

## Quando o Menos é Mais nos Negócios

Se você já tem ou está abrindo um negócio, uma vez escolhido o mercado a ser atendido, é hora de decidir qual a posição que sua empresa irá ocupar na mente dos consumidores. &nbsp; Posicionamento é o lugar que sua empresa ocupa na mente dos clientes em relação aos seus concorrentes. &nbsp; Para facilitar a tomada de decisão, os consumidores “posicionam” na mente os produtos e as empresas em categorias. &nbsp; Se os clientes não percebem a diferença da sua empresa em relação aos concorrentes, seu negócio terá dificuldades para crescer ou até mesmo para se manter no mercado, pois tanto faz comprar de uma ou de outra empresa. &nbsp; O posicionamento é como a personalidade de uma pessoa, se forma gradativamente, tanto pelo que ela faz, quanto pelo que ela deixa de fazer. &nbsp; Para que o posicionamento de um negócio seja consistente devem ser tomados os seguintes cuidados: &nbsp; 1º. Definir claramente um público-alvo específico; &nbsp; 2º. Atuar de modo a conquistar a credibilidade e o reconhecimento junto a esses clientes; &nbsp; 3º. Ter disposição para experimentar novos produtos e aperfeiçoá-los a partir das sugestões dos usuários. &nbsp; Dificilmente terá sucesso o empreendedor que ao montar as prateleiras do seu negócio próprio, não tiver definido quem serão os seus clientes. E, para definir os clientes é recomendável responder as seguintes perguntas: &nbsp; 1 - Quem comprará os seus produtos? Uma pessoa? Uma família? Uma empresa? &nbsp; 2- Por qual motivo os clientes compram seus produtos? &nbsp; 3 – Qual o perfil do cliente que comprará os produtos? Sexo? Faixa etária? Renda Mensal? Onde reside? Qual sua profissão?&nbsp; Qual o seu lazer? O que assiste na TV? Que jornais e revistas ele lê? &nbsp; 4 – Quando compra os produtos? Diariamente? Mensalmente? Ocasionalmente? &nbsp; 5 – Como o cliente compra os produtos? Por impulso? Compra planejada? Compra sozinho? Consulta outras pessoas? Se sim, a quem consulta? &nbsp; O mercado-alvo é o grupo de consumidores que possuem necessidades e características em comum, comportamento de compra semelhante aos que você pretende atender. &nbsp; Conhecendo os consumidores e as suas necessidades, poderá atendê-los melhor que os concorrentes. &nbsp; Não tente adivinhar! Procure saber tudo o que puder sobre o seu mercado. Somente assim, sua empresa poderá se especializar no atendimento das demandas específicas de um determinado grupo de clientes, oferecendo produtos e serviços do seu gosto e interesse. &nbsp;

## About the Author

Soeli de Oliveira é Consultora e Palestrante de Varejo, Vendas, Motivação e Atendimento do Instituto Tecnológico de Negócios - e-mail: [soeli@sinos.net](mailto:soeli@sinos.net) &nbsp; - Novo Hamburgo - RS.

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