

E-BOOK

CAMPANHAS PROMOCIONAIS

*Saiba como aumentar
suas vendas.*



Ter a casa sempre cheia é importante para manter as contas em dia e lucrar, não é mesmo?

Para isso, o seu estabelecimento precisa manter uma boa comunicação com os clientes e parceiros.

Campanhas de divulgação e promoções focadas no seu público-alvo podem aproximá-los da sua marca, além de destacar o seu comércio frente à concorrência.

E com uma comunicação ética e transparente, você também pode construir uma boa reputação e incentivar as pessoas que já o conhecem e confiam no seu estabelecimento, a indicarem para outras pessoas. ***A famosa divulgação "boca a boca".***

Uma pesquisa realizada pelo ***Instituto Nielsen*** apontou que **92% dos consumidores** no mundo confiam mais na indicação de um amigo ou familiar, do que em uma publicidade. Isso só prova o poder do marketing boca a boca.

Mas antes de falar sobre campanhas promocionais, é importante entender com quem você deverá falar. Ou seja: quem é o seu público-alvo.



Quem é o PÚBLICO ALVO?

Pense em quem compra o seu produto ou quem é o decisor da compra. Quais suas preferências, estilo de vida, comportamento? Onde vive, onde trabalha, como é sua estrutura familiar e social?

É a partir destas informações que você poderá definir o objetivo, a mensagem da campanha e onde ela será divulgada.

Por objetivo, considere desde atrair novos clientes, a fidelizar antigos consumidores.

Cada situação exigirá um caminho diferente a seguir, a depender também, é claro, da verba disponível.

***E não se engane.
É possível divulgar o seu negócio
de acordo com o tamanho do seu bolso.***

O que realmente importa é criar uma comunicação alinhada com o propósito do seu estabelecimento, e que dialogue com o seu público-alvo.



Onde o seu público-alvo está?

Para definir o melhor canal de comunicação com seus clientes é importante levar em consideração os seus hábitos. **Considere:**

- **Por onde seu público-alvo costuma acompanhar as notícias?**
- **Que tipo de conteúdo consomem?**
- **Estão familiarizados com tecnologia?**
- **Qual rede social utilizam?**

Independente do canal, seja via e-mail marketing, redes sociais ou WhatsApp, mantenha a consistência das mensagens e a recorrência.

E falando em WhatsApp, a própria ferramenta pode ser um canal de divulgação e vendas.

Uma pesquisa de 2021, realizada pela Consultoria Accenture, mostrou que **83% dos respondentes utilizam o aplicativo para fazer compras online.**



Estratégia de preço

PARA AUMENTO DE VENDAS

Quem nunca pediu aquele descontinho, não é mesmo?

Seja como consumidor ou empreendedor, a negociação faz parte do dia a dia. Mas quando se trata do seu negócio, é muito importante agir com planejamento no momento de fazer promoções e oferecer descontos.

Quanto de desconto você pode oferecer?

Considere a entrada de capital e o seu custo para manter o negócio funcionando. Sabendo disso, defina quanto da sua margem você está disposto a investir em uma promoção ou desconto.

Para garantir uma margem de lucro saudável, uma boa estratégia é negociar a compra de itens perto da validade.

Com insumos mais baratos, você pode reduzir os seus custos de produção e, conseqüentemente, garantir um preço mais competitivo para o consumidor final.

Você também pode estimular a saída de produtos parados no estoque, ou que estejam próximos ao vencimento.

Lembre-se de que comprar e vender produtos perto do vencimento é permitido, desde que estejam dentro do prazo de validade — jamais venda produtos que passaram da data de validade, já que apresentariam um risco à saúde do consumidor.



Qual o valor percebido pelo seu cliente?

Tenha em mente que o valor do seu produto ou serviço vai além do preço. Conheça bem o que você oferece e o que isso representa para o seu cliente.

Caso o valor percebido seja alto, dar um brinde pode surtir mais efeito do que um desconto.



Qual o objetivo da sua campanha promocional?

Dependendo da fase do seu negócio, uma estratégia de preço promocional pode fazer sentido, como no lançamento. Mas se a marca já estiver bem estabelecida e o objetivo for a recorrência, no lugar do desconto uma campanha de fidelização pode fazer mais sentido.



Fique de olho na concorrência

Dependendo da estratégia adotada pelos seus concorrentes, você poderá notar tendências no mercado, e ajustar as suas campanhas para se manter à frente.

Isto porque, só oferecer um produto ou serviço de qualidade já não é mais suficiente para garantir que o cliente volte ao seu estabelecimento.

Para se ter uma ideia, o Brasil tem cerca de **740 mil bares e restaurantes** realmente abertos e operando, segundo o **Instituto Foodservice Brasil (IFB)**. São milhares de empreendedores buscando diferenciais para atrair a clientela.

Campanhas

DE FIDELIZAÇÃO

Fidelizar um cliente significa conquistar sua preferência para que não te troquem por nenhum outro concorrente.

É garantir a sua satisfação para que não só consumam seus produtos, mas também para que recomendem seu negócio para outros consumidores.

Para isso, vale lembrar os primeiros tópicos deste material.

Conheça o seu público-alvo!

Quais suas preferências, estilo de vida, comportamento? Onde vive, onde trabalha, como é sua estrutura familiar e social?

Assim, você consegue desenvolver estratégias mais alinhadas às suas necessidades.

Uma ferramenta que pode te ajudar a conquistar e fidelizar o público, é o "Mais Clientes".

Acessando o Meu Estabelecimento, você pode criar promoções personalizadas de cashback. Ou seja, ao comprar no seu comércio, o cliente recebe dinheiro de volta direto no saldo do cartão Alelo.

Você pode personalizar os valores, dias, horários e limites de uso da maneira como desejar.

E tem até a opção de criar um programa de fidelidade com selos digitais, que também dá dinheiro de volta aos seus clientes!

Campanhas em DATAS COMEMORATIVAS

Já que existem diversas datas comemorativas e sazonais ao longo do ano, use o calendário a seu favor.

Dia das Mães, Dia dos Pais, Dia do Cliente, Black Friday e muitas outras, são datas em que o comércio está aquecido.

Por isso, são ótimas oportunidades para alcançar novos clientes e aumentar a frequência de compra dos que já estão fidelizados.

Contudo, a atenção dos consumidores nessas datas é sempre muito disputada, por isso, garanta que a estratégia de comunicação e canal escolhidos conseguirão levar sua mensagem até eles.



A importância DO ATENDIMENTO

Não dá para falar em campanhas promocionais ou de fidelização se o básico não estiver coberto.

Um bom atendimento é peça chave para garantir a satisfação dos clientes.

Uma pesquisa realizada em 2021 pela companhia Zendesk, especializada em atendimento ao cliente, aponta que cerca de **75% dos consumidores** estão dispostos a gastar mais para comprar de empresas que proporcionam uma boa experiência.

Para isso é importante treinar seus funcionários frequentemente, para que estejam alinhados ao que sua marca propõe.

Além disso, entenda as expectativas dos seus consumidores, e crie formas de superá-las, oferecendo a ele mais do que foi prometido.



A importância

EM CADA DETALHE

Quando falamos sobre a comunicação da sua marca, não se trata apenas da logo, cores e design escolhidos para as suas redes sociais e campanhas promocionais.

Toda a experiência conta. Inclusive no seu estabelecimento físico, se este for o caso.

Como por exemplo:

- **Uma decoração alinhada aos valores do negócio;**
- **Ar-condicionado para os dias mais quentes e climatização para os dias frios;**
- **Música ambiente de acordo o perfil do público;**
- **Iluminação adequada;**
- **Espaço suficiente para locomoção de funcionários e clientes;**
- **Aroma agradável;**
- **Acessibilidade e muito mais.**

Esses itens farão toda a diferença para que a experiência do consumidor no seu estabelecimento seja única.

E em tempos de selfies, ambientes instagramáveis, que promovam o engajamento e interação dos clientes com os espaços, são uma ótima maneira de garantir a divulgação do seu negócio.



Seja um estabelecimento comercial parceiro Alelo

Todos os dias, mais de 10 milhões de pessoas, que trabalham nas 150 mil empresas-clientes da Alelo, buscam um local para usar nossos cartões.

É muita gente!

Por isso, ser um estabelecimento comercial credenciado à Alelo garante mais visibilidade para você, além de soluções que vão te ajudar com a gestão do seu negócio, a divulgação dos seus produtos, obter empréstimo e muito mais.

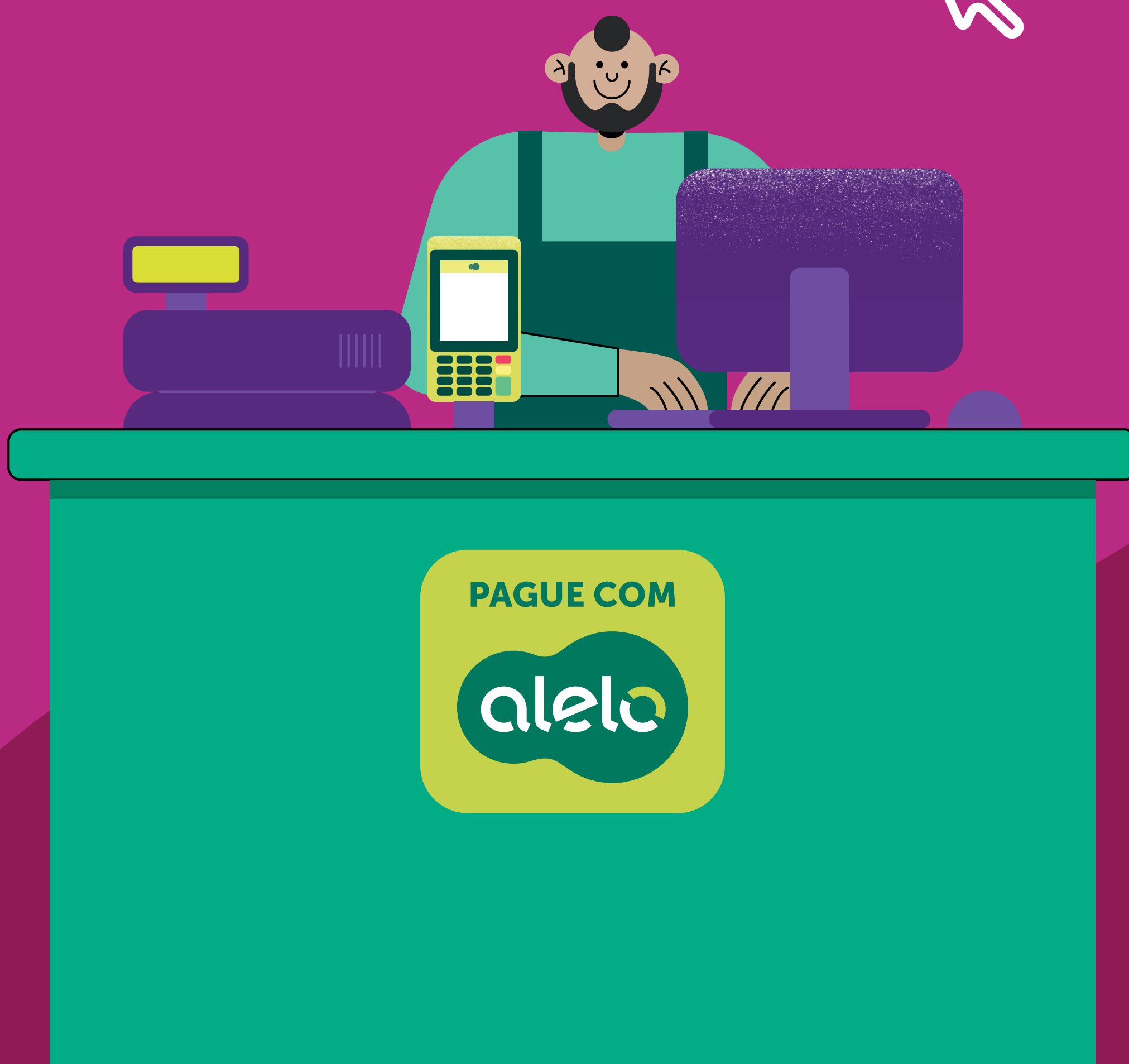
Faça o credenciamento e conte com a Alelo!

- Credenciamento;
- Painel Meu Negócio;
- Mais Clientes;
- Desenvolve;
- Antecipação de Recebíveis.



Gostou?

Clique aqui para conferir os demais capítulos





**Inteligência que conecta
pessoas e negócios**