



COMPORTAMENTO DE CONSUMO

### NATAL MAIS DIGITAL REQUER AMPLA ESTRATÉGIA DE VENDAS PARA PEQUENOS NEGÓCIOS



Diante das mudanças no comportamento de consumo trazidas pela Covid-19, a expectativa é que o Natal seja mais digital neste ano. Mesmo com a reabertura dos estabelecimentos e o retorno do atendimento presencial, os empresários devem pensar em estratégias de vendas que contemplem os clientes que vão optar pelas compras online.

Na loja de games do empreendedor Roger Glasser, em São Paulo, nos últimos finais de ano, ele tem apostado em uma estratégia para agradar o cliente com promoções que realmente valem a pena. A ideia foi criar uma lista de intenções de compra de acordo com o interesse dos clientes. Segundo Roger, a experiência tem dado muito certo.

“Com essa lista fica mais fácil para negociarmos descontos maiores com nossos fornecedores, tendo em vista que oferecemos produtos que variam de R\$ 300 a R\$ 1 mil”, comentou. Estudo global “Back to Business, Holiday Edition”, realizado pela Visa em oito mercados ao redor do mundo, incluindo o Brasil, apontou que 54% dos brasileiros entrevistados vão realizar a maioria das compras de final de ano no comércio eletrônico.

A pesquisa mostra, que apesar da crise, 89% dos brasileiros pretendem fazer compras de Natal, sendo que a maioria (58%) deve optar por apoiar o comércio de bairro e por concentrar mais da metade das compras nesses tipos de estabelecimentos, seja de forma presencial ou online.

De acordo com gerente de relacionamento com o cliente do Sebrae, Enio Pinto, o otimismo do para as vendas do final do ano já começou e 2020 pode ser considerado o ano do comércio online. “Os consumidores digitais vieram com tudo e mesmo quem tinha receio de comprar online, enxergou esse modelo como uma alternativa para continuar o consumo em meio à pandemia”, analisou.

O especialista alerta que os empresários devem ficar atentos aos legados da pandemia na hora de planejar as vendas natalinas. Para orientar os donos de pequenos negócios que



estão pensando em incrementar as ações na temporada, ele fez uma lista com cinco dicas de estratégias de vendas:

**1. Solucione problemas** – Oferecer soluções rápidas para as necessidades dos seus clientes é uma ótima maneira de fazê-lo voltar. Por isso, crie pequenas listas com sugestões de presentes, pois muitas pessoas têm dúvidas do que comprar para presentear amigos e familiares. Aproveite os recursos das redes sociais para isso, mostrando o benefício do seu produto ou serviço. Lembre-se que esse foi um ano diferente e que mais do que presentes, as pessoas querem se sentir queridas.

**2. Fidelize os clientes por meio de uma experiência de compra** – O Natal é uma grande oportunidade de aumentar os lucros, mas também um ótimo momento de criar relações duradoras com os seus clientes. Então, invista em um atendimento impecável e mostre que está disposto a ajudá-lo com uma experiência de compra diferenciada. Ofereça catálogos virtuais com os produtos por meio do Whatsapp, por exemplo, e fique à disposição para dar suporte em caso de dúvidas. Ofereça um serviço de entrega para o produto escolhido diretamente para o presenteado com cartões personalizados.

**3. Crie condições de pagamento atrativas e ofereça boas oportunidades** – Descontos e ofertas são boas formas de estimular o consumo. Com a digitalização dos meios de pagamento, ficou ainda mais fácil para realizar compras. Você pode disponibilizar entregas gratuitas dos presentes, a partir de um determinado valor; oferecer cupons de desconto na primeira compra online no site da loja, ou ainda disponibilizar vale presentes virtuais.

**4. Invista na decoração temática para atrair o público** – O espírito natalino deve estar presente tanto na sua loja física quanto nos seus canais de vendas digitais. Utilizar as redes sociais para mostrar a decoração da sua loja física é uma forma de atrair o público e estimular que visite o local. Capriche nas fotos da decoração e aproveite para criar um clima natalino com postagens temáticas.

**5. Treine sua equipe tanto de venda como de suporte** – Não adianta fazer um bom planejamento e deixar seu consumidor insatisfeito. Muitas empresas contratam mais funcionários nessa época, mas é preciso capacitá-los sobre a empresa e os serviços. Lembre-se que o consumidor está cada dia mais informado e exigente. Além disso, as vendas online apresentam uma dinâmica que requer agilidade para não correr o risco de perder a venda para a concorrência por causa de lentidão no atendimento. Deixe claro seu horário de atendimento nos canais digitais (AI/SEBRAE).

