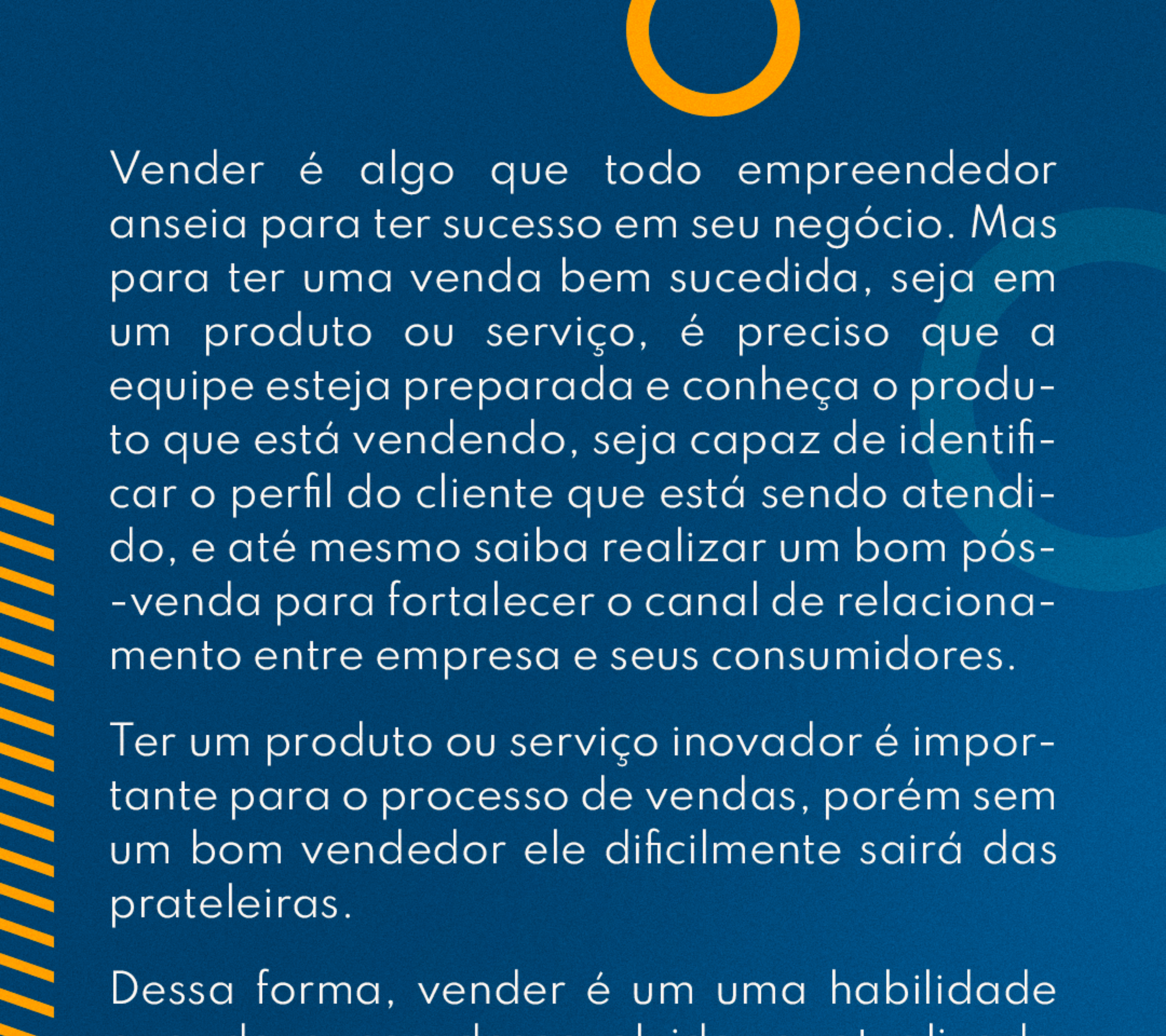


VENDA+

Guia Básico para
melhorar suas vendas
e fidelizar seus clientes



ACIL



Vender é algo que todo empreendedor anseia para ter sucesso em seu negócio. Mas para ter uma venda bem sucedida, seja em um produto ou serviço, é preciso que a equipe esteja preparada e conheça o produto que está vendendo, seja capaz de identificar o perfil do cliente que está sendo atendido, e até mesmo saiba realizar um bom pós-venda para fortalecer o canal de relacionamento entre empresa e seus consumidores.

Ter um produto ou serviço inovador é importante para o processo de vendas, porém sem um bom vendedor ele dificilmente sairá das prateleiras.

Dessa forma, vender é uma habilidade que deve ser desenvolvida e atualizada constantemente e para auxiliar o empreendedor nesse processo, a Associação Comercial e Industrial de Limeira (ACIL) preparou um e-book exclusivo com dicas básicas e importantes sobre o tema.

O objetivo deste material é orientar o empresário ou colaborador que deseja se aperfeiçoar, dando insights de como apresentar um produto ou serviço, preparar a equipe de vendas, conhecer e entender seu público-alvo, além de criar um relacionamento com o cliente e construir uma rede de contatos eficiente.

Então, vamos lá!



ACIL



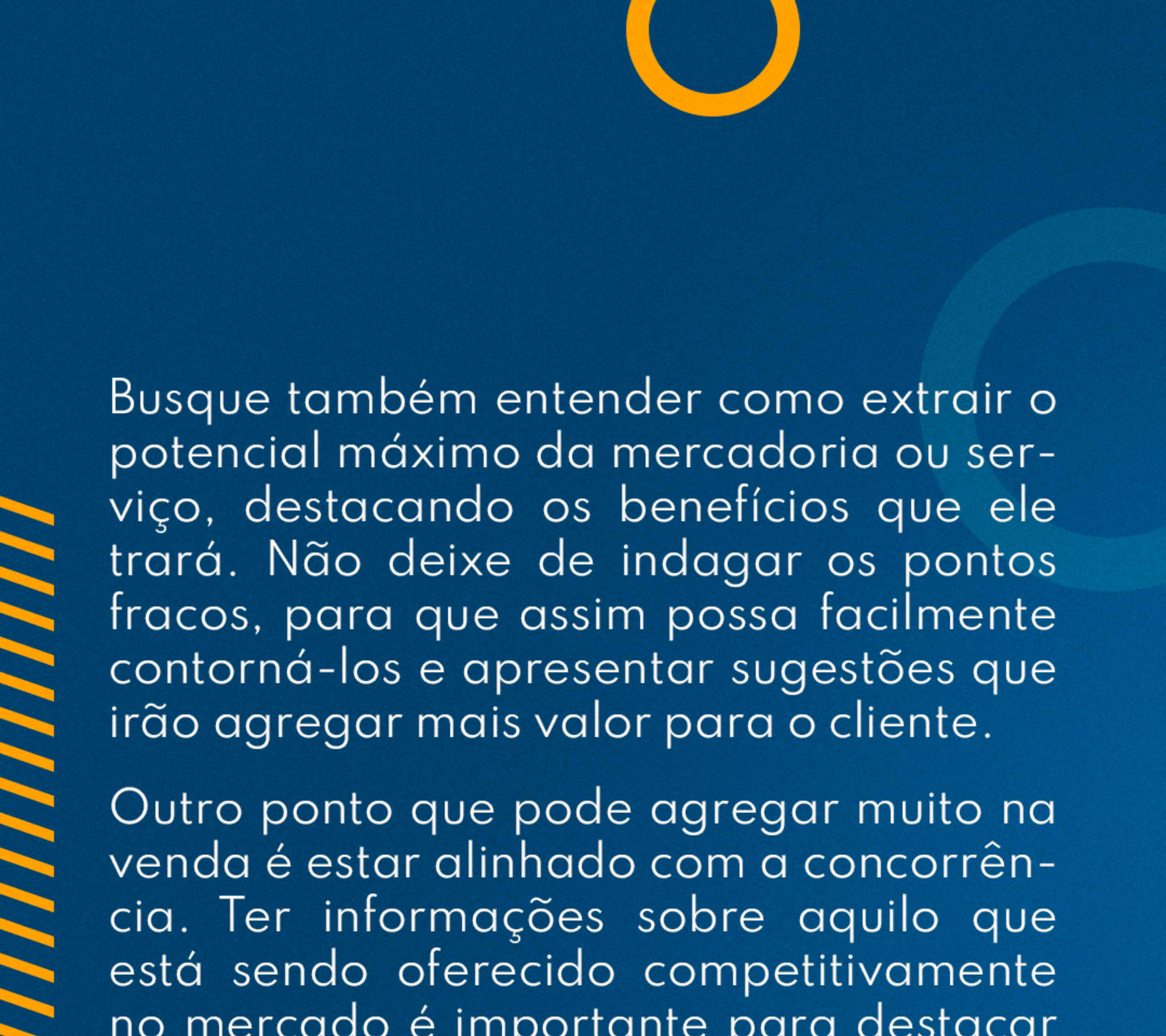
1º PASSO

Conheça seu produto

Apesar de parecer fácil para a maioria dos vendedores, muitos sabem apenas o básico do produto que estão vendendo, o que é um erro, pois conhecimento sobre o que se está ofertando faz toda a diferença na hora de cativar e prender a atenção do cliente.

Este conhecimento mais aprofundado é essencial, para que na hora de persuadir o consumidor, o vendedor tenha os argumentos mais efetivos na ponta da língua, além de poder sanar dúvidas e outras questões que possam surgir durante esta abordagem.

Procure debater sobre o produto que será vendido juntamente com o fornecedor, tente pensar como um cliente e antecipe qualquer dúvida que possa surgir posteriormente.



Busque também entender como extrair o potencial máximo da mercadoria ou serviço, destacando os benefícios que ele trará. Não deixe de indagar os pontos fracos, para que assim possa facilmente contorná-los e apresentar sugestões que irão agregar mais valor para o cliente.

Outro ponto que pode agregar muito na venda é estar alinhado com a concorrência. Ter informações sobre aquilo que está sendo oferecido competitivamente no mercado é importante para destacar os pontos fortes do seu próprio produto, assim como gerar ideias de melhoria para aquilo que já possui.

Já conhece o seu produto e está pronto para destacar todas as suas características? Então é hora de saber qual é o seu público-alvo.



ACIL



2º PASSO

Quem é seu público-alvo?

Nem todo cliente entrará em uma loja sabendo exatamente o que quer, e é neste momento que ser um bom vendedor é essencial. Afinal, após abordar e identificar os desejos ou problemas de uma pessoa, o vendedor deverá apresentar o melhor produto ou serviço que irá interessar ou satisfazer a necessidade do cliente.

Para ter sucesso nessa etapa, o empreendedor precisa conhecer o tipo de público com que trabalha, além de buscar entender o que ele precisa para oferecer soluções que realmente atendam as necessidades do seu consumidor.



ACIL

Dessa forma, é importante que o empreendedor colete informações como idade, gênero, classe social e preferências do seu consumidor através de pesquisas, para definir as características do perfil do cliente da empresa.

Com estes dados em mãos, será possível melhorar as estratégias das campanhas de marketing e ações promovidas, além de desenvolver novos produtos e outras soluções que irão atrair e fidelizar estes consumidores.



ACIL



3º PASSO

Relacionamento com cliente

Você já conhece seu produto e também já definiu o perfil do seu cliente. Agora é a hora de saber como construir um bom relacionamento com ele, para que uma venda bem sucedida possa resultar em um cliente fidelizado, que além de voltar a comprar na empresa, possivelmente a indicará para outras pessoas.

Identifique as necessidades

Antes de estreitar qualquer aproximação com o consumidor, o empreendedor deve entender o que ele procura quando entra em contato com a empresa.

Ele busca por novos produtos? Está atrás de orientações de como funciona uma mercadoria ou serviço? Ele deseja conhecer a empresa? Todas estas questões são importantes para que se construam ações assertivas que supram as necessidades deste cliente.



Além disso, ao ter um parâmetro de como o consumidor chega até o empreendimento e o que ele espera encontrar, é possível identificar pontos de melhoria para o negócio, como engajar os vendedores para prospectarem mais ativamente os clientes, investir em uma equipe de assistência técnica ou até desenvolver melhorias e oferecer novas mercadorias.

E como você pode fazer isso? Procure investir na implantação de uma central de informações, onde você poderá coletar dados sobre o seu cliente e potenciais parceiros, o que auxilia no entendimento deste perfil de consumidor. Isto pode ser feito através de um pequeno cadastro, ou até mesmo de pesquisas feitas com o próprio responsável pelo pós-venda.

Pontualidade e agilidade

Quando um cliente procura por um estabelecimento, seja na loja física ou virtual, espera que seja atendido o mais breve possível. Por isso, é extremamente importante que os vendedores da empresa tenham agilidade para fazer esta abordagem inicial.

Prepare a equipe para que ela consiga oferecer respostas rápidas e assertivas, além de demonstrar amplo conhecimento no segmento/ramo da empresa e produtos oferecidos, como destacamos anteriormente.

Mas se o cliente solicitou atendimento através de algum canal digital? Se não puder atender um consumidor online naquele momento, envie uma mensagem de saudação e avise que em breve entrará em contato, para que ele saiba que tem a atenção do atendente, e não fique ansioso ou irritado achando que não foi notado ou está sendo ignorado.

Pós-venda é essencial

Nunca deixe que o contato com o consumidor termine após concluir uma venda. Depois de um produto ou serviço adquirido, é essencial que a empresa entre em contato com este cliente para saber como foi sua experiência de compra, se a mercadoria ou serviços cumpriram com a expectativa e benefícios propostos ou até mesmo se possui críticas a serem feitas, para que a loja possa corrigir possíveis falhas.

Um pós-venda bem feito é importantíssimo para garantir que este consumidor retorne para o estabelecimento depois de realizar suas compras.

No caso daquelas pessoas que entraram em contato ou visitaram pessoalmente a loja, mas não concluíram a compra, também é válida uma aproximação em outro momento, seja para saber o motivo de não ter investido na loja (a abordagem deve ser feita de forma amigável e sem ser invasiva), ou para convidá-lo a conhecer um novo produto.



Lembra da importância de coletar informações sobre seus clientes? Esse é só um dos exemplos que demonstram como esse tipo de ação pode lhe ajudar a criar ações estratégicas para estreitar os laços entre sua empresa e o cliente, demonstrando que você se importa e leva em consideração as opiniões e experiências dele ao entrar em contato com o empreendimento.

Construa uma rede de contatos

Atualmente a cultura de relacionamento entre empresas e seus clientes permite, na maioria dos casos, uma abordagem mais informal. Para que isso seja efetivo, procure ter em mãos uma forma de contato mais próxima e rápida com este consumidor, seja através de um número de telefone, WhatsApp ou Telegram, ou até mesmo nas redes sociais.

Além de facilitar a abordagem, tornando ela mais ágil, é possível criar listas de “clientes VIPs”, em que o vendedor ou empresário poderá recompensar de alguma forma estes consumidores fidelizados, e que aceitaram ter este contato mais próximo.

Isto pode ser feito através de promoções exclusivas, pré-venda de produtos, encontros e coquetéis para apresentação de um novo serviço, entre outras ações. Além de criar um vínculo com a empresa, este consumidor se sentirá valorizado, o que também pode gerar um marketing e divulgação orgânica para outras pessoas.



ACIL



4º PASSO

Tratamento de dados

A LGPD nas vendas

Em 2020 entrou em vigor no Brasil a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), com o principal objetivo de proteger e resguardar dados considerados pessoais de Pessoas Físicas.

Todo empreendimento tem a obrigação de comunicar a coleta e garantir a segurança destas informações, que podem ser nome, endereço, telefone, orientação sexual, religião, características físicas, entre outros dados pessoais.

Tudo aquilo que possa ser utilizado para identificar uma pessoa, é considerada uma informação pessoal nesta nova legislação e deve ser tratada com sigilo e mantida em segurança.

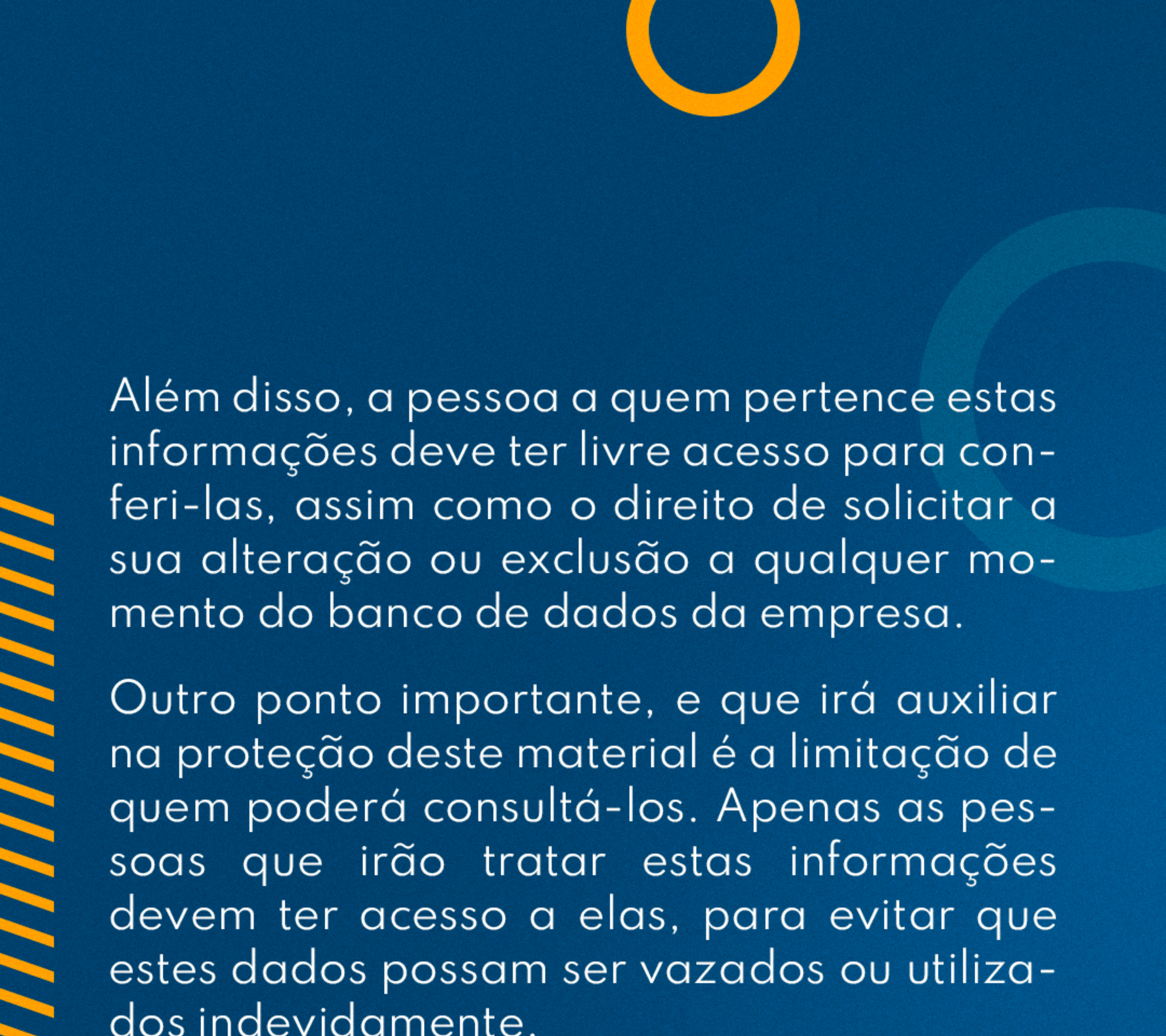
Com isso, a empresa que possui interesse em construir uma base de dados de clientes ou que já possua uma, por exemplo, precisa tomar algumas medidas para se regularizar e garantir o seu uso correto, tendo como respaldo a própria legislação.

Consentimento, transparência e segurança

O primeiro passo é organizar o banco de dados, providenciando a autorização por escrita, seja na forma de assinatura ou digitalmente, de todas as informações pessoais de clientes, fornecedores e colaboradores que a empresa possua.

A empresa deve ser muito clara sobre qual o motivo da coleta deste dado, assim como a utilização dele. Lembrando que a LGPD proíbe a venda ou qualquer outro tipo de compartilhamento destas informações com terceiros, e a partir do momento que a empresa coleta estas informações, ela passa a ser responsável por sua segurança e será penalizada por qualquer tipo de vazamento ou uso indevido.

Sendo assim, uma observação importante sobre a coleta de dados pessoais é que a captação de informações seja limitada ao que será utilizado para as ações da empresa, ou seja, o cliente deve ser informado sobre o motivo de estar passando tais informações assim como a sua utilização.



Além disso, a pessoa a quem pertence estas informações deve ter livre acesso para conferi-las, assim como o direito de solicitar a sua alteração ou exclusão a qualquer momento do banco de dados da empresa.

Outro ponto importante, e que irá auxiliar na proteção deste material é a limitação de quem poderá consultá-los. Apenas as pessoas que irão tratar estas informações devem ter acesso a elas, para evitar que estes dados possam ser vazados ou utilizados indevidamente.

Uma dica é criar documentos digitais com login e senha individual para o colaborador responsável pelo tratamento, assim como impedir a cópia destes arquivos.

ATENÇÃO: Para implantar corretamente a LGPD em uma empresa, a melhor atitude é consultar um profissional jurídico especializado no tema, para que ele adeque sua empresa nas novas normas o quanto antes. A lei já está em vigor e caso haja alguma irregularidade, você pode ser penalizado.

EM BREVE!

E aí, gostou das dicas? Então, fique ligado que este é apenas o primeiro volume de uma série de e-books que vão auxiliar o empreendedor em suas vendas, com dicas e orientações básicas para quem quer melhorar esse processo dentro da empresa.

Na próxima edição, falaremos sobre as redes sociais e como elas podem ser utilizadas para atrair novos clientes, sendo um catálogo digital de seus produtos e serviços, além de serem perfeitas para estreitar o relacionamento da empresa com seu público.

Aguardem!



ACIL

A **ACIL** fica localizada na
Rua Santa Cruz, 647 - Centro.

☎ (19) 3404-4900

📞 (19) 3404-4900

📍 (19) 97148-6290

✉ acil@acillimeira.com.br

🌐 www.acillimeira.com.br



ACIL