

RELATÓRIO DE INTELIGÊNCIA

NOVEMBRO-DEZEMBRO/2019



SETOR GRÁFICO



COMO SE VENDER PARA O MERCADO

Sem cliente, ninguém sobrevive. E empresários e empreendedores sabem muito bem disso. É preciso aliar conhecimento e força de vontade para conseguir obter novos resultados a cada dia. E nos dias atuais, se vender para o mercado representa um grande desafio.

Localizar clientes com perfil para adquirir sua solução deve ser superada com frequência e para gerar oportunidades de negócio valiosas é essencial o uso de algumas ferramentas visando garantir os melhores resultados para a empresa.

Segmentação de mercado

Dada a crescente oferta de produtos e serviços no mercado, a complexidade de gostos e das preferências dos consumidores e o acirramento da concorrência, as empresas estão buscando se posicionar de maneira mais eficaz na procura de oportunidades rentáveis no mercado, por meio da segmentação e da atuação em nichos de mercado mais específicos.

Cabe ressaltar que o processo de segmentação de mercado é um componente do planejamento organizacional, e que ao lado da identificação do público-alvo contribui para um melhor posicionamento da empresa, além da criação de geração de valor para os seus clientes e consumidores, ao atender de maneira diferenciada às suas necessidades e desejos.

Em suma, a segmentação de mercado tem como objetivos específicos:



propiciar o aumento de market share (participação no mercado);



possibilitar uma valorização da imagem da empresa;



buscar constantemente o aumento das vendas tanto em unidade de produtos quanto em receita.

Entender o mercado de atuação

Entender o mercado, a situação atual da sua empresa e conhecer seus concorrentes é fundamental para encontrar os benefícios certos para adequar seus produtos e serviços ao(s) perfil(is) de cliente(s) que deseja conquistar.

Faça uma análise **SWOT** para identificar forças, fraquezas, oportunidades e ameaças, visando identificar quais são as suas vantagens competitivas no mercado.

E para ajudar a ter um bom entendimento do seu mercado/nicho de atuação, considere também:

- » *analisar as soluções dos concorrentes visando auxiliar o desenvolvimento da inteligência competitiva para o seu negócio;*
- » *definir onde está seu maior potencial de oportunidades, identificando para onde você deve direcionar seus esforços para ter os melhores resultados;*
- » *ter um bom entendimento da sua solução (produto e/ou serviço) para saber como gerar valor e se diferenciar dos concorrentes;*

Após a segmentação e identificação do mercado consumidor, para quem serão direcionados os seus produtos e serviços, o ideal é elaborar um pitch para que você aborde os possíveis clientes de forma assertiva para que seu esforço não seja em vão. Mas não basta ter os contatos certos, é preciso saber como engajá-los ao longo do seu processo de vendas. Para isso:

Elabore seu perfil de cliente ideal



entenda suas dores, necessidades e motivações.

Crie uma proposta de valor para cada perfil



saiba como abordar cada uma delas, sendo claro e objetivo dentro das limitações de entendimento de cada um.

Faça estratégias de marketing digital para educar seus alvos



blogs, vídeos e redes sociais são ótimos canais para interagir com esse público.

Como vender de forma assertiva para o mercado

Depois que você possuir os dados do prospect é necessário fazer a abordagem. É essencial que você saiba como apresentar sua solução e gerar valor para quem está comprando. Para isso é importante:



entender bem o cenário do seu futuro cliente, sobretudo o setor para o qual você deseja vender sua solução (produto e/ou serviço);



identificar os problemas gerados pela situação atual em que a empresa se encontra, mostrando que alguns problemas geram dificuldades e insatisfações;



levantar as implicações dos problemas e expor para o prospect como elas afetam a eficiência da empresa;



gerar nele a necessidade de solucionar os problemas o mais rápido possível.

Ao avançar com o prospect é essencial aprofundar a qualificação e entender ainda mais o cenário dele, e será preciso atuar de forma mais estratégica mostrando todo o valor da sua solução para o possível comprador.

Este conteúdo aborda como as empresas do setor gráfico podem aumentar suas vendas atuando com estratégias de marketing digital e de conteúdo para se tornarem mais visíveis no mercado, além de focar em vendas de alto valor agregado, customizadas e consultivas atuando com atendimento personalizado para se diferenciar diante à concorrência.

Fontes:

<https://www.agendor.com.br/blog/como-vender-mais/>

<https://www.portal-administracao.com/2014/01/analise-swot-conceito-e-aplicacao.html>

Livro *Comportamento do consumidor e pesquisa de mercado* – FGV (3ª edição), 2006.



NÃO BASTA SABER COMO VENDER MAIS

É preciso vender com qualidade, para evitar retrabalho, problemas, reclamações e até mesmo evitar transformar clientes em inimigos. O maior desafio das empresas não é apenas vender mais, mas sim vender corretamente. Confira algumas dicas de como vender mais de maneira eficaz:

DICA

PORQUE FAZER

SUGESTÃO

Atue com os clientes certos

Ajudará a melhorar seu desempenho com os clientes que realmente precisam de seu produto ou serviço.

Segmente bem os clientes.

Descreva o que você faz em menos de 10 palavras

As pessoas lembram de discursos impactantes.

Seja sucinto, direto e impactante para conquistar a atenção das pessoas.

Promova networking

Não tem como vender mais sem fazer networking. Para vender mais não basta abordar mais clientes. Antes de querer fechar mais negócios, lembre-se de ajudar seus clientes a também fecharem mais vendas.

Ajude seus clientes a fazer negócio, assim você acaba sendo ajudado por eles, pois eles vão começar a indicar e retribuir as realizações intermediadas por você. Você criará uma comunidade de negócios entorno de sua marca e ganhará novos clientes.

Uma equipe é tão forte quanto seu elo mais fraco

Uma equipe de vendedores profissionais precisa ser totalmente formada por vendedores profissionais que estejam dispostos a superar diariamente novos desafios.

Ajude na formação da sua equipe. Toda a equipe cresce como um conjunto e fica mais forte para superar as adversidades.

Seja diferente

Os clientes não querem comprar de uma empresa que tem o menor preço, melhor produto, ou a entrega mais rápida, visto que todos dizem as mesmas coisas.

A questão não é o que você faz de melhor que seu concorrente, mas o que você faz de diferente dele. O que você faz que ele não faz? Em que você se diferencia? Não basta ser melhor, precisa ser diferente.

DICA

PORQUE FAZER

SUGESTÃO

Tenha uma reputação

As pessoas querem fazer negócios com as pessoas que são especialistas em seus mercados.

Se você não parecer ser um expert naquilo que faz, as pessoas não vão querer te ouvir. Os clientes querem falar com os especialistas porque são justamente os que vão dizer coisas novas sobre como pode ser aplicado no negócio.

Implemente o CRM no processo de vendas

Para vender mais é preciso controlar os contatos, as negociações, ou seja, o relacionamento de maneira geral, porque é justamente de pontualidade que é feito o bom vendedor.

O CRM aliado aos processos comerciais proporciona mais produtividade, ajuda na eficiência do vendedor que usa a ferramenta, com isso os resultados serão melhores e certamente serão refletidos em mais vendas.

Estude sempre o mercado

As vendas não acontecem por acaso. Estude o mercado constantemente e fique atento às mudanças, aos novos hábitos dos consumidores, aos novos entrantes, aos concorrentes.

Busque fazer o melhor uso do conhecimento para identificar as melhores oportunidades de vendas. O conhecimento sempre se aperfeiçoa com o passar do tempo.

Os influenciadores e os decisores

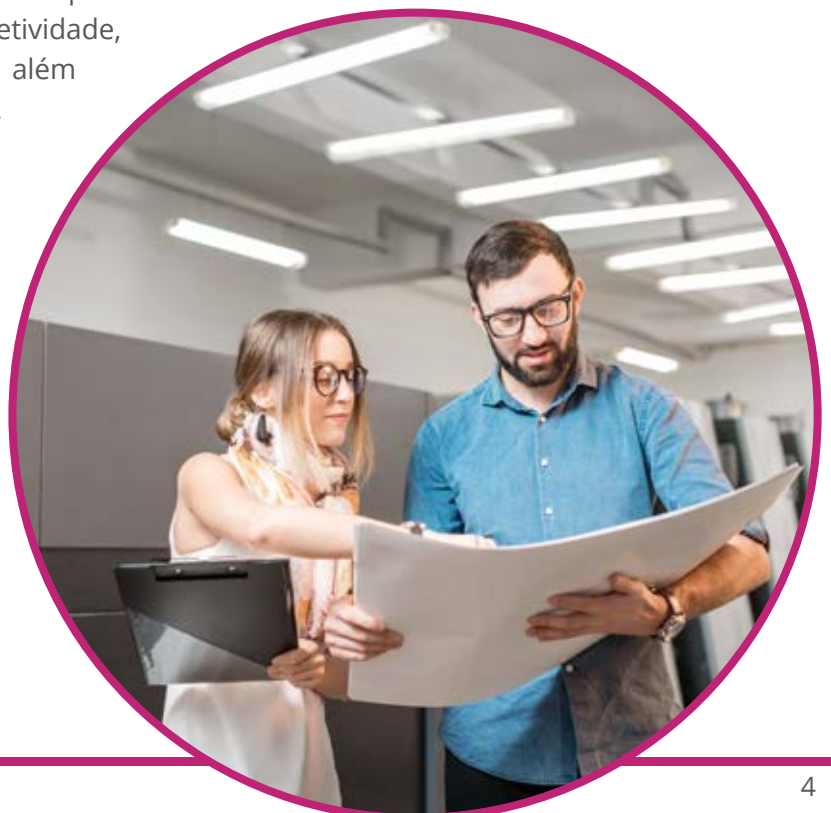
É importante ter em mente que muitas vezes você estará conversando com um influenciador e não com o decisor, por isso seu discurso deve ser muito bem orientado para cada persona do processo.

Quando estiver conversando com um influenciador, que será diretamente beneficiado com sua solução, você deve conquistá-lo com a finalidade que ele o auxilie, dentro da empresa, a fechar a venda.

Se estiver falando diretamente com o decisor é importante salientar todos os ganhos relacionados à efetividade, produtividade e assertividade do processo, além dos resultados para a empresa compradora.

Nem sempre você vai conversar com alguém da área técnica que vai entender o que você está falando, então é importante que você tenha um discurso simples, claro e objetivo. Lembre-se de que o cliente não toma a decisão exclusivamente com base no preço, ele precisa enxergar todos os benefícios agregados à solução.

Fontes:
<https://www.agendor.com.br/blog/como-vender-mais/>





VENDAS DE ALTO VALOR AGREGADO

Um produto e/ou serviço de alto valor agregado é aquele que foi alvo de processos que agreguem valor percebido, ou seja, aquilo que o cliente está disposto a despendar (monetariamente, temporalmente, entre outros fatores) para receber um benefício.

Para vender valor agregado, venda insights, não produtos. Mostre de forma clara os benefícios que o seu cliente terá em comprar o seu produto e/ou serviço:

APRESENTE SEMPRE AS QUALIDADES

Diferencie-se por meio da customização.

Apresente as qualidades de seus produtos ou serviços que os seus concorrentes não poderão apresentar.

VENDA OS BENEFÍCIOS

Tente entender o que o seu cliente procura e quais são os gatilhos mentais que ele utiliza para fechar um negócio.

Ofereça o produto ou serviço identificando a solução que ele tanto procura e precisa.

APRESENTE O RETORNO SOBRE O INVESTIMENTO (ROI)

O cliente se preocupa com a liquidez do investimento, isto é, como usufruir da solução sem “perder” muito dinheiro.

Apresente a ele o cálculo do retorno sobre o investimento ou quanto ele estará deixando de ganhar sem fechar negócio com você e sua empresa.

INVISTA EM MARKETING

Ninguém compra um produto de alto valor através do “fale conosco” do seu site.

Vale a pena o investimento em vários canais digitais, expor nas principais feiras, fazer uso de propaganda e cativar os velhos clientes.

DEMONSTRE O PRODUTO

Caso você ainda não tenha convencido o seu cliente de que a sua solução é a melhor que existe no mercado faça a demonstração do seu produto e/ou serviço.

Tente despertar no cliente o interesse em adquirir a solução.

TRABALHE COM PÓS-VENDA

Ninguém compra um produto de alto valor financeiro, acreditando que pode ficar “na mão”.

Invista em um pós-venda com serviços acima da média.

Vendas por meio de atendimento personalizado

Ter um atendimento personalizado e eficiente pode fazer seu negócio conquistar mais clientes e garantir mais vendas. E a falta dele, o contrário. Vale ressaltar que a experiência do consumidor hoje é um ponto-chave para que haja um bom relacionamento.

Um atendimento personalizado com base no diagnóstico das necessidades do cliente é essencial, principalmente, para as vendas complexas e elevam o nível de qualidade do negócio perante ao comprador.

Confira algumas dicas para atuar com atendimento personalizado fazendo uso de tecnologias, novas experiências e olhar atento:

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Use a inteligência artificial para ajudar no processamento de dados e informações disponíveis no mercado de modo a permitir personalizar o atendimento ao cliente.

REALIDADE VIRTUAL

A realidade virtual é uma ferramenta que pode ser utilizada para demonstrações visuais para facilitar o entendimento do produto e serviço que está sendo vendido, e até mesmo corrigir a maneira como o usuário usa determinado produto.

EXPERIÊNCIA OMNICHANNEL

As lojas físicas vão precisar se adaptar para oferecer uma experiência omnichannel (online e offline), onde todos os canais de compra e informação estejam integrados, permitindo assim um atendimento mais ágil e qualificado. Esteja 24 x 7 disponível para o seu cliente.

PROATIVIDADE

Procure aprimorar o serviço de atendimento ao cliente oferecendo ajuda antes mesmo de ser procurado. Isso se chama proatividade e demonstra que a sua empresa não o atende somente quando ele solicita.

É importante ressaltar que as empresas estejam preparadas para mudanças nos seus processos de atendimento, quando for necessário, visando satisfazer às necessidades e desejos dos clientes.

Vendas customizadas

Customizar é adaptar ou adequar algo de acordo com o gosto ou necessidade do cliente. Por meio da identificação das necessidades e características de cada cliente, pode-se entregar produtos customizados conforme finalidade apontada pelo mesmo.

Desta forma, criam-se então as customizações com base nas informações a pedido do cliente, que podem servir apenas para este, ou até que sejam incorporadas no mercado por ser de grande aceitação de diversos públicos.

Está é uma forma de vender para nichos específicos e se diferenciar no mercado diante os seus concorrentes, tratando cada cliente de forma diferente e direcionada, conforme suas expectativas.

Vendas consultivas

Toda venda, seja ela simples ou complexa, deve ser tratada de forma consultiva. Este tipo de venda por ser considerada principalmente para vendas B2B (de empresas para empresas) e pode ser uma tendência diante de proprietários, executivos e compradores das empresas para as quais você vende, já que a cada dia eles têm menos tempo e mais tarefas para realizar.

A venda consultiva pode ser considerada como um processo que foca prioritariamente na experiência que o potencial cliente sente e vê ao longo das interações com o vendedor. É sobre como achar caminhos para evidenciar o valor do seu produto/serviço, ou seja, tornar a venda um processo focado no mesmo.

A intenção da venda consultiva é bem clara:

- » *aproximar-se mais do cliente;*
- » *alinhar as expectativas de maneira mais efetiva;*
- » *criar um relacionamento.*

Investimentos para agregar valor aos produtos e/ou serviços

Alguns investimentos podem ser agregados visando compor uma equipe de vendas bem preparada além de atuar com ferramentas específicas para ajudar no alcance de mais clientes e na obtenção de destaque no mercado:

INVESTIMENTO	PARA QUE SERVE	PORQUE TER
Coordenador de e-commerce	Profissional com formação em Administração, Marketing ou Comunicação. Facilidade em trabalhar em equipe, interação com todos os departamentos da gráfica. Conhecimento em mídias e redes sociais.	Este tipo de profissional pode atuar com vendas consultivas e atendimento personalizado, para diferenciação perante à concorrência, além de agregar valor às soluções da empresa.
Plataforma Web to Print	E-commerce completo e integrado com recursos de edição, dados variáveis, geração de arquivos de impressão etc.	Possibilidade de atuar de forma personalizada/customizada atendendo a questões específicas dos clientes visando solucionar possíveis problemas e ajustes que sejam necessários, principalmente de última hora.
Mídia online	AdWords, links patrocinados, programa de afiliados, redes sociais e demais canais online.	Para ter maior alcance de consumidores e clientes e mostrar a atuação no ambiente digital.

Fontes:

<https://supervendedores.com.br/vendas/estrategia-de-vendas/10-dicas-de-como-vender-produtos-e-servicos-de-alto-valor-agregado/>

<https://www.exactsales.com.br/academia-exact-blog/vender-valor-agregado>

<https://destinonegocio.com.br/negocios-online/5-dicas-para-deixar-seu-atendimento-personalizado-e-vender-mais/>

<https://pt.wikipedia.org/wiki/Customiza%C3%A7%C3%A3o>

<https://outboundmarketing.com.br/venda-consultiva-o-que-e/>



MARKETING DE CONTEÚDO











Outra forma de conquistar o mercado é por meio de técnicas de marketing de conteúdo que irão educar, direcionar os leads e oferecer, implicitamente, suas soluções. Atualmente os clientes em potencial são atraídos por meio de conteúdos relevantes.

O marketing de conteúdo é considerado como uma maneira de se engajar com seu público-alvo e crescer sua rede de clientes e potenciais clientes por meio da criação de conteúdo relevante e valioso, atraindo, envolvendo e gerando valor para os usuários de modo a criar uma percepção positiva da sua marca e assim gerar mais vendas.

É importante saber usar o conteúdo a seu favor, mesmo em uma estratégia de outbound (saída). Incluir conteúdo rico em e-mails de follow up (acompanhamento) também é uma boa maneira de criar conexão com o lead.

Para que possa se adequar ao ciclo de vida do seu produto é importante que você tenha um marketing alinhado com o seu produto.

Confira como o conteúdo pode contribuir para atrair clientes e consumidores:

-  Dê dicas de tendências no ramo gráfico;
-  Mostre clientes utilizando os produtos/serviços elaborados por sua gráfica;
-  Faça uma boa distribuição de conteúdo pelas áreas de cada canal;
-  Utilize fotos com qualidade visando atrair a atenção do público;
-  Trabalhe comportamento e hábitos de consumo visando despertar o interesse público-alvo;
-  Crie storytelling;
-  Aposte em vídeos para demonstrar os produtos /ou serviços elaborados;
-  Faça enquetes de conteúdo com os clientes nas diversas redes sociais;
-  Trabalhe depoimentos de clientes sobre a satisfação os produtos e serviços da sua empresa;
-  Emocione – “Eu quero pra mim!”: Estimule o cliente a desejar seu produto e/ou serviço.

O marketing de conteúdo nas principais mídias digitais

O ideal é que o conteúdo seja divulgado nas redes sociais mais utilizadas pelos seus clientes, porém é preciso respeitar as vocações de cada uma delas. Ou seja, cada rede social tem um objetivo definido.

FACEBOOK

É a rede social com maior número de pessoas cadastradas. Por isso, ela é indicada para quem tem negócios que precisam alcançar muitas pessoas de idades, gêneros, locais diferentes com informações mais rápidas e objetivas.

INSTAGRAM

É uma galeria de fotos e vídeos e, com isso, serve especialmente para quem precisa expor seu produto como uma vitrine.

Já os vídeos instantâneos (Stories do Instagram), como o nome sugere, serve para contar histórias. Atualmente está sendo muito utilizado para vendas.

YOUTUBE

É uma plataforma de vídeos voltada especialmente para a criação de tutoriais que ajudam a educar o seu consumidor a compreender melhor as vantagens do seu produto/serviço.

PINTEREST

É uma rede social de compartilhamento de fotos. Assemelha-se a um quadro de inspirações, onde os usuários podem compartilhar e gerenciar imagens temáticas. É possível compartilhar e recompartilhar imagens, inclusive as de outros utilizadores e colocá-las em suas coleções ou quadros (boards), além de poder comentar e realizar outras ações disponibilizadas pelo site.

WHATSAPP BUSINESS

É uma rede social voltada exclusivamente para pequenas e médias empresas. Este aplicativo tem recursos para ajudar a vida dos empreendedores que atendem seus clientes pelo smartphone.



Pontos de atenção!

O Facebook, o Instagram e o YouTube são as redes mais usadas hoje em dia para engajamento de público. É por meio dessas redes que uma marca se comunica diretamente com o seu consumidor.

A maior parte das empresas deve ter contas em todas essas redes, mas, para isso, é importante definir quem é seu público-alvo e como deve criar conteúdo para cada uma das plataformas. Compreender quem é seu cliente e em que redes ele está é fundamental para o sucesso do marketing de conteúdo.

Marketing Digital

Confira algumas dicas de como o marketing digital pode contribuir para dar visibilidade ao seu negócio:

- 01.** Defina sua persona (desenvolva pesquisa, entenda comportamentos, interesses e motivações)
- 02.** Defina seus objetivos e metas
- 03.** Mapeie os canais de atuação
- 04.** Crie uma boa estratégia de conteúdo (pense em todo o processo até chegar no cliente)
- 05.** Defina a melhor distribuição desse conteúdo
- 06.** Atenção redobrada para a periodicidade de postagens
- 07.** Defina um bom Plano de Mídia (atenção para o orçamento)
- 08.** Estabeleça uma linguagem e aproximação com seu público
- 09.** Acompanhe os resultados e motivações (trabalhe os resultados, performance, oportunidades)
- 10.** Faça estratégia de inbound marketing para atrair, converter e encantar clientes (um blog de tendências pode ajudar bastante para atrair os clientes do segmento gráfico)
- 11.** Mantenha os clientes que ainda não compraram alimentados com conteúdo

Fontes:

Com base no material: "Como vender mais usando e abusando das redes sociais" concedido pelo professor e consultor de marketing Jeff Wendell. Conteúdos desenvolvidos pelo Sebrae Inteligência Setorial.



FERRAMENTAS PARA AJUDAR NA GESTÃO DO NEGÓCIO E AUMENTAR AS VENDAS

Cada vez mais existem opções de ferramentas, gratuitas e pagas, que ajudam empreendedores na tomada de decisões, acompanhar o capital de giro, dividir as finanças, controlar estoque e as vendas.

Confira a seguir algumas ferramentas que visam ajudar aos empreendedores e empresários a atingir seus objetivos, expandir a presença online, saber como foram as vendas no final do dia, controlar as finanças, fazer a gestão de vendas e despesas, criar campanhas direcionadas para o perfil de público para atrair mais clientes e dar visibilidade para o seu negócio.

GOOGLE PARA PMES

A ferramenta pode ser acessada sem custo.

Precisa seguir apenas dois passos: preencher as informações básicas do negócio e determinar seus objetivos.

Após o preenchimento, o empreendedor receberá um plano personalizado com um passo a passo de como lançar mão das ferramentas do Google para atingir seus objetivos e expandir sua presença online.

Para saber mais, acesse https://smallbusiness.withgoogle.com/intl/pt-BR_br/#/

MARKETUP

É um software, gratuito, que roda na nuvem e pode ser acessado por meio de um login e uma senha. É ideal para gestão de pequenos negócios, e possibilita o acompanhamento das finanças em tempo real e a obtenção de relatórios completos (é possível cadastrar todo produto e cliente atendido; analisar o total de vendas realizadas no final do dia, saber o estoque em tempo real e obter sugestões de como enxugar os gastos).

A loja virtual que fornece:

- » sistema de vendas gratuito para que os pequenos negócios atendam melhor seus clientes;
- » sistema de compras, que une diversos negócios e oferece condições especiais para os pequenos varejistas;
- » possibilita o controle de estoque e a emissão gratuita de notas fiscais.

Pode ser acessado em <https://marketup.com/>

MEU NEGÓCIO EM DIA

O aplicativo permite que o empreendedor cadastre as informações do negócio de forma alinhada ao perfil e às necessidades da empresa. É possível obter gráficos com indicadores de saúde financeira, inserir objetivos (como compra de novas máquinas no simulador de sonhos) e acompanhar quanto falta para realizá-lo.

Por meio de uma calculadora compara custos de produtos e os serviços disponíveis permitindo que o empreendedor escolha o mais adequado ao momento ou ao perfil da empresa.

Disponível na Google play e na Apple store.

Pode ser acessado via web (<https://app.qipu.com.br>), instalado no Android ou no iOS.

Mais visibilidade e alcance de clientes

Para uma empresa que ainda não está na internet e que deseja alcançar mais clientes, a resposta pode ser o Google Mais Negócio, para aparecer na busca e no mapa. Para um negócio que já está online, a solução pode ser começar a fazer Google Ads, anúncios que deem mais visibilidade.

GOOGLE PRIMER

O aplicativo reúne aulas, para fazer em até cinco minutos, sobre marketing digital: publicidade, conteúdo, métricas e estratégia. As lições podem ser baixadas e feitas off-line. Atualmente, a plataforma conta com 203 minicursos em português.

O aplicativo está disponível na Play Store e na App Store. Gratuito.

GOOGLE MEU NEGÓCIO

É um aplicativo que possibilita às empresas gerenciar sua presença online na busca do Google e no Google Maps, além de facilitar a comunicação entre consumidores e pequenos e médios negócios.

Basta acessar [google.com/business](https://www.google.com/business) ou baixar na Google Play ou App Store. Gratuito.

GOOGLE ADS

As campanhas inteligentes do Google Ads utilizam o poder do machine learning (aprendizado de máquina, em português) para ajudar pequenas e médias empresas a criarem campanhas de publicidade de forma automatizada, de acordo com seus objetivos de negócio, tais como receber mais ligações, atrair mais clientes para uma loja ou levar mais consumidores a fazer compras por meio do site.

Basta acessar <https://www.google.com/business/>. ou baixar na Google Play ou App Store. Gratuito.

Outras dicas

Benchmarking

Faça visitas em outras praças, países, visando estudar o mercado do setor gráfico para insights, verificação de boas práticas e lições aprendidas.

Participação em eventos

Participe de feiras e eventos da sua área de atuação e de outros setores/segmentos visando buscar futuros clientes.

Referências

Procure soluções de outros mercados que possam se adaptar para o seu negócio.

Inovação

Inove em processos, soluções, tecnologias, maquinários, visando adaptar-se às novas exigências do mercado e melhorar a produtividade.

Criatividade

Procure soluções criativas para satisfazer seus clientes. É o melhor caminho para atrair sua atenção e se destacar no mercado.

Fontes:

<https://revistapegn.globo.com/Administracao-de-empresas/noticia/2019/10/conheca-dez-ferramentas-virtuais-que-ajudam-na-gestao-de-negocios.html>

<https://klickpages.com.br/blog/tecnicas-de-vendas/>

AÇÕES RECOMENDADAS



Se você vai oferecer uma solução que interessa à equipe técnica da empresa, não procure pelo responsável financeiro! Saiba quem sua solução afeta e busque o contato desta pessoa. Você não vai querer investir tempo e dinheiro para levantar informações de alguém que não estará interessado em conversar com você, tampouco pode contar com a sorte dessa pessoa te encaminhar para o responsável.



Um aspecto importante para realizar a venda é a negociação. Negociar bem é importante em qualquer ramo de atividade e para isso é fundamental utilizar estratégias adequadas para conduzir negociações de sucesso, visando resultados.



Com a alta competitividade do mercado, estabelecer uma relação de confiança com o cliente é essencial para manter o negócio saudável e o crescimento constante. Certifique-se de ter um bom relacionamento com os clientes para evitar que a confiança seja rompida. A tendência é você ter uma base de clientes consolidada que estará sempre voltando a fazer novos negócios.



Parcerias com marcas complementares ao seu produto também podem gerar o aumento no número de vendas. Invista nesse tipo de parceira.



A transformação digital e as mudanças no comportamento do consumidor estão mudando a forma de se relacionar com os clientes. Diante disso, as empresas precisam criar novas formas de conquistar e manter seus clientes criando conexões com os público-alvo com base em técnicas de marketing digital, de conteúdo e estratégias focadas para as redes sociais.



O Sebrae Rio ministra cursos, consultorias e palestras específicas sobre estratégias de marketing, análise de mercados, como vender mais e melhor. Ligue para o 0800 570 0800 e agende atendimento na unidade mais próxima.



SETOR GRÁFICO
RELATÓRIO DE INTELIGÊNCIA
NOVEMBRO-DEZEMBRO/2019

Gerência de Conhecimento e Competitividade

Gerente: Cezar Kirszenblatt

Gestor do Programa Sebrae Inteligência Setorial: Marcelo Aguiar

Analista de Inteligência Setorial e Temática: Mara Godoy

Articulação e Disseminação Empresarial: Úrsula Magalhães

Conteudista: Camila Machion, Roberta Nigri e Mara Godoy

Entre em contato com o Sebrae: **0800 570 0800**

Todos os direitos reservados. A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610). Fotos: Banco de imagens.