

QUERO VENDER MAIS QUAL O PRIMEIRO PASSO?

por Vagner Isidorio



Vendas estão sempre na mente do empresário, ora trazendo satisfação, ora preocupação. Desde o primeiro dia, a necessidade de vender mais é constante, não é mesmo?

Esse pensamento é essencial para o crescimento do negócio. Quando um empresário se acomoda, a estagnação e o declínio se tornam riscos reais. Felizmente, a maioria busca sempre aumentar as vendas.

Apostar que o cliente virá espontaneamente já não funciona há anos. Com a concorrência cada vez mais forte, é preciso seguir um caminho estruturado, sem atalhos. Quer saber por onde começar?

1º ESTABELEÇA SEU PÚBLICO-ALVO

Antes de lançar seu produto, defina quem é seu cliente: classe social, idade, poder aquisitivo, entre outros fatores. Com isso, suas campanhas serão mais eficazes, sua prospecção mais eficiente e seus investimentos menores.

2º SEJA INOVADOR

Inovação não é só tecnologia ou produtos inéditos.

Pequenos detalhes podem fazer a diferença: um bar pode inovar na apresentação dos pratos, uma loja de sapatos no atendimento personalizado. Criatividade gera impacto e fidelização.

3º TENHA UMA EQUIPE DE VENDAS CAPACITADA

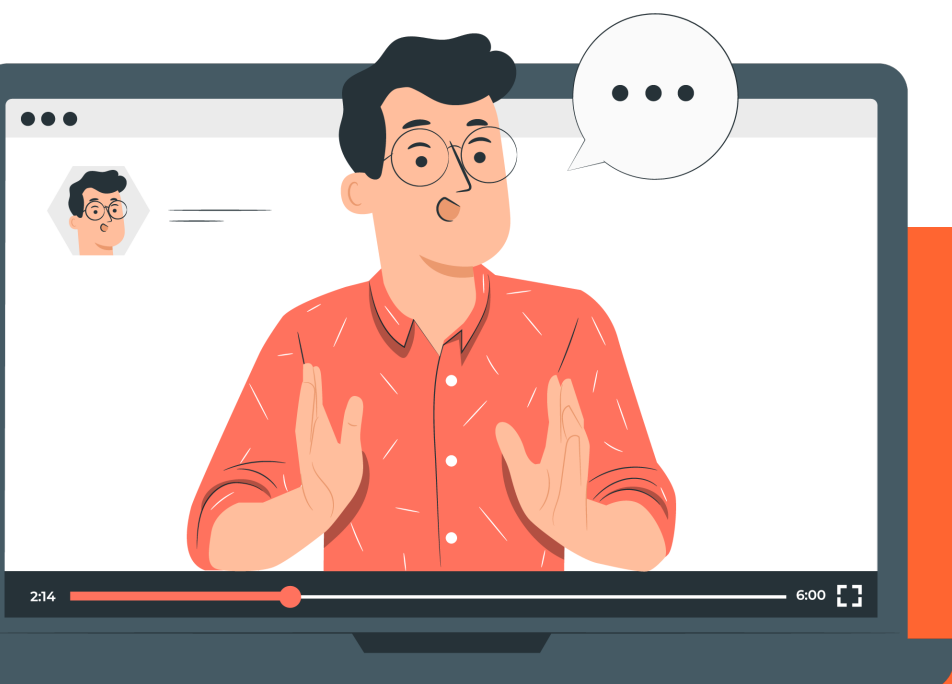
“O que faz a diferença entre vender ou não é o atendimento.” Você realmente aplica isso na sua empresa? Uma equipe bem treinada, motivada e focada em resultados evita que seu negócio fique à mercê do mercado. Arregace as mangas e busque os melhores!



4° DIVULGUE SEU PRODUTO/EMPRESA

Quanto mais pessoas conhecerem seu produto, maiores suas chances de venda. Marque presença digital no Facebook, Instagram e YouTube, invista em um site simples e campanhas patrocinadas. E lembre-se: sem acompanhamento, o investimento pode ser desperdiçado.

Muitos cortam a verba de divulgação para reduzir custos, mas isso é um erro. Melhor renegociar um aluguel do que parar de atrair clientes – afinal, de que adianta um ótimo produto sem ninguém para comprá-lo?



5° AGRESSIVIDADE COMERCIAL

Ser comercialmente agressivo não é agir com violência, mas sim ter foco total na área comercial. Esse comportamento é essencial para alcançar resultados. Mas o que fazer?

DEFINA INDICADORES DE DESEMPENHO:

- Meta de vendas por vendedor
- Ticket médio mínimo
- PA (Peças por Atendimento) – número mínimo de itens por venda
- Acompanhamento semanal com reuniões de feedback

ESTABELEÇA PADRÕES DE ATENDIMENTO:

- Ser educado não basta, é preciso um atendimento estratégico.
- Como atender ao telefone?
- Regras de uniforme e apresentação (barba, cabelo, maquiagem, etc.)
- Turnos ajustados às necessidades dos clientes ou apenas dos funcionários?
- Pós-venda: 4 dias após a compra, alguém da empresa liga para medir a satisfação (exceto o vendedor)
- O vendedor acompanha o cliente até a saída após a compra?

Sua empresa está realmente comprometida em oferecer a melhor experiência de compra?

Esteja antenado a sua necessidade de estoque. Todo empresário sabe que manter um estoque em perfeitas condições não é tarefa fácil. Se ele for muito maior que sua necessidade, vai faltar dinheiro no caixa para honrar com os compromissos do mês (seu dinheiro está em mercadorias, não em dinheiro ou saldo bancário), se ele for menor que o necessário, você vai perder faturamento e principalmente clientes, pois caso ele volta a loja lhe pedindo o mesmo produto e você, mais uma vez, não tem – ele vai te trocar pelo seu concorrente.

O mercado é muito competitivo e a sua concorrência está trabalhando diariamente e cada vez melhor.

Acompanhe nossas redes sociais agora e tenha acesso a conteúdos ainda mais valiosos! Quero saber o que você achou desse eBook — deixe seu feedback por lá!

Siga minhas redes sociais e continue essa jornada de aprendizado comigo!

Vagner Isidório

