varia conforme o tipo de frete escolhido, por exemplo, econômico ou expresso)

Outro fator que influencia o preço final do frete é o peso cúbico ou cubagem, que é a relação entre o peso físico e o volume ocupado pela mercadoria dentro dos veículos de entrega.

O cálculo é feito multiplicando o comprimento, largura e altura do produto embalado e dividindo o resultado pelo fator cubagem. Normalmente as transportadoras consideram o maior valor para calcular o custo do frete, mas os parâmetros podem mudar de uma empresa para outra.

$$\frac{(\text{COMPRIMENTO} \times \text{LARGURA} \times \text{ALTURA})}{\text{FATOR DE CUBAGEM}}$$

Observação: o fator de cubagem varia em cada transportadora. No caso dos Correios, por exemplo, é de 6.000.

Serviços e taxas que podem alterar o valor do frete

- **Mão Própria:** serviço exclusivo dos Correios que garante mais segurança na entrega dos pacotes. Com essa opção, o produto é entregue apenas ao destinatário, cujo nome aparece na etiqueta de frete.
- **Aviso de Recebimento (AR):** Apesar de gerar tarifas adicionais, o AR funciona como um comprovante físico de que o volume foi entregue ao destinatário.
- **Coleta das encomendas:** algumas transportadoras oferecem a opção de coleta domiciliar. Assim, o cliente não precisa ir até a unidade de postagem para despachar as mercadorias.
- **Limites de peso e dimensões:** Fique atento ao peso máximo permitido por cada transportadora para evitar ser taxado. Além disso, são cobrados valores adicionais para encomendas com dimensões que extrapolam o limite máximo permitido ou que possuem formato cilíndrico, esférico, etc.
- **Taxa de reentrega:** Se houver erros no endereço do destinatário ou se não tiver ninguém para receber o pacote, uma opção é solicitar que a transportadora tente entregar a encomenda novamente. Mas pode ser cobrada uma porcentagem sobre o valor do frete, que varia de acordo com cada empresa.

- **Devolução:** Depois de esgotar as tentativas de entrega o produto volta para a transportadora e o remetente precisa fazer a retirada da carga. O que, obviamente, acarreta mais despesas.
- **Modal:** É o meio de transporte que será usado para enviar as encomendas e pode alterar bastante o valor do frete. Por isso, antes de escolher entre o modal rodoviário, aéreo, hidroviário, ferroviário ou dutoviário, verifique quais opções oferecem o melhor custo-benefício para o seu negócio.

Existem inúmeras tarifas que incidem no preço final do frete como: pedágios, impostos sobre CTR (Conhecimento de Transporte Rodoviário), ISS (Imposto Sobre Serviço) e ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços), Ad Valorem e Gerenciamento de Riscos (GRIS) preço do combustível e muito mais.

O cálculo do frete é um pouco mais complexo do que parece. Por isso, citamos apenas as principais taxas e serviços que podem refletir do valor final da entrega, só para você visualizar de uma maneira geral. Normalmente, os valores exibidos em calculadoras de frete e outros serviços de cotação já incluem essas taxas, com exceção de serviços extras opcionais.

Atenção: Algumas transportadoras exigem o preenchimento do valor segurado, ou seja, o valor total da mercadoria. O preço deve ser o mesmo informado na nota fiscal ou na declaração de conteúdo. Apesar de não ser uma despesa adicional, em casos de [avarias, violação e extravio, as transportadoras se baseiam no preço do valor segurado para realizar o pagamento de indenizações](#). Portanto, tome muito cuidado para não colocar informações divergentes, isso evitará prejuízos futuramente.

Pontos de alerta para não pagar mais no frete sem necessidade



Verifique se é realmente necessário contratar serviços adicionais.



Escolha embalagens com tamanhos adequados ao produto, dando preferência para formatos retangulares e quadrados.



Para evitar taxas de reentrega ou devolução, antes de imprimir a etiqueta de frete, confira se as informações referentes ao endereço do destinatário e remetente foram preenchidas corretamente.



Ao contratar o serviço de coleta domiciliar é preciso que você (ou algum colaborador) fique responsável por entregar a encomenda para a empresa de transportes. Se no dia da coleta da carga não tiver ninguém no endereço informado na etiqueta de envio, ou se o produto não estiver embalado, as transportadoras podem cobrar uma tarifa pelo deslocamento até o local.



Documentos para envio: nota fiscal ou declaração de conteúdo? Entenda quando usar cada documento

Toda mercadoria transportada em território nacional precisa estar acompanhada de nota fiscal ou declaração de conteúdo. A ausência de um desses documentos pode fazer sua encomenda ficar retida e causar sérios problemas junto à fiscalização tributária.

→ Quando usar a declaração de conteúdo?

A declaração de conteúdo passou a ser obrigatória a partir de 2018 e deve ser usada somente em envios sem fins comerciais. Ou seja, que não estão sujeitos à tributação e dispensam a emissão da nota fiscal.



A principal função do documento é identificar o produto que está sendo transportado. Por isso, é preciso constar algumas informações básicas referentes à carga como: valor, quantidade e breve descrição sobre o conteúdo. Além de dados do remetente e destinatário.

Você pode [baixar um modelo gratuito da declaração de conteúdo](#) usada pelos Correios. Depois é só preencher as informações solicitadas, assinar, imprimir e afixar o papel na parte externa da embalagem, como mostraremos mais adiante.

→ Quando usar a nota fiscal?

A nota fiscal deve ser utilizada sempre que o envio estiver condicionado a fins comerciais. O documento é indispensável tanto em casos de prestação de serviços quanto na compra e venda de produtos.

As principais funções da nota fiscal são:

- **Atestar a procedência do item transportado**
- **Registrar uma transação com fins comerciais e os pagamentos dos tributos**
- **Garantir a segurança do lojista, principalmente em situações de avarias e extravio das mercadorias**

As transportadoras também podem recusar a postagem de encomendas sem nota fiscal se suspeitarem que os envios possuem fins comerciais. Por exemplo, vamos supor que você vende pelo Instagram, mas não emite nota fiscal. Toda semana você vai até alguma agência despachar encomendas para diferentes regiões, mas as caixas estão sempre com a declaração de conteúdo. Se em algum momento a transportadora suspeitar que os envios possuem fins comerciais, ela pode recusar as postagens.

Atenção: Cabe ressaltar que o não pagamento dos impostos caracteriza crime de sonegação fiscal, previsto na [lei nº 8.137](#). Podendo resultar em multa e detenção.

Dica: Com o Melhor Envio fica ainda mais fácil gerar esses documentos. No momento de emitir a etiqueta de envio, você pode completar as informações referentes a nota fiscal ou declaração de conteúdo. Depois é só fazer a impressão e preparar o pacote para envio. Simples, né?!

→ MEI precisa emitir nota fiscal?

Situações nas quais o Microempreendedor Individual (MEI) **não precisa fazer a emissão da nota fiscal:**

- Nas vendas de produtos ou prestação de serviços destinados a pessoa física. No entanto, se o consumidor exigir a nota fiscal, o MEI precisa emitir o documento.
- Quando o destinatário é pessoa jurídica (inscrita no CNPJ) e emite nota fiscal de entrada.

O MEI é obrigado a emitir nota fiscal nos seguintes casos:

- Quando a operação comercial ou prestação de serviço envolve pessoas jurídicas, inscritas no CNPJ.
- Em operações nas quais o destinatário é inscrito no CNPJ, mas não emite nota fiscal de entrada.

Cabe ressaltar, que apesar de o MEI não ser obrigado a emitir nota fiscal, as transportadoras podem se recusar a transportar cargas sem o documento.

Uma solução, neste caso, é emitir a **nota fiscal avulsa**.

Porém, se você vende produtos com uma certa periodicidade, a nota fiscal avulsa não é a melhor opção, o mais indicado é **formalizar o negócio**.

Atenção: se você optar por usar a nota fiscal avulsa na plataforma do Melhor Envio é preciso ter em mãos a chave de acesso de 44 dígitos, disponível no arquivo XML. Além disso, algumas transportadoras, como a Azul Cargo Express, não aceitam o documento.

 **[Dica: Quer saber mais sobre nota fiscal e declaração de conteúdo?](#)**
[Preparamos um conteúdo completo sobre o assunto.](#)



Documentos que as transportadoras aceitam:

→ **Correios:** Os [Correios](#) aceitam encomendas com declaração de conteúdo e nota fiscal. A transportadora oferece cobertura do seguro nos dois casos. O limite máximo segurado para cada modalidade de entrega é:

- Mini Envios: R\$100
- PAC: R\$3.000
- SEDEX: R\$10.000



Veja quais objetos não podem ser enviados pelos Correios.

→ **Jadlog:** A Jadlog aceita os dois documentos, porém para as postagens com origem no estado do Paraná, a transportadora só aceita nota fiscal.

- **Envios com declaração de conteúdo - Valor segurado de até R\$ 1.000. Não há cobertura para avarias (apenas furtos, roubos ou extravios)**
- **Envios com nota fiscal (realizados pelo Melhor Envio) - Valor segurado de até R\$ 30.000. Cobertura contra avarias, extravios, furtos e roubos**



Fique atento às restrições de objetos transportados pela Jadlog.

→ **Azul Cargo Express:** A Azul Cargo Express também aceita cargas acompanhadas por nota fiscal ou declaração de conteúdo, e garante cobertura contra avarias, extravios, furtos e roubos.

→ **Envios com declaração de conteúdo - Valor segurado de até R\$ 1.000.**

→ **Envios com nota fiscal (realizados pelo Melhor Envio) - Valor segurado de até R\$ 40.000.**



Consulte a lista com objetos que a Azul Cargo Express não transporta.

→ **LATAM Cargo:** A companhia de transporte aéreo [LATAM Cargo](#) também oferece cobertura contra avarias, extravios, furtos e roubos em cargas com nota fiscal ou declaração de conteúdo. Porém, envios com origem no centro de operações IGU (Foz do Iguaçu/PR), GYN (Goiânia/GO) e NAT (Natal/RN) são aceitos apenas com nota fiscal.

→ **Envios com declaração de conteúdo - Valor segurado de até R\$ 1.000.**

→ **Envios com nota fiscal (realizados pelo Melhor Envio) - Valor segurado de até R\$ 10.000.**



Verifique os objetos que são transportados pela LATAM Cargo.

→ **Buslog:** Na [Buslog](#) os envios podem ser feitos com declaração de conteúdo ou nota fiscal, sempre com cobertura para avarias, extravios, furtos ou roubos.

→ **Envios com declaração de conteúdo - Valor segurado de até R\$ 1.000.**

→ **Envios com nota fiscal (realizados pelo Melhor Envio) - Valor segurado de até R\$ 50.000.**



Consulte quais objetos a Buslog não transporta.

→ **Via Brasil:** A Via Brasil não aceita envios com declaração de conteúdo. Você não pode usar os serviços da transportadora sem emitir nota fiscal.

→ **Envios com nota fiscal (realizados pelo Melhor Envio) - Valor segurado de até R\$ 50.000 com cobertura com cobertura para roubos, furtos, extravios e avarias (totais e parciais).**



Veja as restrições de objetos transportados pela Via Brasil.

Dica: Antes de postar qualquer encomenda, nossa recomendação é que você entre no site da transportadora e verifique quais documentos são aceitos e quais são as regras gerais para o envio dos produtos.

CAPÍTULO 2

Como embalar os produtos para envio



Mercadorias mal embaladas correm um risco maior de sofrer avarias durante o transporte. Além disso, você sabia que o uso de embalagens muito grandes pode resultar em fretes mais caros?

Pois é, como o cálculo do frete considera o peso e as dimensões do objeto embalado, a recomendação é utilizar caixas quadradas ou retangulares, adequadas ao tamanho do produto. Ou seja, nem muito grandes, nem muito pequenas.

Sugestão: [Fique atento às dimensões e pesos mínimo e máximos permitidos pelas transportadoras](#)

Confira nosso checklist para não errar na hora de embalar a encomenda:

- ✓ Utilize caixas em formatos convencionais (retangulares e quadrados). E claro, respeitando sempre as dimensões mínimas e máximas de cada transportadora.
- ✓ Sinalize na embalagem se o produto transportado é frágil. Assim, os entregadores tendem a ser mais cuidadosos durante o manuseio.
- ✓ Evite usar caixas em formatos não mecanizáveis como cilindro, esfera, prisma etc. Como falamos anteriormente, esse tipo de embalagem pode gerar taxas extras.
- ✓ Escolha materiais leves para embrulhar o produto ou preencher os espaços vazios no interior da caixa. Invista em plástico bolha, almofadas de ar, isopor, etc.

- ✓ Dê preferência para as embalagens sustentáveis feitas com papelão reciclado, por exemplo. Algumas alternativas são: papel kraft, isopor sustentável, papel manteiga, fita gomada, entre outras. Você pode, inclusive, utilizar folhas de revistas, jornais ou pedaços de papelão que possui em casa.

Sugestão: Lembre-se que os consumidores estão cada dia mais atentos ao consumo consciente e investir em práticas mais sustentáveis, além de ajudar o meio ambiente, pode ser um diferencial do seu e-commerce.

Depois de calcular o frete e escolher as embalagens adequadas, o próximo passo é preparar a etiqueta e os documentos (nota fiscal ou declaração de conteúdo) para finalizar o envio.

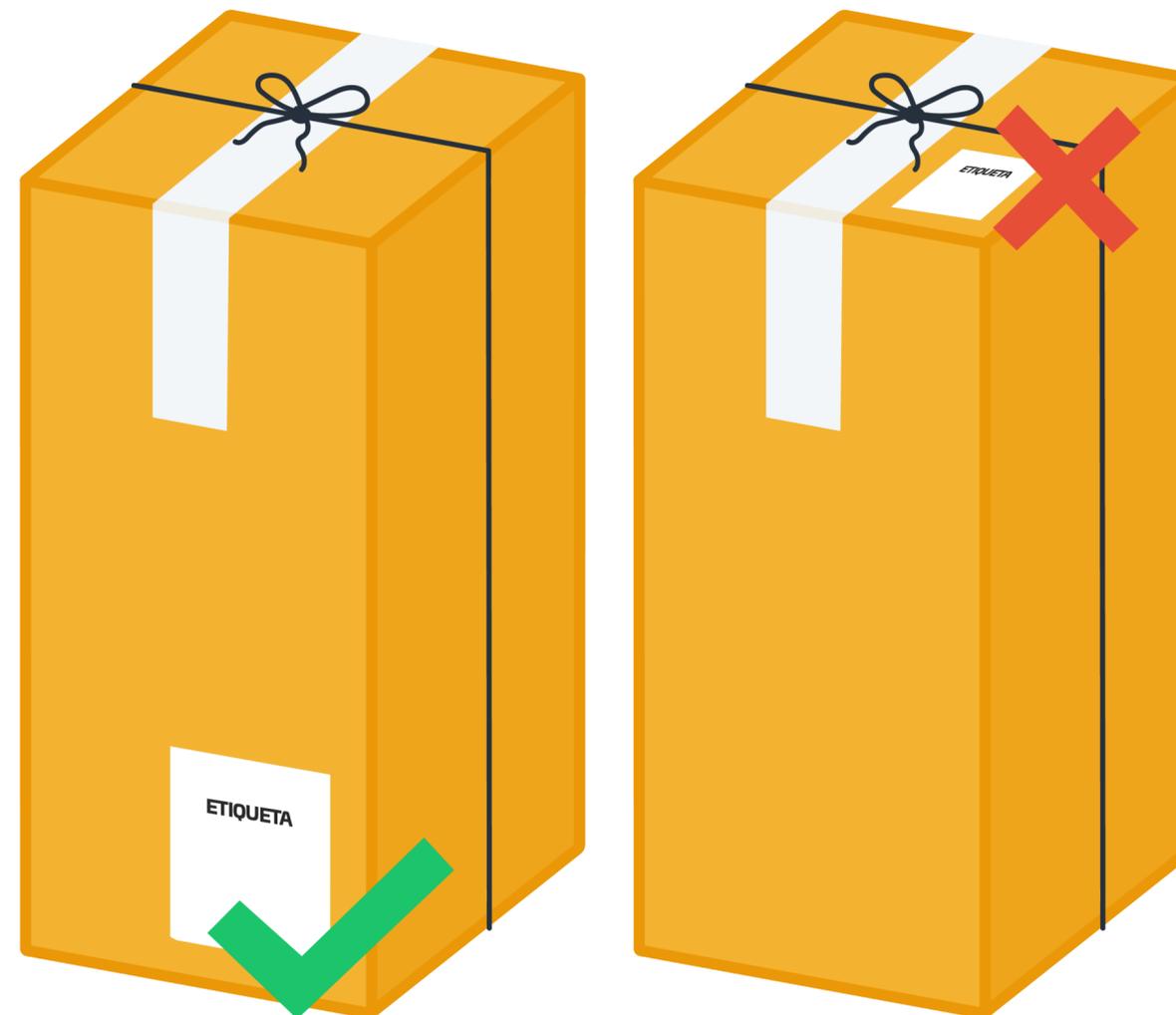
Independente de estar usando uma plataforma de intermediação de fretes ou o próprio site da transportadora, é necessário ter em mãos algumas informações básicas sobre o destinatário e remetente:

- Nome; CEP e Endereço completo** (logradouro, número, bairro, complemento);
- Cidade; Estado e sigla da Unidade da Federação** (Exemplo: MG, SP, RJ, AM).
- Em alguns casos são solicitadas outras informações como: **telefone, e-mail, CPF ou CNPJ.**



4 cuidados na hora de imprimir a etiqueta de frete:

- A etiqueta precisa ser bem legível. O ideal é que não tenha nenhuma **rasura** na etiqueta, o que pode impedir a leitura do código de barras. **Evite usar o modo economia de tinta.**
- O **tamanho mínimo** da etiqueta de frete deve ser **14x10 cm**.
- Quando for fixar a etiqueta de frete na caixa, o código de barras **não pode** ser coberto pela fita adesiva ou por plástico, mesmo se for transparente.
- Escolha o **lado maior da caixa** e posicione a etiqueta de frete próximo das bordas, evitando sempre o meio da embalagem.



A **nota fiscal** ou a **declaração de conteúdo** também devem ser **afixadas no lado de fora da embalagem** com fita adesiva. Porém, no caso desses documentos, é preciso colocá-los **dentro de envelopes AWB ou canguru**, que são aqueles saquinhos transparentes.

Também é importante dobrar o documento, deixando as **informações referentes ao destinatário (nome, endereço, CPF/CNPJ) visíveis dentro do envelope**.

Você pode acompanhar detalhes de todo o processo de preparo da embalagem no vídeo abaixo!



Meu Envio - Ep. 03 | Preparando a embalagem para o envio

Conquiste o cliente na entrega dos produtos!

Um último detalhe para impactar o cliente é incluir na sua estratégia de pós-venda o [unboxing experience](#), ou seja, a experiência que uma pessoa tem ao abrir uma caixa e ter o primeiro contato com o produto comprado.

Normalmente, as pessoas esperam receber uma caixa de papelão com o produto embrulhado no papel ou plástico bolha, não é mesmo?

Agora imagine a reação do cliente ao receber a encomenda embalada em uma caixa ecológica, que também pode virar uma casinha para gatos ou um objeto de decoração.

Pois é, a Samsung, por exemplo, redesenhou algumas embalagens para que as caixas de papelão ecológico sejam reaproveitadas. A empresa desenvolveu até um site com tutoriais para ensinar as pessoas a transformarem as embalagens nos novos objetos.



Divulgação: Samsung



Divulgação: Samsung

Você deve estar pensando que não tem como investir tão alto para melhorar a experiência dos meus clientes. Mas não se desespere! Se o orçamento não permitir ações mais elaboradas, algumas ideias simples também podem surpreender o cliente na entrega dos produtos, olha só:

- **Cupons de desconto nas próximas compras**
- **Recadinhos impressos ou escritos à mão**
- **Papelaria e embalagens personalizadas**
- **Brindes ou amostras de produtos**

Viu?! Você pode **melhorar a experiência do consumidor** com ações que não pesam muito no orçamento. Sem contar que esses pequenos detalhes podem **ajudar a fidelizar o cliente e estimular as vendas.**

CAPÍTULO 3

Tipos de frete no e-commerce

Os dois tipos de frete mais usados no e-commerce são o econômico e o expresso. A seguir, vamos mostrar as principais diferenças e a importância de disponibilizar cada um deles para os seus clientes.

→ **Frete econômico**

O valor do frete é menor, mas com tempo de entrega mais longo. Essa modalidade é recomendada para clientes que preferem pagar menos e esperar mais para encomenda chegar. Entre as opções estão:

- **Correios:** PAC, Mini Envio e PAC Grandes Formatos
- **Jadlog:** Jadlog Package e Rodo Econômico
- **Azul Cargo:** Azul Cargo Standard e E-commerce (modalidade de frete voltada para o comércio eletrônico)

→ **Frete expresso**

Já na modalidade expressa o prazo de entrega é menor, porém o custo do envio é maior. Mas, como alguns clientes estão dispostos a pagar um pouco mais para receber a encomenda rapidamente, é sempre importante oferecer a opção de frete expresso. Confira algumas alternativas:

- **Correios:** Sedex e Sedex Grandes Formatos
- **Azul Cargo:** Azul Cargo Amanhã
- **Jadlog:** o serviço Jadlog Express é indicado para o envio expresso de mercadorias com até 30kg vendidas pela internet.



→ **OBS:** os serviços PAC Grandes Formatos (PAC GF) e Sedex Grandes Formatos (Sedex GF) são indicados para pacotes maiores, que ultrapassam os limites indicados pelos Correios nas remessas regulares. Nesse caso, as dimensões máximas permitidas são:

150 cm em cada lado (considerando altura, largura ou comprimento) e o pacote deve ter até 30kg.

Você também pode usar os serviços de transportadoras privadas para [enviar encomendas grandes ou em formatos especiais](#).

Como calcular o frete nos Correios e com transportadoras privadas?

Normalmente, para fazer a simulação de frete pelos Correios, você precisa ir até o site da empresa e preencher as informações solicitadas como dimensões e peso do pacote, CEP de origem e destino. No caso das transportadoras privadas, você vai precisar entrar no site de cada uma delas para realizar as cotações individualmente.

Mas, como no mundo dos negócios “tempo é dinheiro”, ninguém quer perder tempo fazendo simulações em diversas transportadoras, certo? E nem precisa!

Um dos benefícios da tecnologia é facilitar a vida das pessoas. Por isso, existem no mercado plataformas de cotação de frete que permitem fazer simulações de frete

em diferentes empresas de transporte de carga com uma única consulta. E então, é só escolher as transportadoras que oferecem melhores preços e prazos de entrega, gerar etiqueta de envio, embalar o produto e despachar a encomenda.

Outro ponto positivo dessas plataformas é que você não é obrigado a realizar uma quantidade mínima de envios mensais para garantir preços mais competitivos. Não sei se você sabe, mas para conseguir preços mais baixos do que os praticados no balcão das transportadoras, é preciso assinar contratos se comprometendo a manter uma cota de envios mensais.

Isso acaba tornando essa alternativa pouco atrativa para pequenos e médios empresários, uma vez que é difícil manter uma meta constante de vendas. No entanto, com essas empresas de gestão de frete, como o Melhor Envio, o **serviço é 100% gratuito, não há limite de envios e você só paga pela etiqueta que gerar na plataforma.**

Como oferecer frete grátis

Apesar do nome “frete grátis”, tenha em mente que alguém sempre vai pagar pela entrega, seja o lojista ou cliente. Por isso, antes de definir qualquer ação oferecendo frete gratuito é preciso [descobrir se o ticket médio da sua loja virtual permite a gratuidade dos envios.](#)



Resumidamente, o ticket médio é o valor gasto por cada cliente na sua loja virtual. O valor pode ser obtido dividindo o faturamento total da loja pelo número de vendas realizadas durante um determinado período (semanal, quinzenal, mensal, trimestral).

Para facilitar, vamos supor que em um mês o seu negócio gerou um faturamento de R\$ 50 mil com um total de 488 vendas.

Ex.: Faturamento total ÷ Número de Vendas
R\$ 50.000 ÷ 488 = 102,45

Feito o cálculo, é possível perceber que os clientes gastam uma média de 102,45 por compra. Mas o que eu faço com essa informação? Primeiro tenha em mente que o ticket médio serve de parâmetro para que você consiga traçar estratégias de frete gratuito e outras campanhas promocionais sem comprometer a margem de lucro da sua loja virtual.

Para oferecer a entrega gratuita sem alterar o faturamento você pode elevar em 10% o preço dos produtos. Lembre-se que esse exemplo é apenas uma referência, o valor exato vai depender do volume de vendas da sua loja online.

É normal que pequenos e médios e-commerces nem sempre possam oferecer frete grátis em todos os itens da loja ou o ano inteiro. Se esse for o seu caso, a recomendação é que a estratégia seja usada como uma vantagem promocional, por exemplo, em datas comemorativas - **como Black Friday** - ou outras oportunidades identificadas pelo lojista.

Confira 6 dicas para aplicar ações de frete grátis na sua loja virtual:

1

Kit de produtos (com o valor do frete diluído no preço final)



3 calças por
R\$ 199,00
+ Frete grátis

2

Frete gratuito acima um determinado valor (aumentando o ticket médio da loja)



Ganhe frete grátis nas
compras a partir de
R\$ 300,00

3

Frete grátis por região (envios para locais com frete mais baixo)



Frete grátis para as regiões Norte e Nordeste

4

Por região e acima de um determinado valor



Frete grátis para as regiões Sul e Sudeste nas compras acima de

R\$ 200,00

5

Frete grátis promocional em datas comemorativas



Dia do Rock +

FRETE GRÁTIS

em todo o site

6

Frete grátis em apenas uma categoria específica da loja virtual



Linha de cuidados

PET

com frete grátis

Frete fixo também é uma boa estratégia para o e-commerce

O ticket médio também deve ser considerado ao **pensar em estratégias de frete fixo**. Uma alternativa é mapear o custo médio do frete de cada região e depois cruzar esses dados com o volume de vendas mensal e valores dos produtos vendidos.

Com essas informações em mãos, você terá uma média dos custos com entregas para aquela área e **pode definir um valor de entrega viável para o negócio**.

Da mesma forma que acontece com o frete grátis, **o frete fixo também pode ser adotado em situações específicas**, com objetivo de **aumentar o volume de vendas**. Além disso, é indicado que sejam consideradas as regiões para onde os envios são mais baratos, para evitar prejuízos para o lojista.



Como funciona o frete nos marketplaces

Boa parte das plataformas de marketplace oferecem soluções de envio integradas. Mas cada empresa tem suas próprias regras em relação ao tipo de mercadorias, tamanho e pesos que podem ser transportados.

Mesmo em marketplaces com soluções de logística interna, se o produto comercializado não seguir as condições, o seller (vendedor) deverá configurar o frete por conta própria e garantir que a encomenda chegue até o destinatário.

Por isso, é comum encontrar anúncios no Mercado Livre com a opção de frete a combinar. Quando acontece uma

situação assim, o vendedor precisa calcular o frete e repassar o valor para o comprador.

É importante destacar também que em alguns casos as taxas e comissões cobradas para utilizar esses serviços de entrega próprios dos marketplaces podem elevar o valor do envio. Se a plataforma que você usa não possui um serviço de entrega ou se você está procurando alternativas mais vantajosas, é possível contratar o frete por conta própria.

Nestes casos, o vendedor fica responsável por calcular o frete, informar os prazos e valores para o cliente



e providenciar o envio das mercadorias vendidas. Dependendo da plataforma, também é possível fazer o upload de uma tabela com os valores dos fretes.

Se você ainda não tem muita experiência no assunto, montar uma tabela de frete manualmente parece um pouco complicado, né?! A boa notícia é que utilizando o **Gerador de Tabelas do Melhor Envio** você não precisa perder tempo preenchendo manualmente as informações de envio para cada região. Em poucos minutos você consegue personalizar tabelas de frete e fazer o download do arquivo.

Confira as tabelas de frete disponíveis no Melhor Envio:



[ME Explica | Como gerar tabelas de frete do Melhor Envio para marketplaces](#)

amazon

Você pode [gerar tabelas específicas](#) de acordo com o volume de cada pacote ou com as modalidades de entrega disponíveis (expressa ou econômica). E por fim, [fazer a integração dos serviços do Melhor Envio com a sua loja na Amazon](#).

B2W

No caso da [B2W Marketplace](#) só é possível montar apenas tabelas de contingência, usadas quando os produtos vendidos não são contemplados pelo serviço B2W Entrega.

VTEX

Essa tabela é uma das mais simples de criar, pois não tem muitas especificidades. Depois de baixar o arquivo, basta fazer o [upload dele dentro da plataforma VTEX](#).

melhor
envio

Pode ser usado tanto como tabela de contingência, caso aconteça algum problema com a API da sua loja virtual, por exemplo, ou em marketplaces que **não possuam tabelas próprias**.

Passo a passo para gerar tabelas de frete pelo Melhor Envio

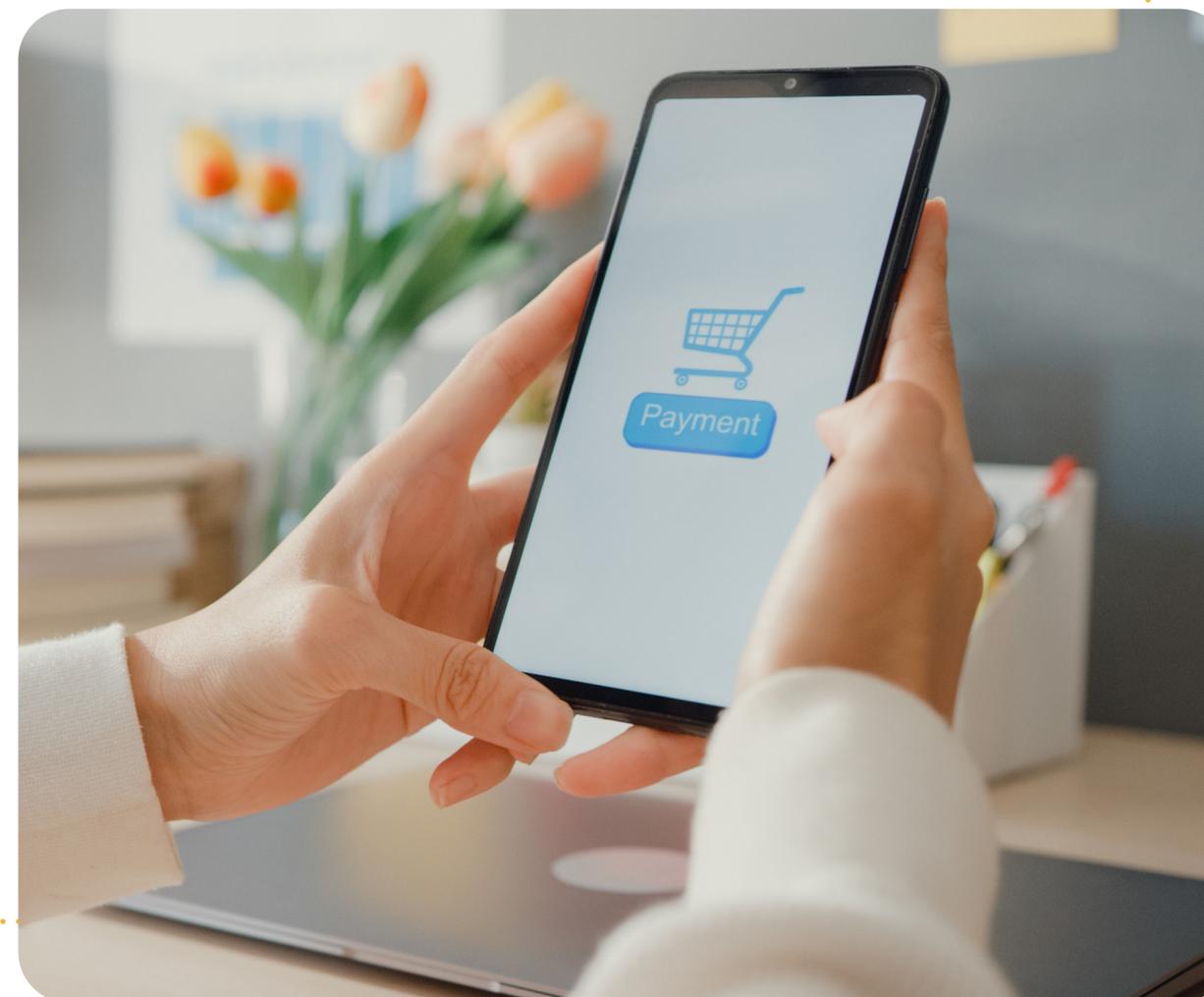
- 1 Vá até a aba “Integrações” e acesse “Gerador de tabelas”.
- 2 Escolha um dos modelos de tabelas disponíveis e preencha as informações básicas: um nome de “Identificação de tabela” e “CEP de origem”. Se for necessário, você pode incluir informações extras, como prazo, embalagem e preço.
- 3 Para finalizar, defina a transportadora e a modalidade de frete (Sedex, PAC, etc). Feito isso, é só clicar em “Gerar tabela”.

Você pode fazer a integração da tabela gerada pelo Melhor Envio com as plataformas de marketplace parceiros ou usá-la como uma fonte de consulta. Como os valores já estão pré-determinados, é só olhar o preço do produto na tabela e repassar o valor aos clientes.

Quem paga o frete no marketplace?

Uma dúvida que muitos lojistas possuem é quem paga o frete do marketplace, o seller ou os donos das plataformas?

Depende de cada marketplace. Em alguns casos, o custo do envio é cobrado integralmente do vendedor. No entanto, algumas empresas trabalham com tabelas de descontos progressivos de acordo com o volume de vendas dos lojistas. Por isso, antes de escolher uma plataforma, vale a pena ficar de olho para descobrir como funciona a cobrança do frete! Agora, se você decidir contratar o frete de forma independente do marketplace, os custos dos envios ficam por sua conta.



Cuidado com o prazo de entrega nos marketplaces

Lojistas que vendem via marketplace, principalmente aqueles que operam com o sistema de distribuição cross docking ou com [serviço fulfillment](#), por exemplo, precisam ficar atentos ao prazo de entrega. Nesses tipos de operações, a encomenda é enviada para a casa do cliente de um centro de distribuição. Ao informar o prazo de entrega para o consumidor, considere o tempo que a encomenda vai demorar para ser despachada pelo centro de distribuição, isso evita muitas frustrações.

Mesmo aqueles lojistas que contam com estoque próprio devem ter atenção aos prazos informados, já que atrasos nas entregas e reclamações podem resultar em punições aplicadas pelos marketplaces.



Frete para quem vende por redes sociais

Números divulgados pela Comscore revelam que, em toda a América Latina, o Brasil é o país que mais usa aplicativos de redes sociais. Cerca de 88% da população acessa o **Youtube, Facebook, WhatsApp, Instagram, Pinterest** e outras mídias. Além disso, segundo uma pesquisa da All iN | Social Miner, cerca de 37% dos consumidores brasileiros compraram mensalmente por meio desses canais, ao longo do primeiro semestre de 2021.

Os dados mostram que as empresas que ainda não utilizam o potencial vendas das redes sociais estão desperdiçando uma excelente oportunidade de impulsionar os negócios e construir uma presença sólida na internet. Afinal, muitos leads levam em consideração avaliações e recomendações

em mídias sociais e no Google antes de tomar uma decisão de compra. Para ajudar você, que pretende vender ou anunciar a sua marca nas redes sociais, separamos alguns conteúdos que podem ajudar bastante. Confira:

 [Descubra como usar o Facebook Marketplace para aumentar suas vendas.](#)

 [Como criar um catálogo de produtos para vender no WhatsApp Business.](#)

 [Veja como cadastrar sua loja no Instagram Shopping.](#)

 [Como usar o TikTok para vender no seu e-commerce.](#)

A facilidade de vender pelas redes sociais é muito grande, mas alguns empreendedores acabam esquecendo do frete. Ao contrário dos marketplaces e lojas virtuais, as redes sociais ainda não oferecem integrações automáticas de cotação de frete. Por isso, você precisa fazer o cálculo manualmente toda vez que um cliente entrar em contato.

Outra solução é enviar o [link da Calculadora de Fretes do Melhor Envio](#) para o consumidor fazer a cotação ou apenas confirmar o valor cobrado pelo vendedor. Porém não esqueça de informar as dimensões e peso do produto.

Definir um **preço de frete fixo por produto** também pode ser uma opção viável. Por exemplo, camisetas com frete fixo de R\$ 10 (por unidade) ou capinha de celular com frete fixo de R\$ 2 (por unidade).

E, mais uma vez, a tecnologia está pronta para ajudar! Se você vende pelas redes sociais e quer simplificar a gestão de entregas, conheça a funcionalidade [Meus Links de Frete do Melhor Envio](#), especialmente desenvolvida para empreendedores que realizam vendas via redes sociais (como Instagram, WhatsApp, blogs, etc) ou em outros locais que ainda não tenham integração com o a plataforma.

CAPÍTULO 4

Pós-venda e rastreamento dos objetos

Um dos principais desafios do e-commerce é vencer a desconfiança dos consumidores. Para criar um bom relacionamento, passar mais confiança e garantir a satisfação dos clientes, é fundamental manter a comunicação após a finalização da compra.

Você não precisa esperar a encomenda chegar até o destino final para iniciar o atendimento pós-venda. Na verdade, você deve entrar em contato com o cliente logo após a confirmação de pagamento do pedido.

Esse primeiro contato faz parte do atendimento pós-venda ativo, no qual o lojista antecipa as dores do cliente e eventuais problemas durante a jornada de compra. Aproveite esse momento para enviar e-mails transacionais de confirmação de pagamento, informando o prazo de entrega ou com a nota fiscal do produto, por exemplo. Adotar um atendimento pós-venda ativo, se colocando à disposição antes mesmo de qualquer eventualidade, ajuda a conquistar a confiança do consumidor.

Outra forma de passar mais credibilidade é investir no pós-venda receptivo, disponibilizando canais de atendimento que permitam ao cliente entrar em contato com e-commerce para sanar dúvidas, fazer alguma reclamação ou elogio, se for o caso.



Um ponto que também precisa ser considerado durante o pós-venda são pedidos de troca ou devolução. Segundo um levantamento feito pela Invest, cerca de 30% dos itens vendidos no comércio eletrônico são devolvidos. Então se a sua loja virtual ainda não possui um plano de ação sólido de [logística reversa](#) é hora de começar a desenvolver um.

Assim, você saberá como agir quando a encomenda precisar fazer o caminho de volta. Lembre-se que os custos deste tipo de envio são por conta do lojista, logo, estar preparado financeiramente para arcar com essas situações evita prejuízos.

O ideal é montar um plano de ação focado em agilizar os processos:

- 1** Repasse, o quanto antes, as informações sobre a troca ou devolução para o cliente, deixando claro o que é preciso fazer para enviar o produto de volta.
- ↓
- 2** Depois de receber a solicitação de devolução, faça a cotação do frete e compartilhe a etiqueta de logística reversa para que o cliente faça a impressão e realize a postagem do pacote.
- ↓
- 3** Estabeleça políticas de [troca e devolução](#) para a sua loja virtual e deixe essas informações bem visíveis dentro do site.

Lembre-se que a logística reversa exerce um papel muito importante na experiência do cliente com a sua marca e não deve ser deixada de lado. Usando a solução de logística reversa do Melhor Envio você consegue enviar a mercadoria de volta para o seu e-commerce com a mesma praticidade de um envio comum.

Rastreo de encomendas e acompanhamento das entregas

Por fim, mas não menos importante, está o rastreo de encomendas. Tanto nos envios diretos quanto na logística reversa, é essencial enviar o código de rastreo para o consumidor. Assim, você e o cliente conseguem acompanhar o pedido durante o transporte.

Inclusive, é importante que os lojistas fiquem bem atentos ao processo de entregas. Dessa forma, se houver algum problema durante o percurso, como furtos, roubos ou avarias, por exemplo, você pode buscar soluções o quanto antes.

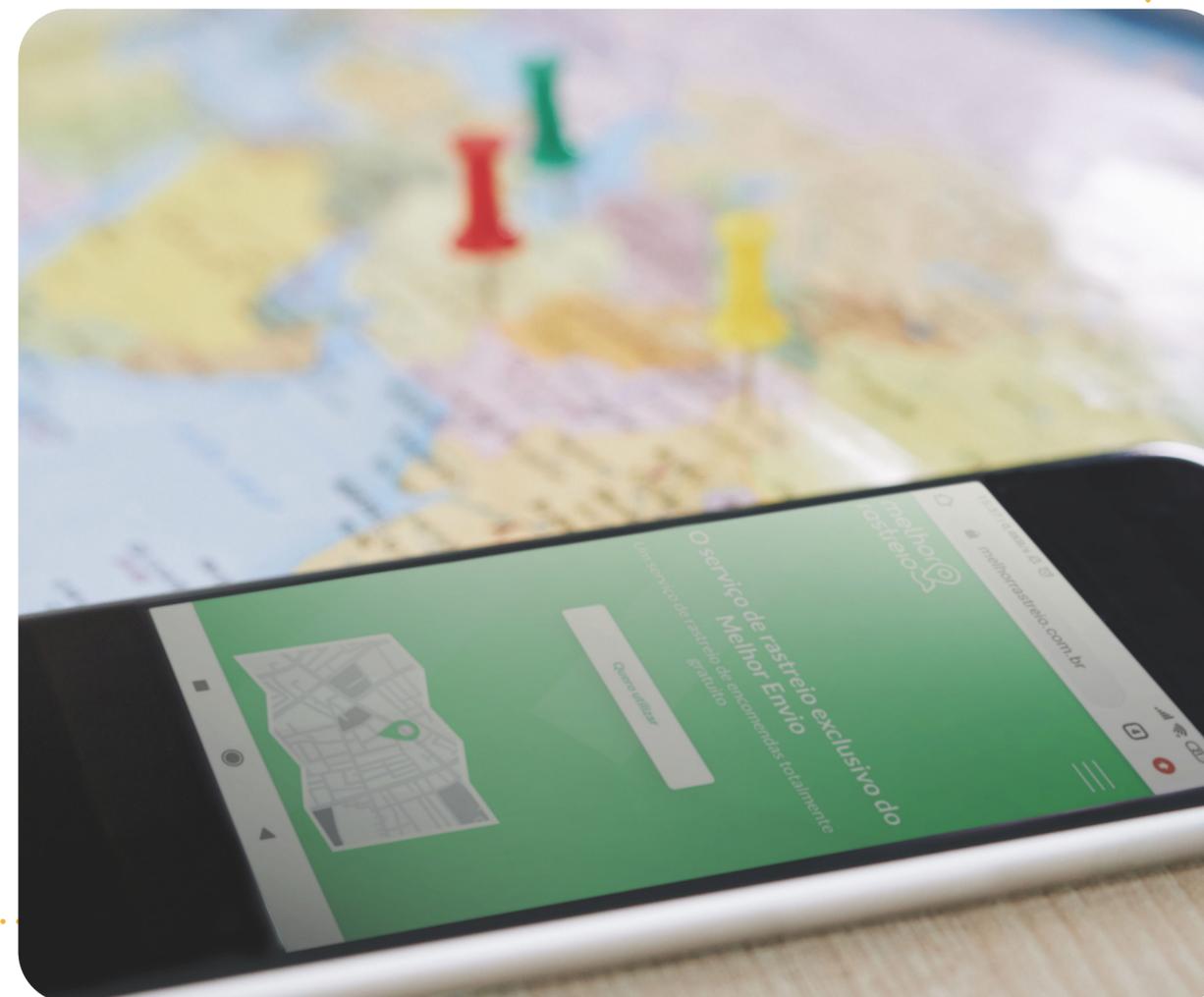
Ah, e seja sempre transparente com o consumidor! Se perceber que aquela entrega vai passar do prazo informado, entre em contato com o cliente, explique o problema e mostre que está fazendo o possível para que ele receba o produto comprado o mais rápido possível.

Se você utiliza os serviços de mais de uma transportadora, é preciso gerar os códigos de rastreo com cada uma delas, e depois repassar ao cliente. Para evitar esse trabalho extra,

you can use [Melhor Rastreo](#), a free tool developed by Melhor Envio that centralizes tracking codes from all shipments generated on the platform in one place.

You can **register and track tracking codes** generated by **Correios, Jadlog, LATAM Cargo and Azul Cargo Express**. It is also possible to create email alerts so that you and the client can track the movement of the order.

Attending to customer needs and being available before, during and after the sale increase the chances of that person returning to buy in your virtual store, making positive reviews or recommending your brand. In addition, it inspires more confidence, as you show concern in all stages of the process.

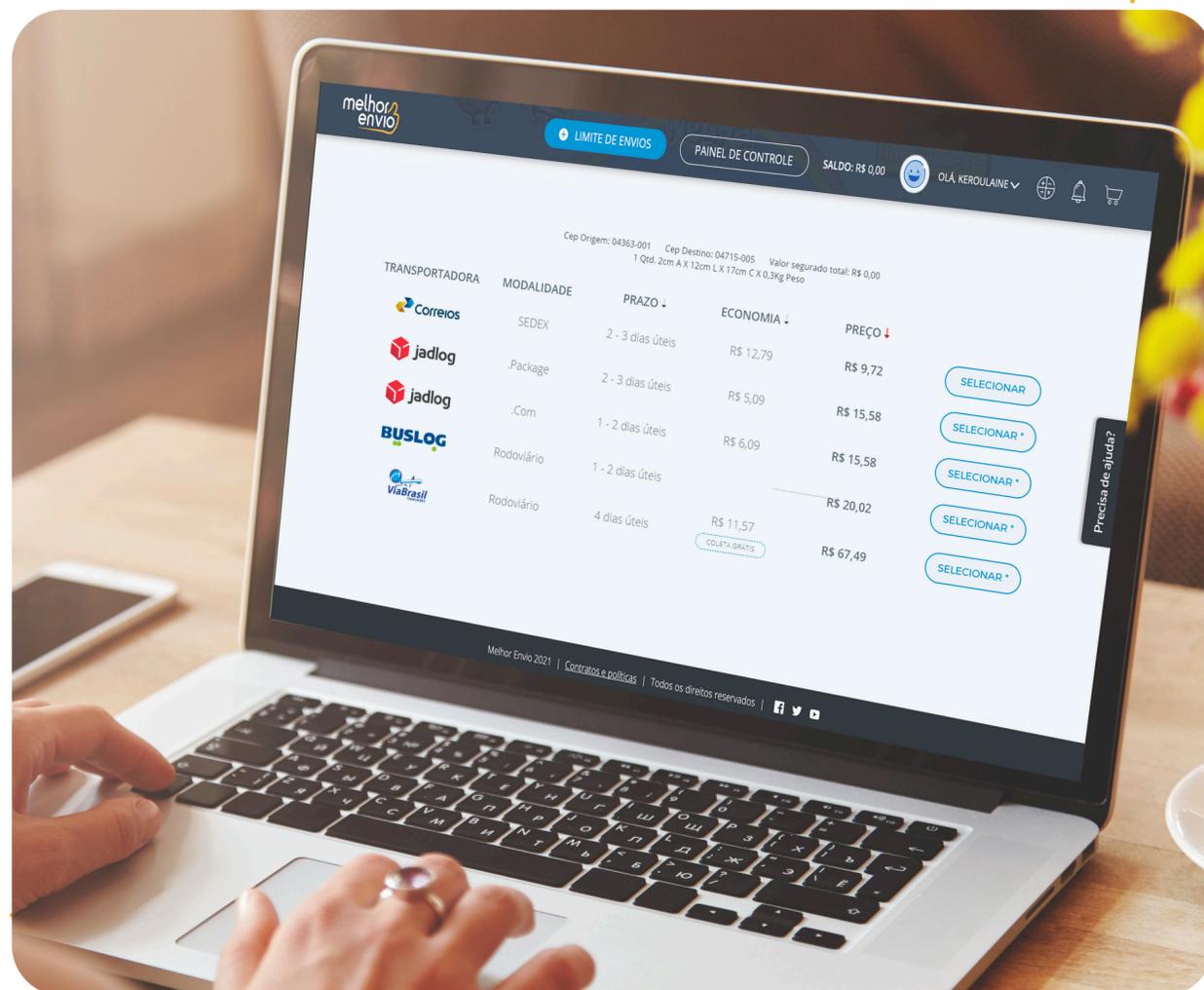


CAPÍTULO 5

Conheça o Melhor Envio

E economize até 80% no valor do frete

Ao longo do material, você conseguiu ter uma amostra de alguns serviços 100% gratuitos oferecidos pelo Melhor Envio. Mas calma, ainda não acabou! Conheça outras ferramentas e serviços para você economizar tempo e dinheiro:



Calculadora de fretes

Com a calculadora de fretes do Melhor Envio, você só precisa inserir as informações do envio (CEP, peso e dimensões do pacote) para visualizar cotações simultâneas de várias transportadoras.

Em menos de um segundo, você recebe todas as cotações disponíveis. Depois, basta escolher a mais vantajosa e gerar a etiqueta de frete, tudo isso sem sair da plataforma.

Mas a Calculadora de Fretes vai muito além da praticidade! Ao contratar os serviços de entrega com o Melhor Envio, os lojistas encontram condições exclusivas com fretes mais baratos, aumentando o potencial competitivo do seu negócio!

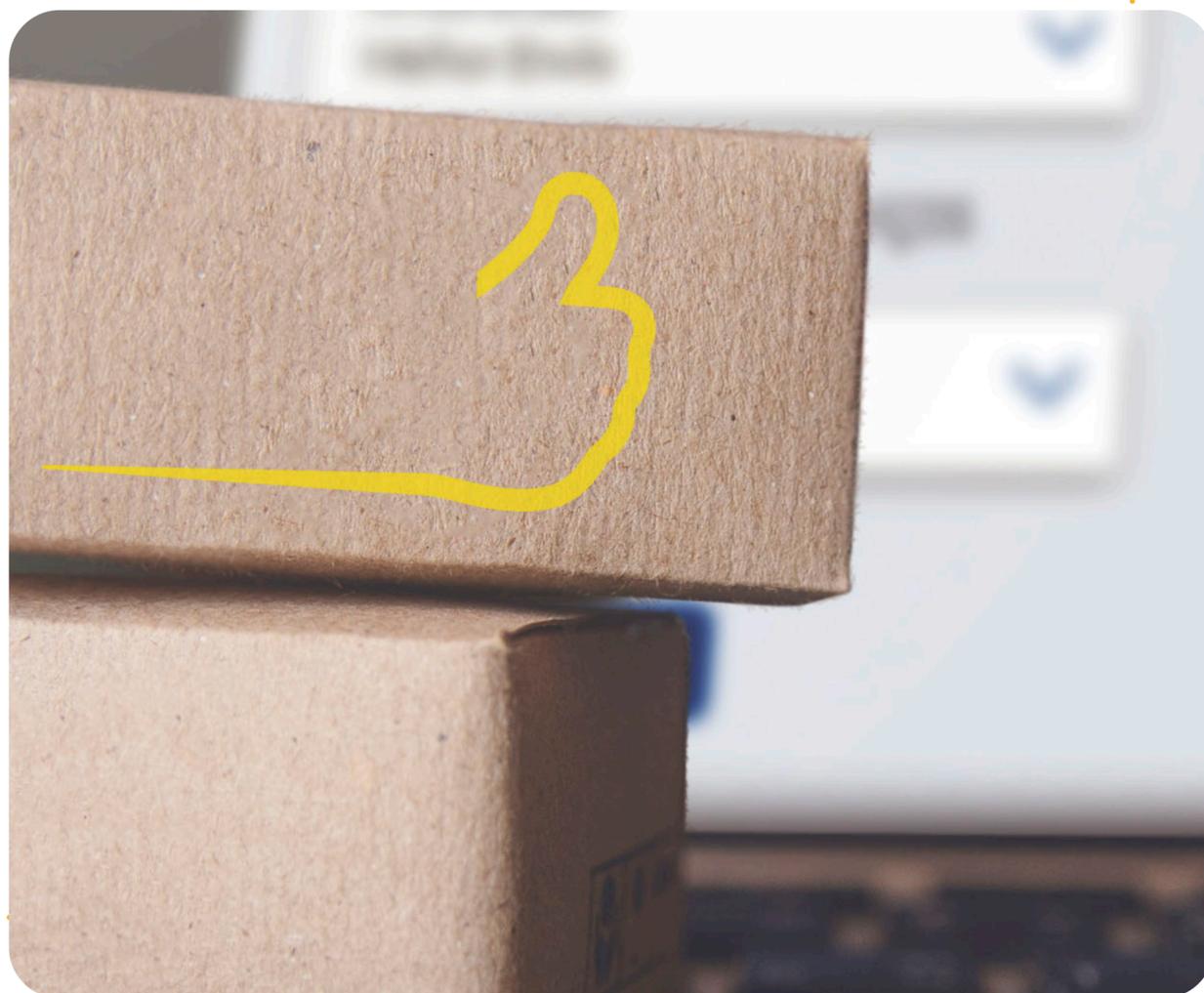
melhor
ponto



Melhor Ponto

É mais um serviço gratuito, disponível em determinadas regiões. [O Melhor Ponto](#) funciona como um centralizador de encomendas onde os clientes do Melhor Envio podem deixar pacotes de diferentes transportadoras parceiras em um só local.

Basta deixar as mercadorias (embaladas) no Melhor Ponto que elas serão coletadas pelas transportadoras parceiras e, posteriormente, despachadas. E o melhor, os clientes recebem 10% de cashback sobre o valor do frete.



Integrações

O Melhor Envio possui [mais de 40 integrações com as principais plataformas de marketplace, e-commerce, hubs e ERPs](#) do mercado. Você também pode oferecer os fretes do Melhor Envio diretamente na sua loja virtual de desenvolvimento próprio. Usando a nossa [API pública](#) é possível realizar a integração e fazer cotações diretamente no seu site.

Finalizada a integração, você não precisa ficar preenchendo as informações das entregas manualmente e ganha tempo graças aos processos automatizados.

Com o Melhor Envio você simplifica a logística do seu e-commerce e ainda recebe **descontos de até 80% nos fretes**.

E o melhor de tudo, você paga **apenas pelas etiquetas de frete que contratar**, sem taxas adicionais, mensalidades ou pegadinhas. Ah, e sem a obrigação de enviar um número mínimo de pedidos, como acontece quando você fecha contratos diretamente com as transportadoras.

O que você está esperando? Acesse o Melhor Envio e [faça do frete um aliado do seu negócio](#).



Guia prático do frete para e-commerce

Produção

Melhor Envio

Coordenação

Stela Torres

Redação

Lucimara Leandro

Edição

Lívia Antunes

Planejamento gráfico e diagramação

Kerou de Avila

Direção de Criação

Lucas Zavagli

melhor envio

 comercial@melhorenvio.com

 www.melhorenvio.com