



Técnico em Vendas

Merchandising no PDV



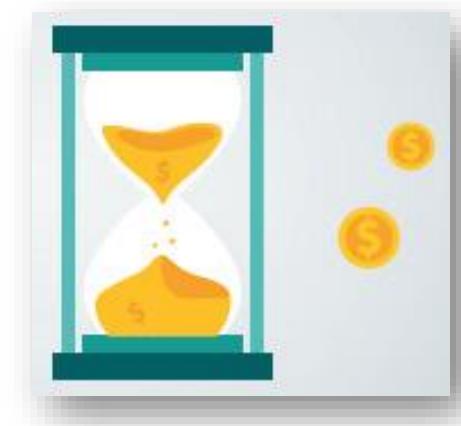
PROFESSOR: EDER FABENI

**CONTEÚDO: UNIDADE IV –
ESTRATÉGIAS DE PDV**

DATA: 26.09.2018

4.5 Defina um prazo na promoção

Esse pode parecer um pequeno detalhe, mas pode fazer toda a diferença. Uma promoção sem prazo faz com que os consumidores fiquem adiando a visita à sua loja, pois não há pressa. Isso pode fazer com que eles, pelos mais diversos motivos, desistam da compra.



Já quando há um prazo bem definido, cria-se um sentimento de urgência. Se a promoção dura até o final da semana, todos se obrigarão a ir até lá conferir dentro desse prazo, aumentando as vendas naquele período e liberando a loja para partir para a proxima ação.

4.6 Lembre-se de divulgar bem

A pior coisa que pode acontecer é você criar uma ótima promoção, decorar a sua loja e, no fim das contas, poucas pessoas aparecerem para conferir. Por isso, é essencial que essa informação chegue aos ouvidos de todos os interessados. Uma promoção de sucesso começa com uma boa divulgação.



Você precisará utilizar as mais diversas formas para divulgar, dependendo do perfil de clientes e da magnitude da sua promoção. Entre as opções estão: jornal, rádio, televisão, redes sociais, e-mail, panfletos, telefone e cartazes.

4.7 Envolva os clientes antigos de novas maneiras

Em algum momento, mesmo os clientes fidelizados podem deixar de visitar a loja com frequência. Para trazê-los de volta, mude a estratégia. Faça algo novo e use o poder das mídias sociais para informá-los. Pense em maneiras de obter a atenção dos clientes antigos: pode ser um novo tipo de desconto oferecido, um brinde pela fidelidade, informar sobre um novo produto, etc. A criatividade conta muito nesse processo!



4.8 Melhore o atendimento ao cliente

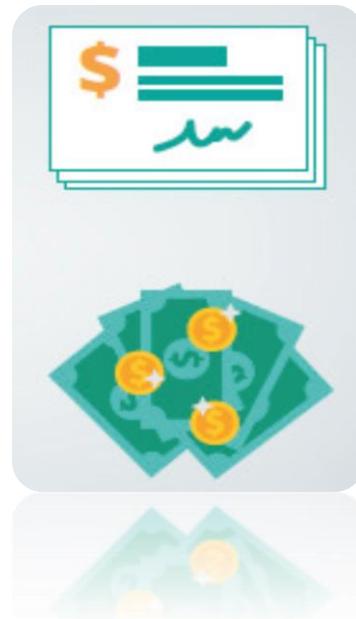
Há uma razão para os consumidores optarem por lojas menores na hora da compra. Pequenas e médias empresas costumam oferecer atendimentos melhores e personalizados.



Por isso, foque em atender os clientes sempre sorrindo, ofereça alguns mimos como café ou água, seja sempre gentil, demonstre conhecimento do produto que está vendendo e seja entusiasta. Essas pequenas atitudes vão contribuir para trazer mais clientes para a sua loja e aumentar o potencial de retorno.

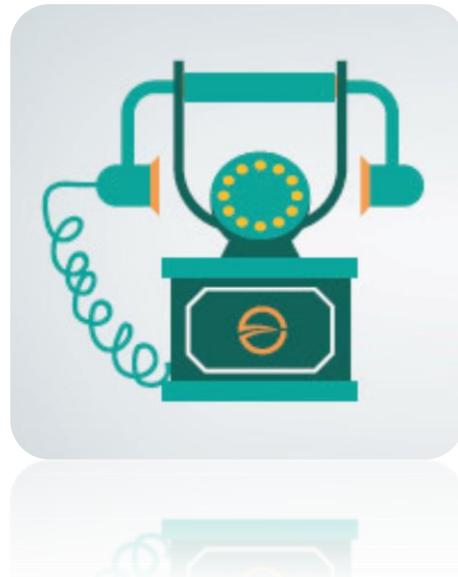
4.9 Tente fazer a venda no crediário próprio

Se o cliente comprar no crediário, no próximo mês, ele irá retornar à loja para fazer o pagamento, e ele poderá ir sozinho, levar um amigo ou um familiar. Ou seja, o crediário próprio ajuda a captar novos clientes, sem contar que a possibilidade de uma nova compra é muito grande. E não se esqueça de sempre consultar o SPC, SCPC ou Serasa para saber como está a situação financeira do cliente, mesmo sendo cliente tradicional da loja. É um investimento baixo e ajuda muito a deixar seu crediário mais sadio. Também não se esqueça de antes de decidir vender no crediário próprio analisar o capital de giro próprio para saber se terá condições de bancar as vendas a prazo.



4.10 Mantenha contato com os clientes

Quando digo que você deve manter o contato com os clientes que conquistou para eles não se esquecerem da sua loja, não significa apenas oferecer promoções ou fazer outro tipo de publicidade. Faça também contatos informais. Seja mais pessoal, mande uma mensagem de felicitações pelo aniversário, por exemplo. Seja por e-mail, telefone ou redes sociais, essa estratégia criará um vínculo de amizade com o cliente, que jamais o esquecerá. É importante lembrar também que o feedback dado pelos clientes é muito valioso para identificar as oportunidades de melhorias possíveis.



Não se esqueça que o esforço para aumentar o tráfego de clientes na loja física deve ser contínuo e, mesmo achando que o fluxo atual de visitantes é suficiente, saiba que ele sempre pode ser melhorado. Aproveite as dicas e comece hoje mesmo o seu plano para atrair e encantar consumidores!

