Como Vender Mais no Dia dos Pais?

Por Soeli de Oliveira Cabe ao lojista perceber as oportunidades. O aproveitamento de datas especiais é uma ótima estratégia para alavancar mais e melhores vendas. Segundo as entidades representativas do comércio, as datas mais lucrativas para o varejo são: Natal, Dia das Mães, Dia dos Namorados, Dia dos Pais e o Dia das Crianças. E a cada ano, o Dia dos Pais vem crescendo em importância. Além de ser uma data tradicional no calendário do comércio, a data conta com o apelo emocional e coincide com as liquidações de artigos de inverno e com os lançamentos das novas coleções, gerando um ambiente propício aos negócios. Mesmo que o público masculino não seja o foco do seu negócio, lembre-se que mães e filhos estão nas ruas e corredores. O lojista deve fazer promoções também para este público. Os clientes saem de casa com a intenção de compra. Este momento deve ser aproveitado. Produtos Faça uma reunião de planejamento com sua equipe. Analise seu “mix” de produtos e serviços e prepare diversas opções: lembranças, presentes e presentões.   Ofereça ofertas especiais, crie kits, incentive os indecisos a utilizarem a opção do cheque presente, ofereça pacotes de serviços e outros atrativos para chamar a atenção e conquistar novos consumidores.   Ofertas de sugestões classificadas por preço, facilitam a escolha dos compradores que têm este fator como principal atributo para escolha. A loja pode oferecer 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. Promoção de Vendas Lembre-se, que quem quer ser lembrado pelos seus clientes, precisa fazer diferente dos seus concorrentes. Deve oferecer benefícios adicionais como: preço, prazo e brindes e deixar claro que a promoção tem prazo e estoques limitados. É importante buscar parcerias para reduzir os custos das promoções. O lojista pode articular parcerias para que seus clientes comprem um produto para eles e ganhem algum presente para seus pais. “Na compra de um jogo de cama, ganhe um conjunto de chaves de fenda”. “Compre uma jóia e concorra a um terno da loja (parceira)” Também 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. Crie e divulgue amplamente o regulamento e não esqueça de divulgar o ganhador. Procure não se descuidar da divulgação. Promoções simples podem apresentar ótimos resultados. Excelentes promoções podem ser um fracasso. A diferença está na divulgação. Atendimento Sua equipe está preparada para atender diferentes públicos? Sabe conduzir e auxiliar a venda, ao invés de forçá-la? Prepare a sua equipe de venda com as melhores práticas de abordagem, sondagem, demonstração e fechamento de venda, para não perderem nenhuma oportunidade. Se a loja possui opções de presentes para os mais variados estilos de pais, é fundamental treinar a equipe de vendas para sondar adequadamente o perfil do pai a ser presenteado. Incentive as vendas adicionais como oportunidade de complementar o presente escolhido. Lembre seus vendedores para oferecerem junto ao presente cartões alusivos a esta data, outras peças de roupa e acessórios que complementem o presente escolhido. Se a sua equipe der um “show” de encantamento, esta será uma grande oportunidade para fidelizar os seus clientes, inclusive os novos, aumentando a sua carteira de clientes satisfeitos. 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 Aceitar variados meios de pagamentos, prazos estendidos e descontos é um excelente diferencial. Relacionamento Uma das maiores necessidades do ser humano é sentir-se importante. Mostre que sua loja lembrou de cumprimentá-lo nesta data especial. Envie um cartão via e-mail, uma mensagem via SMS ou um bonito cartão via correio. Faça um trabalho de telemarketing, com a devida antecedência, comunicando aos seus clientes as principais ofertas da loja. Aproveite para avisar a chegada de novos lançamentos, promoções, serviços e facilidades de pagamento. Cadastre os novos clientes para que possam ser realizadas ações de pós-venda para convidá-los a voltar a comprar em outras ocasiões. Ponto de Venda Melhorar o “layout” e caracterizar o ambiente com a data gera bons resultados. A imagem da loja soma muito na hora da escolha. Dar dicas, criar situações que sugerem o produto ou serviços são estratégias que garantem um bom retorno. Vitrine A vitrine é responsável pela atração da loja. Em tempos de recursos escassos para investir em mídia, é fundamental aproveitar ao máximo o potencial das vitrines para seduzir os clientes que passam na frente da sua loja. 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. Dicas - Pesquise os principais concorrentes para identificar as ofertas por eles oferecidas e contra-atacar com outras alternativas de maior atratividade; - Utilize materiais decorativos como banners, placas, adesivos com imagens e textos que emocionem o público-alvo; - Nunca coloque produtos no chão – isso desvaloriza as mercadorias; - Nas vitrines menos é mais. Evite excesso de produtos. Quem quer mostrar tudo acaba não destacando nada; - Ambiente escuro não atrai. Invista numa boa iluminação; - Mantenha as vitrines sempre limpas. - Desenvolva o capital intelectual da sua empresa. Passado a data, avalie os resultados obtidos, comparando com anos anteriores e anote o que deu certo e o que não foi tão bem, para que possa ser corrigido no ano seguinte.

Soeli de Oliveira é Consultora e Palestrante do Instituto Tecnológico de Negócios, nas áreas de Varejo, Vendas, Motivação e Atendimento - E-mail: soeli@sinos.net - Novo Hamburgo - RS

About the Author

Soeli de Oliveira é Consultora e Palestrante do Instituto Tecnológico de Negócios, nas áreas de Varejo, Vendas, Motivação e Atendimento - E-mail: soeli@sinos.net - Novo Hamburgo - RS

Source: http://www.centralartigos.com