

SEBRAE SP

Oportunidade para o Dia das Mães

Como sua empresa pode vender mais no **Dia das Mães?** Conheça as dicas que o Sebrae-SP preparou especialmente para você!

Loja organizada atrai mais clientes

Sua loja pode ter maior frequência de visitação se:

Acesso:

- Tiver portas amplas, entrada livre;
- Garantir acessibilidade a cadeiras de rodas/carrinho de bebê.

Layout:

- Evitar barreiras físicas que dificultem a circulação ou a visualização dos produtos;
- Criar um fluxo lógico de circulação.

Comunicação visual interna:

- Aliar design e simplicidade;
- Informar, sinalizar, motivar, decorar.

Ambientação:

- Proporcionar conforto: temperatura e aromatização;
- Decoração temática com iluminação adequada;
- Se utilizar som ambiente, seja agradável a todos os gostos.

Veja as dicas detalhadas nas páginas 02 e 03.

Além do básico

Vá além das mídias tradicionais como rádio, jornal, TV, revistas e outdoor expondo sua empresa com baixo custo ou mesmo custo zero; use e abuse da criatividade:

- Envolva-se com a comunidade;
- Participe de clubes e associações;
- Faça divulgação boca a boca;
- Prepare mailing list/cadastro;
- Faça cartazes externos;
- Distribua volantes e folhetos;
- Use outdoor móvel: “carretinha”;
- Use balões e dirigíveis;
- Monte display “Take One”;
- Faça painéis;
- Use faixas;
- Use serviço de som e sistema de som;

Saiba mais na página 04.

Importância do bom atendimento

Atrair e manter clientes: um desafio permanente seu e de sua equipe, independente da ocasião. Fique atento ao comportamento dos clientes para fortalecer ainda mais os pontos positivos de sua empresa. São detalhes operacionais percebidos pelo seu público:

- Atendimento integrado;
- O cliente tem nome;
- O cliente quer ser percebido e valorizado;
- O cliente quer ter sua opinião considerada;
- O cliente gosta de sentir firmeza nas colocações de quem vende;
- Conheça bem seus concorrentes, pois seu cliente os conhece;
- Se você errou, assuma;
- Seja simpático, amável e cortês;
- Seja profissional todo o tempo;
- Pós-venda.

Mais detalhes na página 04.

O que você deve considerar para organizar sua loja e atrair mais clientes

01

Fachada: Explore a área frontal da loja: muros, paredes, luminosos, iluminação, etc. Atenção especial às cores, luminosos e letreiros. Valorize o significado da data utilizando o espaço com criatividade.

02

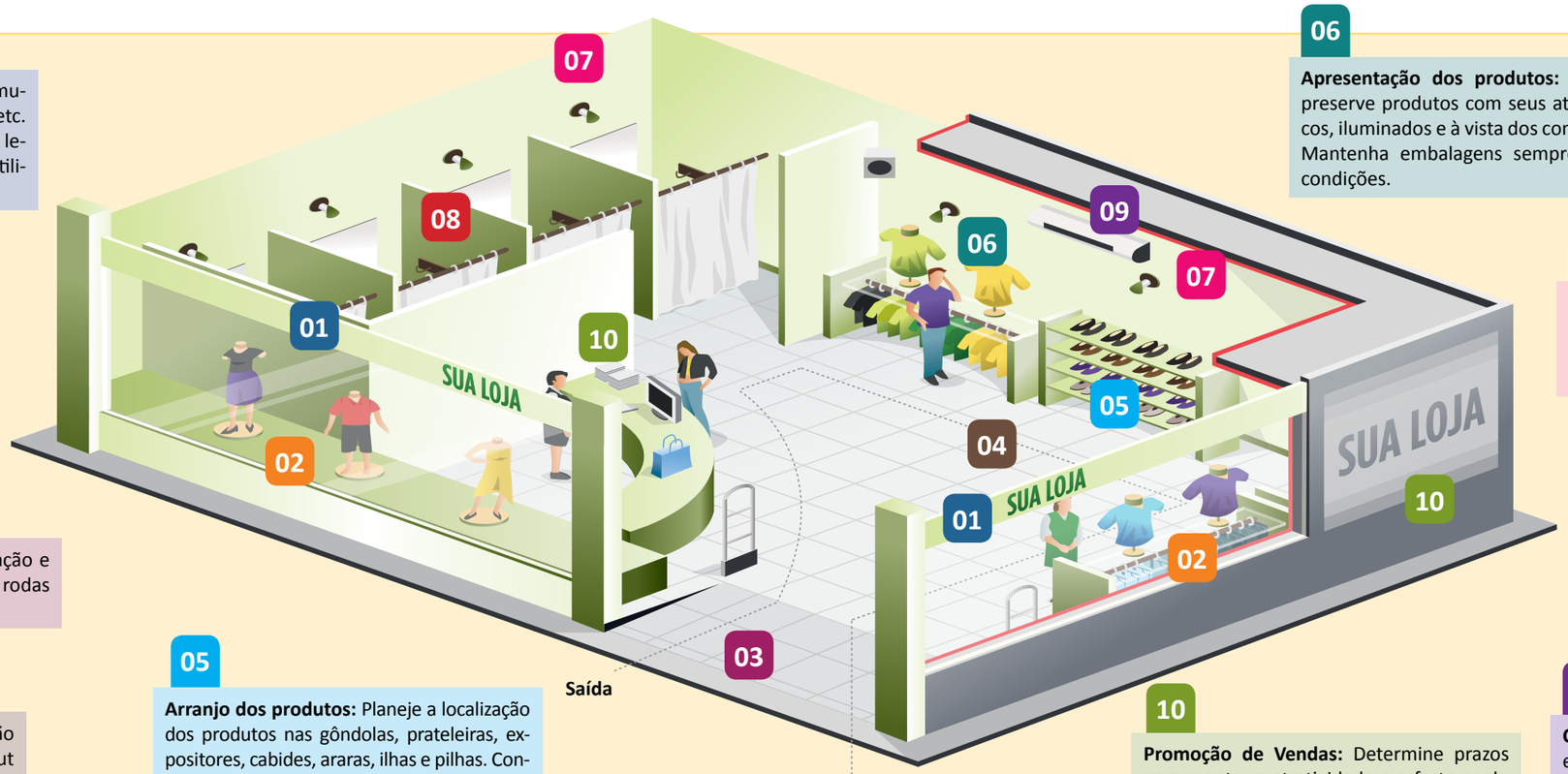
Vitrine: Elemento mais importante para atrair consumidores. Uma vitrine tem 30 segundos para provocar o interesse, despertar o desejo e levar à ação. Ouse na composição da vitrine, mas evite excessos para não gerar poluição visual.

03

Acesso/mobilidade: Facilite a circulação e o acesso de clientes e de cadeira de rodas com instalação de rampas.

04

Layout: Livre circulação permite a visão plena da loja aos clientes. Planeje o layout a partir da porta de entrada e evite obstáculos e bloqueios visuais.



05

Arranjo dos produtos: Planeje a localização dos produtos nas gôndolas, prateleiras, expositores, cabides, araras, ilhas e pilhas. Considere características físicas: tamanho, peso, cor, numeração e a necessidade ou não de cuidados especiais como refrigeração.

06

Apresentação dos produtos: Exponha e preserve produtos com seus atributos físicos, iluminados e à vista dos consumidores. Mantenha embalagens sempre em boas condições.

07

Iluminação: Use a iluminação artificial e natural internas para destacar mercadorias, decorar espaços especiais e acompanhar o estilo e a personalidade da loja.

08

Provadores: Fundamentais para incentivar as compras, devem ser bem iluminados, climatizados e com segurança necessária para o cliente poder experimentar/provar mercadorias.

09

Climatização: A temperatura ideal situa-se entre 22°C e 26°C. Isso reflete diretamente no tempo de permanência do cliente no interior da loja e, por extensão, no volume de vendas.

10

Promoção de Vendas: Determine prazos para manter a atratividade e o forte apelo da oportunidade. Incentive e divulgue para o público-alvo com comunicação interna e externa uniformizada.



Quer vender mais no Dia das Mães?

1 - Kits promocionais: As pessoas gostam de conjuntos prontos como um combinado ou um kit promocional. Faça kits por grupo de produtos, por faixa de preço, por perfil de mãe: conservadora, moderada, arrojada. Assim, você poderá incrementar suas vendas sem aumentar seus custos de divulgação.

2 - Parcerias com o comércio local: Já pensou em fazer parceria com a floricultura? Que tal promover um desfile de moda? E montar um kit promocional com uma loja de bijuteria ou de calçados?

3 - Embalagem: Extremamente necessária e vital. Uma forma de comunicação constante e direta com o seu consumidor/cliente. Tenha embalagens pré-prontas para facilitar o pacote e embalagens especiais e diferentes para cada data específica.

4 - Vale-presente: Comprar presente não é uma tarefa fácil. Que tal então oferecer um vale-presente para facilitar a tarefa do comprador e do presenteado?

5 - Extensão de horários: Observe o comportamento de seus clientes e se necessário estenda o horário de funcionamento de sua loja. Além da nova clientela, possivelmente fidelizará a já existente.

6 - Brindes: Um brinde alegra, promove, facilita a venda e ainda faz o cliente carregar sua marca onde quer ele esteja. Oferte-os também como vantagem extra e dê desconto para compras acima de determinado valor. É uma ótima maneira de atrair mais clientes.

7 - No caixa: Facilite o pagamento. Aceite cartões de crédito. Mais pessoas comprarão de sua empresa e considerarão conveniente fazer negócios com você.

8 - Redes sociais e SMS: As redes sociais com maior audiência são as mais usadas e indicadas para empresas – Twitter, Facebook, My Space, Pinterest, Orkut, YouTube, Flickr, Linked in.

O que você está fazendo nas redes sociais? Promova a data. Escreva um texto sobre o Dia das Mães. Convide seus seguidores para visitar a loja virtual. Convide também para a loja física e dê uma senha para garantir um brinde ou um desconto especial.

SMS: De baixo custo, é uma forma rápida, dirigida e prática de comunicação com seu cliente para divulgar data comemorativa, ação de promoção, cupons de descontos e outros.

9 - Atendimento geral: Facilite a circulação dentro da loja. Organize a fila do pacote. Preocupe-se com o caixa. Não deixe nada para última hora. Faça um check-list dos equipamentos antes de abrir o estabelecimento.

Seu funcionário é mais importante do que você pensa.

Gere e conquiste a confiança da equipe

Alcançadas as metas, pague os brindes e gratificações com prazer, vibre com o vendedor, faça parte dessa conquista e cumpra o prazo para pagamento de comissões.

Reconheça e diga sempre o quanto sua equipe é importante para você e para a empresa

Verdadeiros líderes reconhecem as vitórias, vibram com as conquistas, participam das realizações.

Dê feedbacks positivos

Quando um bom vendedor erra e perde uma venda, ele é criticado; quando vende muito às vezes nem recebe um simples parabéns. É preciso reconhecer os acertos mais que os erros.

Dê incentivos aos seus vendedores

Parta da ideia que é muito melhor vender mais e a empresa ganhar 90% do lucro, por exemplo, do que vender bem menos e ganhar 100%. Surpreenda sua equipe com incentivos extras, algo que não era esperado por eles.

Proponha metas reais

Algumas empresas colocam metas irreais para a realidade do mercado.

Os empresários ou gerentes querem muitas vezes que os vendedores “quase” alcancem as metas.

Assim, a empresa venderá bastante e não precisará conceder os brindes propostos. Que ideia mais infantil! Trace metas reais, que incentivem o crescimento de cada um.



Incremente sua divulgação

Envolvimento com a comunidade: Participe dos acontecimentos do seu bairro/cidade. Sendo uma pessoa conhecida, você passará a ser "fulano de tal" da empresa X. A médio e longo prazo sua caixa registradora vai refletir sua popularidade.

Participe de clubes e associações: novos amigos se tornam novos clientes.

Divulgação boca a boca: peça indicação de outros clientes aos já habituais.

Mailing list/cadastro: Faça uma relação de clientes com fichas, cadernos ou no computador desde o inicio do negócio. A clientela cativa recomenda seu negócio espontaneamente. Quanto maior o cadastro, maior o lucro com a clientela cativa. Se ainda não fez, comece agora mesmo.

Cartazes externos: Podem estar perto ou longe da empresa (por ex.: pontos de ônibus ou táxi).

Volantes: Custo baixo. São versáteis, de fácil distribuição e muito úteis para veicular informações rápidas.

Folhetos: Mais detalhados, não estão limitados pelo espaço de tempo e são bastante úteis para informações gerais.

***Outdoor móvel:** Com dimensões menores que o outdoor comum, é uma "carretinha" puxada por automóvel. Estude bem o roteiro para adequá-lo às suas necessidades.

***Balões e dirigíveis:** Ajudam a diferenciá-lo da concorrência e aumentam o tráfego de pessoas na loja em eventos especiais.

Display "Take One": Pode ser de alto impacto e de baixo custo. Coloque-os em locais frequentados pelos seus clientes e avalie o grau de interesse deles.

Painel: A sua mensagem mais durável.

***Faixas:** Sempre. Qualquer hora.

***Serviço de som:** Mídia muito comum no interior e em bairros periféricos das grandes cidades.

***Sistema de som:** A emissora de rádio ao ar livre.

Placas de sinalização de rua, lixeiras e bancos de praças públicas, recuperação de monumentos públicos: Sempre com a presença da marca/logotipo da empresa patrocinadora.

Além disso, sua empresa terá sempre uma boa imagem junto à comunidade e poderes públicos locais.

*** Nos itens outdoor móvel, carretinha, faixas, serviços de som, sistema de som, balões e dirigíveis verifique sempre com os órgãos públicos a necessidade de autorização especial.**

Aperfeiçoe seu atendimento

Atendimento integrado: do balconista ao proprietário, faça do atendimento geral aos seus clientes algo uniforme.

O cliente tem nome: apresente-se ao seu cliente e chame-o pelo nome. No retorno, demonstre que já o conhece e que ele é bem-vindo. É uma forma simples e eficaz para conquistar e manter clientes.

O cliente quer ser percebido e valorizado: seja exclusivo ao seu cliente, ouça-o com cuidado, identifique suas necessidades e demonstre interesse real em atender às suas demandas.

O cliente quer ter sua opinião considerada: não discuta com o cliente, o importante é vender, não é ter razão na conversa.

O cliente gosta de sentir firmeza nas colocações de quem vende.
Conheça todas as características dos produtos que sua empresa vende. O atendente deve saber tudo sobre aquilo que oferece.

Conheça bem seus concorrentes, seu cliente os conhece.
Faça tão bem quanto eles, ou melhor, se puder. Seus concorrentes são seu referencial de melhoria.

Falhas acontecem; se errou, assuma.
Demonstre que você lamenta e que está pronto para ajudar. Encobrir erros pode encerrar relacionamentos para sempre.

Seja simpático, amável e cortês.
Em todos os momentos você e sua equipe são a imagem total da sua empresa.

Tenha imparcialidade, seja justo e profissional todo o tempo.
Importante também não priorizar amigos e familiares em detrimento de outros clientes.

Pós-venda: o atendimento continua no pós-venda, nas datas comemorativas seja pró-ativo.

Quer saber mais? Acesse:

http://sebr.ae/sp/vendamelhor | **http://sebr.ae/sp/InovaLoja**

0800 570 0800 | www.sebraesp.com.br | facebook.com/sebraesp
twitter.com/sebraesp | flickr.com/sebraesp | youtube.com/sebraesaopaulo