

A Mãe Vai Bem, e o Seu Negócio Como Vai?

Por Soeli de Oliveira Planejamento e boa gestão das empresas é o mínimo necessário para que se tenha certa proteção contra os ambientes adversos. O sucesso assim como nossa felicidade não pode ser delegado. Todo empresário bem sucedido é um sujeito inquieto por natureza, que esta sempre melhorando porque, com crise ou sem crise, assume o comando e a responsabilidade pelo sucesso do seu negócio. O Varejo Vive de Promoções e Requer Dinamismo e Criatividade

O Dia das Mães é a segunda melhor data do ano para o varejo, ficando atrás somente do Natal. Mas, como dizem os livros de auto-ajuda "sucesso só vem antes do trabalho no dicionário", pois no dicionário o "s" vem antes do "t". Para garantir boas vendas nesta data é necessário planejamento. Como a data é essencialmente afetiva, os apelos emocionais motivam e devem ser utilizados, uma vez que o coração está mais perto da carteira do que o cérebro. A Área de Vestuário é Uma das que Mais se Beneficia

Uma pesquisa realizada pela Fecomércio revelou que no mês de maio as vendas no setor crescem cerca de 44% em relação ao mês anterior. Mas, se o produto que você vende não for para as mães? Os setores ligados à moda e utilidades femininas são altamente favorecidos pelo Dia das Mães, onde o foco é a mulher. Isso não significa que os outros segmentos também não se beneficiem. Pequenos detalhes são importantes para aqueles que desejam promover maiores vendas de seus produtos e serviços que não estão diretamente relacionados com a data.

Datas Comemorativas Sempre Aquecem o Comércio Cabe ao lojista perceber as oportunidades. Façamos uma análise:

- 1) O cliente sai de casa com a intenção de realizar compras;
- 2) As pessoas quando presenteiam alguém, também gostam de adquirir algo para si;
- 3) Todas as pessoas sempre precisam ou desejam algo como: créditos para o seu celular, pilhas para o seu mp3, um bloco de notas, artigo de cuidados pessoais, etc. Esse é o momento certo para expor seus produtos, pois o consumidor está mais atento às vitrines;
- 4) Fazer a vitrine fisgar o consumidor. O cliente pode se sentir motivado a comprar por impulso.

Público Alvo O perfil do cliente define as estratégias a serem utilizadas na gestão do negócio. Sem saber quem é o público-alvo, o empreendedor estará dando tiros no escuro, sem saber quem e quando irá acertar. Entretanto, nesta data, o grande frequentador é principalmente o filho, filha ou marido. Descobrir qual a necessidade específica deste comprador é um ponto muito importante. O que ele pretende além de presentear? - Conquistar? - Reconquistar? - Demonstrar gratidão? - Demonstrar amor? - Aparentar status? - Ajudar? - Ser lembrado?

Lembre-se, que quem quer ser lembrado pelos seus clientes, precisa fazer diferente dos seus concorrentes.

Promoção de Vendas O lojista deve oferecer produtos interessantes para presentear às mães. Deve oferecer benefícios adicionais como preço, prazo e brindes e deixe claro que a promoção tem prazo e estoques limitado.

Parceria nas Promoções É muito importante buscar parcerias para a elaboração de uma promoção, principalmente quando a loja não possui produtos para as mães. O lojista também pode articular parcerias para que seus clientes comprem na sua loja um produto para eles e ganhem algum presente para suas mães. "Na compra de um jogo de chaves de fenda, ganhe um vaso de flores". "Compre um par de sapatos e concorra a uma jóia da joalheria (parceira)

É oportuno promover concursos e sorteios nesta data, mas lembre-se de: - Alavancar parceria com outras empresas para fornecer os prêmios ou brindes em troca de divulgação da marca; - Criar e divulgar amplamente o regulamento; - Divulgar o ganhador.

Produtos A loja deve oferecer um mix de produtos e promoções de curto prazo. No entanto, as promoções não devem ser de fim de estoque, mas de produtos de lançamento, com alguma vantagem no preço ou na forma de pagamento.

Atendentes O lojista deve ter opções para todas as pretensões. Se a loja possui opções de presentes para os mais variados estilos de mães, é fundamental treinar a equipe de vendas para consultar junto ao consumidor qual o perfil da mãe a ser presenteada.

Embalagens Tenha e exponha opções de embalagens para presentes. Embalagens são fundamentais quando o produto é para presente. Muitas vezes valem mais do que o próprio produto e podem se tornar o principal motivo de decisão de compra.

Condições de pagamento Pesquisas demonstram que nesta época do ano o consumidor está financeiramente comprometido e, por isso, fornecer diversas formas de pagamento e descontos torna-se um excelente diferencial.

Relacionamento Aproveite para se comunicar com seus clientes nesta data tão importante. Envie um cartão via e-mail, quem sabe um buquê de flores virtual, uma mensagem via SMS, um cartão via correio, são boas sugestões.

Ponto de Venda Melhorar o layout e caracterizar o ambiente com a data gera bons resultados. O consumidor compra com os olhos e a imagem da loja soma muito na hora da escolha.

Como ferramenta de comunicação, pode-se dizer que a vitrine é a que oferece retorno mais rápido, pois no momento em que é montada já começa a vender.

Olhe para o Seu Negócio e Responda com Sinceridade

- Você sabe o que e quanto vendeu no ano passado nesta data e quanto quer vender a mais neste ano?
- Você tem feito reuniões semanais com seus colaboradores focando o aumento das vendas e os preparativos necessários?
- Já aumentou os estoques para o Dia das Mães?
- Você articulou alguma parceria com fornecedores, lojistas ou prestadores de serviços? Estas parcerias incluem troca de cadastros também?
- Sua loja esta bonita, limpa, pintada, organizada, iluminada e com a fachada chamativa?
- Definiu um slogan marcante para chamar a atenção para esta data?
- O uniforme de seus colaboradores está chamativo e convidativo à compra?
- Você planejou algo especial para seus clientes? Sua loja desenvolveu uma nova embalagem, planejou algum sorteio, concurso ou brinde surpresa para os seus clientes?
- Planejou um cartão especial para brinde ou venda adicional?
- Quais as facilidades de pagamento que você esta oferecendo?
- Sua loja (comunicação interna) e vitrines estão decoradas com o tema do Dia das Mães?
- Você pensou em divulgar no seu web site, e-mail, SMS, mala direta, rádio, carro de som, jornais, encartes, TV, faixas, outdoor?
- Você já mandou fazer panfletos e distribuir nas residências, na porta de entrada de fábricas e escolas?
- Você tem cadastro de clientes que compraram no ano passado, para convidá-los para conhecer as novidades deste ano? Aliás, você tem novidades este ano?
- Seus colaboradores estão bem treinados para

atuar como consultores de vendas? – Como vai premiar seus colaboradores que venderem mais? O empreendedor que conseguir responder positivamente a pelo menos metade destas perguntas, com toda certeza terá melhores resultados neste ano do que nos anos anteriores.

About the Author

Soeli de Oliveira é Consultora e Palestrante das Áreas de Varejo, Vendas, Motivação e Atendimento e-mail: soeli@sinos.net fone: (51) 9674-8677 – Novo Hamburgo - RS.

Source: <http://www.centralartigos.com>