

ISOLAMENTO SOCIAL? SAIBA COMO MOVIMENTAR SEUS NEGÓCIOS A DISTÂNCIA

Conheça as ferramentas de comunicação digital mais importantes e não fique parado, mas dentro de casa



WHATSAPP

Um dos melhores aplicativos de relacionamento pessoal que criaram até hoje foi o WhatsApp. Na verdade ele surgiu apenas com o objetivo de se comunicar, mas se intensificou e tomou uma escala grandiosa. A sua praticidade e escalabilidade fizeram com que essa ferramenta de relacionamento pessoal se transformasse em um poderoso canal de negócios: chamado WhatsApp Business. Quando falamos em relacionamentos, é importante ressaltar e respeitar suas bases: confiança, reciprocidade e respeito ao próximo evitando certos comportamentos que possam ser considerados inconvenientes pelos seus clientes.

- Usar o Whatsapp pessoal não é o ideal. Ter um número exclusivo para os assuntos da sua empresa vai garantir a sua privacidade, profissionalismo, organização e segurança. Tenha um número de telefone exclusivo para atender os contatos da empresa.
- O Whatsapp é um excelente canal de vendas, pense que os clientes podem utilizá-lo para solicitar produtos e serviços, encomendas, esclarecer dúvidas e muito mais. Essa é a oportunidade que você tem para ampliar seu canal de atendimento e estreitar relacionamentos.
- Utilizem, nas suas redes sociais ou site, um link direto para seu WhatsApp, assim, você facilita o contato do cliente com a sua empresa.
- Lembre-se de exercer a empatia antes de disparar um monte de mensagens pelo *whatsapp*. Pense como seu cliente gostaria de receber aquela mensagem. Tente se colocar no lugar dele, aproxime-se e explique o diferencial do seu produto. Interaja de forma simples, mas com muita atenção e sem invadir a individualidade do cliente. Lembre-se: Se sua mensagem "incomodar" o seu cliente, o resultado, provavelmente, será o bloqueio do seu número de telefone. Por isso à importância de não se misturar telefone pessoal com telefone empresarial.
- Use lista de transmissão do WhatsApp. Isso facilitará o envio de conteúdos para os seus clientes que receberão as mensagens de forma individual. Mas lembre-se, a lista de transmissão só suporta

256 contatos, caso você tenha mais do que isso, crie listagens diferentes. É válido lembrar que os contatos precisam estar registrados na agenda do celular. Sendo assim, avise ao seu cliente e peça autorização para o envio de mensagens, assim você evita maiores transtornos e não se torna indesejado.

REDES SOCIAIS

Já não podemos negar: o coronavírus dificultou a administração de uma empresa, gerando dúvidas e incertezas. Entretanto, tais incertezas estão gerando cada vez mais um posicionamento de mercado diferenciado, contando com as redes sociais como um grande aliado.

Diante do cenário em que os clientes estão praticamente reclusos em casa, as ferramentas digitais são soluções rápidas e de baixo custo.

As redes sociais estão incorporadas no dia a dia da grande maioria das pessoas e, justamente por isso, devem fazer parte da rotina da sua empresa.

Para tal, precisamos ter atenção em algumas ações de posicionamento nas Redes Sociais:

1 - Posicionamento e planejamento

Antes de iniciar a atuação empresarial em uma rede social, você precisa conhecer bem os objetivos e o perfil do público de cada canal, pense como cada Rede Social se encaixa a sua realidade empresarial.

2 - Pensando em um modelo ideal

Para cada rede social, um formato, frequência e textos diferentes. As atualizações e postagens, também são passíveis de atenção, pois para cada rede social, teremos um público alvo diferente.

3 - Seu público está lá

Poucos canais são tão eficientes para se comunicar diretamente com seu público quanto as Redes sociais, não tenha dúvidas. O principal motivo é o fato de praticamente todo seu público estar lá, a poucos cliques de você. Basta saber as estratégias corretas de se dirigir a ele. Utilize esse espaço para ouvir, interagir, disponibilizar dicas e oferecer promoções.

4 - É lá que as coisas estão acontecendo

Já faz algum tempo que as mídias sociais têm ditado as tendências do mundo e ajudado a criar novos hábitos e costumes.

5 - Acompanhar a concorrência

Nas mídias sociais você também tem como acompanhar de maneira mais clara o que sua concorrência vem fazendo e de que modo o público se comporta em seu mercado.

6 - Seu público trabalhando para você

Somente nas mídias sociais o público pode atuar como disseminador. Lá, o boca a boca é potencializado e pode gerar efeitos positivos a seu favor, principalmente nesse momento, onde todos estão conectados.

7 - Avalie seus custos

Conheça profundamente os custos da sua empresa e seja capaz de avaliar quais são aqueles imprescindíveis para manter o negócio operando, principalmente na aquisição de novas tecnologias e escolhas de plataformas.

8 - Fornecedores, seus principais parceiros

Frente aos fatos de mudança de comportamento dos consumidores, é bem provável que haja uma queda no faturamento e você vai precisar negociar com seus fornecedores um melhor prazo para cumprir seus compromissos. Essa negociação pode trazer o fôlego necessário para manter em dia aqueles gastos e despesas que não podem ser adiados.

Para finalizar, independentemente do seu posicionamento dentro de qualquer rede social, acompanhe as estatísticas das ações. Assim, conseguirá saber se suas campanhas estão sendo efetivas. Todas as redes possuem relatórios específicos com as métricas de eficiência.

INTERNET

Uma alternativa para enfrentar este momento de prevenção, cuidados e isolamento, minimizando os impactos no faturamento de sua empresa são as vendas online. Percebemos que essa é a hora de um bom posicionamento na internet, visando a disponibilização de produtos e serviços com ofertas e campanhas de aproximação comercial com vendas on line.

Uma loja virtual ou e-commerce é a escolha preferida de empresas para disponibilizar suas ofertas pela internet.

Mas engana-se quem pensa que a venda online só acontece através de e-commerces caros e com longos prazos de desenvolvimento. É possível iniciar-se no mundo das vendas online com plataformas simples e baratas (até gratuitas), que permitem que você construa e adicione facilmente seu cardápio de produtos. Outro detalhe que merece atenção é com a otimização da loja virtual (SEO) para que seus clientes possam encontrá-lo mais facilmente.

As vantagens de ter uma loja virtual:

- Mercado em constante crescimento;
- Mercado Digital INFINITO com alcance global;
- Funciona 24h;
- Custo acessível.

Veja como acontece:

Crescimento e Alcance global

Com o fechamento de diversas lojas físicas, houve o aumento e a migração para as lojas virtuais. Quando mencionamos sobre a amplitude de atuação das lojas físicas, percebemos que a área de cobertura é limitada a sua localidade ou cidade. Mas quando você tem o seu negócio on-line, o mundo inteiro é o seu mercado-alvo. A um click de distância do seu cliente!

Acesso a qualquer hora

Funcionamento dia e noite. Seus clientes não precisam esperar pela abertura da loja. Além disso, você não precisa estar presente para executar a venda. A loja online fica disponível 24 horas por dia para atender seus clientes.

Tem um custo bem inferior de uma loja física

Uma das características mais marcantes numa loja virtual é que não há necessidade de alto investimento de recursos. Não há necessidade de comprar ou arrendar uma loja ou estabelecimento comercial.

Desta forma, percebemos que alguns benefícios associados explicam a importância de uma loja virtual para o seu negócio. O comércio eletrônico está crescendo a cada ano e cada vez mais as pessoas estão comprando pela internet. Para quem tem o sonho de ter o seu próprio negócio ou ter um novo canal de vendas, **uma loja virtual pode ser uma ótima pedida!!!**

O mais importante deste momento é que você PENSE E ESTABELEÇA um objetivo para sua presença digital. É essencial que você, na figura da empresa, mantenha o profissionalismo adequado para interagir com o público.

Fonte: [Sebrae/RJ](#)

Autor: Raquel Abrantes - Coordenadora de Mercados do Sebrae/RJ

Publicado em: 23 de março de 2020