

COMO AUMENTAR AS VENDAS NA SUA LOJA NO MÊS DAS MÃES?

PATOGÊ





Conquistar novos clientes e fidelizar os antigos está se tornando cada vez mais difícil. Aproveite o dia das mães para aumentar o movimento na sua loja e vender mais.

No Brasil, o Dia das Mães é a segunda data comemorativa com maior volume de vendas do ano, ficando atrás apenas do Natal. Os setores de moda e acessórios; cosméticos e perfumaria; celulares e smartphones estão na lista dos que mais vendem nesse período.

Em datas comemorativas, como o dia das mães, os consumidores estão mais dispostos a comprar. É a hora certa para os lojistas fidelizarem seus clientes e não perdê-los para a concorrência.

Pensando nisso, criamos este e-book com as principais dicas para impulsionar as vendas na sua loja. Confira.

Índice de Conteúdos

1. Planeje com antecedência
2. Surpreenda seus clientes
3. Presença online
4. A vitrine
5. Equipe de vendas
6. CRM e mailing
7. Comunicação
8. Gatilhos Mentais
9. Embalagens

1. Planeje com antecedência



Se os clientes já estão se programando para o Dia das Mães, **o comércio também precisa se antecipar e começar a pensar nos detalhes**, desde o planejamento até a sua execução. Coloque na ponta do lápis tudo o que a sua multimarca pode fazer durante os dias que antecedem a data. Desde a distribuição de brindes, comunicação com os clientes, até a montagem estratégica da vitrine.

Planejamento é a alma do negócio! Dá para fazer coisas muito interessantes sem precisar gastar muito. Um pequeno detalhe pode ajudar a aumentar as vendas do seu negócio. **Saiba o que oferecer, para quem oferecer e no momento certo!**

NA PRÁTICA

Responda as perguntas básicas para começar:

- Posso fazer condições especiais de pagamento? Quais?
- Posso fazer alguma promoção? De quais produtos?
- Como devo preparar meu estoque? Preciso fazer reposição de algo?
- Será que posso fazer algum evento na loja, com um lanche especial?
- Como posso deixar minha vitrine mais atrativa? Mando fazer adesivos comemorativos? Compro balões? Flores? Qual o custo disso?

- Vou abrir a loja no domingo?
- Posso oferecer algum brinde? Qual?
- Meus funcionários estão empenhados e bem treinados?
- Como meu cliente ficará sabendo das minhas ações? Vou mandar um e-mail ou um whatsapp? Meus vendedores podem ligar para alguns convidando-os para vir até minha loja?

Faça um cronograma com os prazos para resolver tudo com tranquilidade.



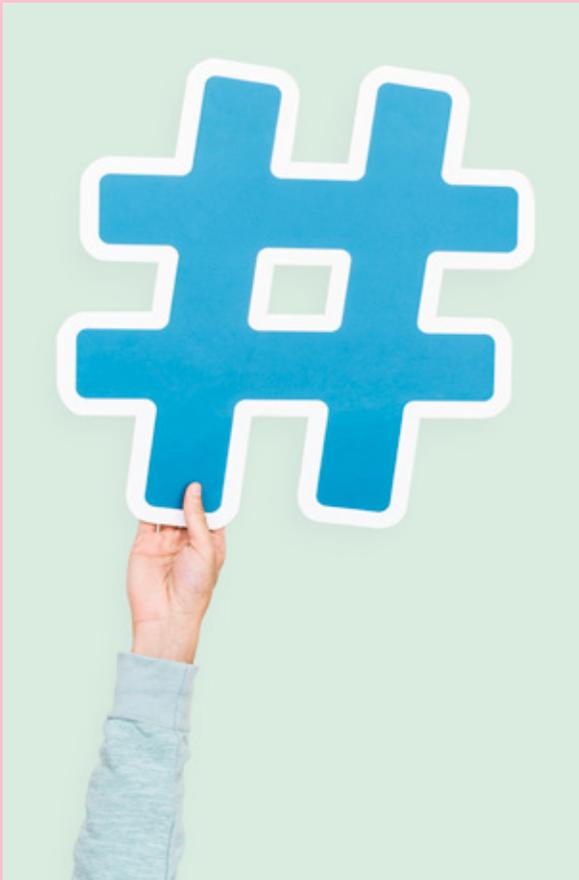
2. Surpreenda seus clientes

Com o mercado cada vez mais competitivo e a grande variedade de ofertas de produtos e serviços disponíveis, **não é fácil conquistar um consumidor**. Assim, para o comerciante ter sucesso junto ao seu cliente, deve esforçar-se para surpreendê-lo.

Nesse Dia das Mães, invista em algo novo que **melhore a experiência do seu cliente**. Deixe seu ponto de venda o mais agradável possível. Coloque um difusor de aromas, selecione uma playlist interessante, ofereça algum mimo para aqueles que visitarem a sua loja. Pequenas ações podem fazer toda diferença na hora da decisão de compra do consumidor que, dada a variedade de opções disponíveis, precisa se sentir cativado.



3. Presença online



Mesmo que você não tenha um e-commerce, saiba que **o seu cliente está conectado** na maior parte do tempo. Vivemos em uma época onde o meio digital se tornou de extrema importância para captar novos clientes. Uma página bem cuidada no Facebook ou um perfil no Instagram podem **chamar a atenção de potenciais compradores para a sua loja física**.



Poste os produtos mais recentes e mais interessantes com certa frequência nas redes sociais e inclua hashtags de interesse para facilitar a busca do consumidor.

A grande dica que damos é: Crie um perfil da sua loja no **Google My Business** (<https://www.google.com/business/>) para que as pessoas possam encontrar o endereço da sua loja, telefone e avaliar seu estabelecimento.



4. A Vitrine



Numa época em que o consumidor tem diversas opções de escolha e pode comprar pela internet, conhecer **estratégias de merchandising** para PDV se tornou indispensável para montar uma vitrine, atrair clientes e aumentar as vendas.

O grande desafio é **expor seus produtos de maneira atrativa para estimular a venda**. A vitrine é o primeiro contato que um potencial cliente tem com a sua loja ao passar pela rua ou caminhar pelo shopping. Aproveite para causar uma boa impressão antes mesmo dele entrar na loja.





NA PRÁTICA:

1- Evite excesso de informação (sua vitrine deve ser harmoniosa e os produtos precisam estar visíveis! Nada de colocar um produto na frente do outro e com cores que não combinam entre si.)

2- Pense no seu público-alvo (monte uma vitrine que seja condizente com o estilo do seu cliente. Se a sua ideia é vender mais nos dias das mães, não tem motivos para colocar produtos masculinos ou infantis na vitrine, por exemplo.)

3- Só exponha na vitrine o que estiver disponível (coloque produtos que tenham no estoque. É muito frustrante a pessoa gostar

de algo e ao entrar na sua loja descobrir que não tem mais o produto na numeração que ela precisa.)

4- Capriche na produção de moda (deixe o manequim com um look que seja bonito, estiloso e com as principais tendências da estação. Coloque por exemplo uma calça com t-shirt interessante, uma jaqueta sobreposta, um calçado que combine. Nada de misturar vestido de festa, biquíni e pijamas, por exemplo.)

5- Pesquise (Procure inspiração e referências de vitrines na internet. O pinterest é um prato cheio para quem deseja fazer este tipo de pesquisa.)

5. Equipe de Vendas

Não basta ter uma ou duas pessoas para atender os clientes que entram na loja. É preciso que **os seus vendedores sejam profissionais que estejam dispostos a superar diariamente novos desafios**. Eles precisam ser constantemente estimulados, com metas, com prêmios ou com reconhecimento, por exemplo.

Portanto, ajude na **formação da sua equipe**. Ter um time comercialmente forte significa acima de tudo unicidade entre os vendedores: um ajudando, auxiliando e ensinando o outro. Ao invés de gerar um sentimento de competição entre eles, estimule a cooperação!

Outro ponto importante é que **seu vendedor seja treinado para oferecer a melhor solução para cada cliente**. Ele precisa estar antenado nas últimas tendências da moda e **auxiliar o cliente na escolha de um presente** por exemplo.



Segundo pesquisas realizadas em 2017 pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) em toda as capitais, os entrevistados manifestaram a intenção de presentear não apenas as próprias mães, citadas por 71%,

como também as esposas (16%), sogras (11%), filhas (6%) e avós (6%). O destaque entre gêneros é que, além das próprias mães, as mais presenteadas pelas mulheres serão as sogras (16%), ao passo que entre os homens, as esposas (31%).

6. CRM e Mailing

Aproveite o movimento que o dia das mães irá trazer para sua loja e recolha alguns cadastros de clientes para montar um bom mailing. **Obter informações importantes sobre seu cliente irá te ajudar nas próximas ações.**

CRM – *Customer Relationship Management* (ou *Gestão do Relacionamento com o Cliente*, em português) – é uma abordagem que coloca o cliente como principal foco dos processos de negócio, com o intuito de perceber e antecipar suas necessidades, para então atendê-los da melhor forma (fonte: Wikipedia “*Customer Relationship Management*”).



Em sua essência, o **CRM é uma estratégia de negócio com o foco no cliente**. As ações da empresa ficam voltadas para as necessidades dos clientes, ao invés dos próprios produtos. Tal estratégia engloba as áreas de marketing, vendas e serviços de atendimento.

Não confunda a estratégia com os sistemas de CRM (que geralmente são softwares específicos para recolher e tratar os dados dos clientes.) Sua multimarca não precisa investir neste tipo de sistema se não tiver capital para isso. **Com um pouco de organização, pode-se criar uma agenda ou planilha** com as informações básicas, que precisará no futuro para fazer uma comunicação mais assertiva.

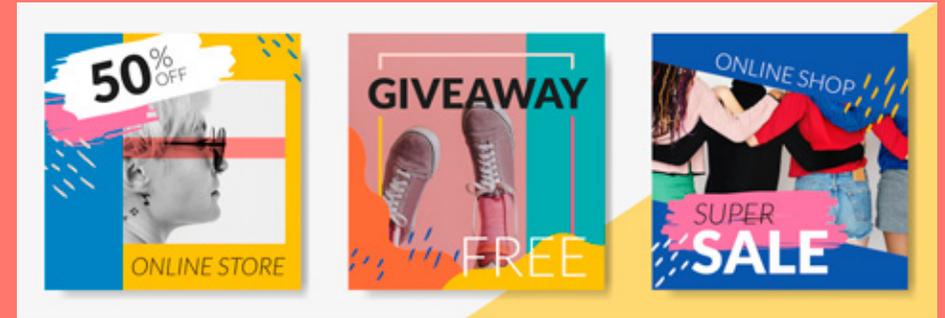
Peça para seu cliente deixar os contatos dele (como telefone, e-mail, whatsapp, data de nascimento, numeração do manequim, etc) e pergunte se ele autoriza que a sua loja envie alguns convites de lançamentos ocasionalmente. Nada de fazer spam, ok?

MAILING - é uma palavra do vocabulário inglês que significa a ação de expedir uma correspondência pelo correio. De *mail* que significa *correio, correspondência*.

É uma expressão frequentemente usada no Brasil, na área de propaganda e marketing. É um banco de dados que reúne nomes, endereços e dados adicionais de consumidores e *prospects*.



7- Comunicação



Você pensou num super evento para sua loja, montou uma vitrine linda, comprou brindes para distribuir e ninguém apareceu na loja? Talvez você não tenha comunicado com o seu cliente da maneira correta.

Peça para a equipe de vendas entrar em contato, alguns dias antes, com seus clientes avisando que sua loja terá novidades para o dia das mães. Envie um convite por whatsapp através das listas de transmissão, avise nas suas redes sociais! Vale a pena também distribuir alguns flyers na região se sobrar uma verba para investir em impressão e arte gráfica!



8- Gatilhos Mentais

Os gatilhos mentais são decisões que o nosso cérebro toma de forma automática, sem que precisemos parar para pensar e analisar durante um longo tempo antes de fazer uma escolha.

Isso quer dizer que é possível pensar em campanhas e **estratégias para que o público do seu negócio seja incentivado a realizar uma atividade** específica que ele não faria normalmente, sem a motivação dada pelo gatilho.

Usando os argumentos certos, você pode fazer com que **as pessoas se sintam mais propensas a comprar de você** e, assim, aumentar suas vendas.

Confira os principais gatilhos mentais e como podemos usá-los para aumentar as vendas:

ESCASSEZ

Suponhamos que seu cliente está em busca de uma calça jeans flare escura, e, ao encontrar o produto na suas redes sociais, vê uma mensagem de “Último produto em estoque” ou “Peça única”. A mensagem cria automaticamente a ideia de que se ele não garantir a calça, poderá ficar sem. Isso faz com que o cérebro automaticamente se torne mais propenso à ação de compra e pode te ajudar nos negócios.



URGÊNCIA

Este é o gatilho que gera a tomada de decisão imediata. O gatilho da urgência impõe uma pressão de tempo na qual é preciso adquirir um produto ou serviço de forma rápida.

“Só hoje, com X% de desconto”,
“Promoção Relâmpago”,
“Compre Agora”.

Mas lembre-se que promessa deve ser cumprida para não perder a credibilidade.

AUTORIDADE

O gatilho de autoridade propõe que você se posicione como um especialista naquilo que faz, para que as pessoas confiem na sua empresa. Um ótimo exemplo para o caso é o de empresas que associam os seus produtos a influencers da região.

Convide alguma blogueira ou consultora de estilo da sua cidade para uma parceria na sua loja, por exemplo.

NOVIDADE

O gatilho da novidade é muito utilizado quando algum produto novo chega na sua loja, principalmente se for alguma tendência que os clientes estão procurando.

Promova lançamentos, atualize as vitrines com frequência, poste sempre os produtos mais interessantes nas suas redes sociais.



Passaporte Patogê Atacama – Steph Olive





PROVA SOCIAL

O ser humano sente a necessidade de pertencer a um grupo, fazer parte de algo, ser aceito. Um exemplo que nos ajuda a entender este gatilho são os estabelecimentos cheios. Suponhamos que o seu cliente precisa comprar uma calça jeans nova e para isso vá ao shopping da cidade. Ao chegar no shopping ele encontra duas lojas, uma ao lado da outra, a primeira está vazia, sem movimento e a segunda está cheia de pessoas comprando. Rapidamente o cérebro faz a associação de que a loja cheia é melhor.

Outra forma de aplicar este gatilho é publicar depoimentos de clientes satisfeitos e permitir que eles façam avaliações públicas sobre a experiência de compra.

9. Embalagem

A embalagem faz parte do produto e é uma forma de estender a qualidade percebida daquela compra. Quem não gosta de sair da loja com lindas sacolas e embrulhos que encham os olhos?

Principalmente em datas comemorativas, é extremamente importante oferecer a opção de “embrulho para presente”. Na correria do dia a dia, o consumidor deseja já sair da loja com o produto pronto para o evento, sem ter que se preocupar em comprar em outro lugar um papel de presentes ou caixa.

Além disso o design agrega valor aos produtos ao adequá-los de forma eficiente às necessidades e expectativas do consumidor e definir

seu posicionamento correto no mercado. Estes valores podem ser emocionais, mas geram reflexos práticos bastante objetivos como **percepção de funcionalidade, identidade, personalidade e, principalmente, fidelidade à marca.**

Um estudo realizado pela CNI (Confederação Nacional das Indústrias) indica que 75% das empresas que investiram em design registraram aumentos em suas vendas. A pesquisa mostrou ainda que entre lojas semelhantes, o consumidor acaba preferindo o que possui a embalagem mais atraente, bela e prática, estando inclusive disposto a experimentar uma marca nova se a embalagem desta possuir tais características.





Mãos à obra!

Agora que você já sabe como aumentar suas vendas, capriche no planejamento e comece o quanto antes a executar cada um desses passos! Sua loja tem tudo para lucrar no Mês das Mães. #vamosjuntos?



PATOGÊ



patogeooficial



Patogê Jeans



patoge.com.br

