

10

**DICAS PARA SE
RELACIONAR COM SEU
CLIENTE E IMPULSIONAR
VENDAS**

“

O que é mais caro? Conquistar um novo cliente ou manter o atual? Estudos apontam que é 6 vezes mais caro conquistar novos clientes. Então porque não se relacionar melhor com os consumidores que já conhecem seu negócio de forma que ele compre mais e ainda divulgue sua empresa para sua rede de relacionamentos?

1 PESQUISA DE SATISFAÇÃO

O primeiro passo para quem quer se relacionar melhor com seus clientes é entender melhor suas opiniões e percepções. Elas podem se tratar do seu negócio (por exemplo: satisfação, qualidade, preço, localização) mas também sobre seu estilo de vida e opiniões gerais (por exemplo: hobbies, rotina diária, personalidade, orientação religiosa).

Uma ferramenta simples, porém muito eficiente é aplicar pesquisas de satisfação. Elas podem ser feitas pessoalmente, por telefone, e-mail, redes sociais, whatsapp, aplicativo, entre outros. Prepare uma pesquisa que seja simples e rápida de responder. Avalie quais são as informações principais que você quer descobrir sobre seu cliente.

2 PÓS ATENDIMENTO

Uma forma bastante simples para surpreender seu cliente e lhe dar uma chance a mais para uma venda adicional é realizar alguma ação após a venda. Alguns exemplos são: entrar em contato para agradecer pela compra e verificar se tudo ocorreu bem no uso do produto/serviço, enviar algum tipo de conteúdo relevante via dispositivos móveis, convidá-lo para eventos de lançamento de novos produtos, parabenizá-lo em seu aniversário e divulgar novidades. Mas cuidado: evite ficar enviando propagandas pois os clientes podem não gostar e passar a evitar o contato com sua marca.

3 INTERAJA COM O CLIENTE

De forma geral, os consumidores valorizam muito quando uma marca interage ativamente e de forma inteligente. Isso porque eles gostam de sentir parte de grupos e manter contato contigo pode ser uma maneira simples de atender a esse desejo. Por isso, mantenha um diálogo com seus clientes de diversas formas (pessoalmente, via internet, telefone, entre outros) e aproveite o poder de alcance das redes sociais. Cuidado para não ficar empurrando produtos para seu cliente pois ele não quer ser importunado. Faça também uso de enquetes, pesquisas, desafios, concursos, siga e converse com seus clientes nas redes sociais.

4 PERSONALIZE

Demonstre para seu cliente que ele é único. Em todas os contatos que tiver com ele, sejam pessoais ou à distância, tente personalizar sua comunicação de forma que ele perceba que não é apenas mais um. Tenha o cuidado de chamar o cliente pelo nome, enviar mensagens adaptadas para cada um e principalmente tratar de assuntos realmente relevantes para ele. Evite apenas reencaminhar mensagens prontas ou aproveitar conteúdos de terceiros. Um exemplo simples e barato de personalizar um contato de relacionamento é ligar ou enviar uma mensagem única no aniversário de seu cliente.

5 ESTIMULE A EXPERIMENTAÇÃO

Aproxime o consumidor do seu negócio. Algumas técnicas simples podem lhe ajudar a fazer isso de maneira barata e surpreendente. Ofereça algum tipo de experimentação antecipada no seu ponto de venda (caso o tenha) ou fora do momento do consumo de seu produto ou serviço. Alguns exemplos práticos são: oferecer amostras, degustações, simulações, demonstrações, testes drive, apresentar protótipo, elaborar showroom, usar óculos de realidade virtual, entre outros.

6 EXCLUSIVIDADE

Faça seu consumidor se sentir parte de um grupo exclusivo. Essa ação pode aumentar sua autoestima e lhe fazer sentir valorizado. Ofereça brindes especiais, produtos/serviços com edição limitada, compartilhe conteúdos exclusivos, o convide para eventos com participantes selecionados, permita que ele possa conhecer os lançamentos antes mesmo de torná-los públicos, entre outros.

7 TROQUE CONHECIMENTO

Mantenha seu cliente munido de conteúdo útil e relevante mesmo após sua compra. Troque conhecimento com ele através das redes sociais, whatsapp ou até mesmo pessoalmente. Se essa troca for positiva, certamente o seu cliente o verá como uma empresa confiável. Porém, se ele notar que seu interesse é apenas fisgá-lo para que faça novas compras certamente entenderá que seu negócio está mais preocupado com o lucro do que com seu relacionamento genuíno. Evite enviar propagandas e mantenha o foco no relacionamento.

8 CORRIJA OS PROBLEMAS RAPIDAMENTE

O mercado consumidor costuma valorizar muito as empresas que admitem falhas e as corrigem imediatamente. Por isso, mantenha o foco na excelência do seu atendimento e caso algo saia do normal, identifique a origem do problema, informe ao seu cliente e tome as medidas necessárias para demonstrar que seu negócio se preocupa com a satisfação de seu cliente.

9 ENTENDA O COMPORTAMENTO DO SEU CLIENTE

Dedique algum tempo para compreender as necessidades, desejos e rotinas de seus clientes. Dessa forma, certamente terá muito mais informações úteis para melhorar ainda mais seu negócio e atender o cliente adequadamente. Procure entender em quais momentos e situações seus clientes realizam compras, o que valorizam para tomar decisões, quem costumam consultar quando possuem dúvidas, quanto tempo levam pesquisando antes de comprar, entre outros aspectos.

10 PROMOVA EXPERIÊNCIAS MARCANTES

Promova momentos que saiam do tradicional. Elas costumam atrair a atenção dos seus clientes e aproximá-los ainda do seu negócio. Além de surpreendê-los, também podem ser excelentes estímulos para que ele comente sobre isso com sua rede de relacionamento. Eventos especiais de acordo com datas comemorativas ou lançamentos de produtos ou serviços, oferta de presentes ou brindes em momentos emocionais (por exemplo, no aniversário, Natal, dia das mães) podem ser úteis.

FERRAMENTA

Já que promover experiências é uma excelente forma de se relacionar com seus clientes que tal se organizar para tornar essa ação um hábito?

A tabela abaixo visa listar e organizar suas ações (atuais e possíveis futuras) de relacionamento com clientes. Preencha todas as colunas e avalie seu patamar atual e quais ações novas poderiam ser incorporadas à sua rotina. Não se esqueça de identificar se as ações se tratam de:

- Momento marcante: ação que proporcione experiências significativas para o cliente.
- Contato de verificação: ação que proporcione aproximação da empresa com o cliente.
- Ação promocional: ação que promova a marca e seus produtos ou estimule o consumo imediato.

Considere os exemplos abaixo para se inspirar em novas ações.

Ação de relacionamento com o cliente	Canal / Formato	Objetivo			Quando? / Frequência?
		Momento marcante?	Contato de verificação?	Ação promocional?	
Pesquisa de satisfação	Telefone		X		2 x mês
Newsletter	E-mail			X	1 x semana
Envio de conteúdos	Whatsapp		X		1 x mês
Aniversário do cliente	Correio	X			1 x ano
Novidades sobre as tendências	Blog			X	1 x semana
Oferta de serviços	Website			X	Diariamente
Decoração e ambientação tematizada	Ponto de venda	X			1 x mês
Amostra para avaliação	Degustação no ponto de venda			X	Aos finais de semana
Cadastro de promoções	E-mail		X		Logo após a venda

A FAMÍLIA SUPERMEI CRESCEU!

Desde sua inscrição como MEI até seu crescimento para microempresa, você poderá contar com a orientação do SEBRAE-SP para concretizar seus planos.

São três cursos elaborados especialmente para te orientar no caminho do sucesso:

SUPER
MEI PRIMEIROS
SEBRAE PASSOS

SUPER
MEI ORGANIZE
SEBRAE SEU NEGÓCIO

SUPER
MEI PRONTO
SEBRAE PARA CRESCER

Peça mais informações no atendimento.

SEBRAE
SP



0800 570 0800



(11) 97629-9269



www.sebraesp.com.br



[/sebraespsaopaulo](https://www.youtube.com/sebraespsaopaulo)



[/sebraesp](#)