



LEIA E DESCUBRA:

COMO
TREINAR A
EQUIPE PARA
VENDER MAIS
NO DIA DAS
MÃES

TÉCNICAS
DE
MERCHANDISING
PARA A
DATA

COMO
FIDELIZAR OS
CLIENTES
DO DIA DAS
MÃES

**E MUITO
MAIS!**





Antes de você iniciar oficialmente a leitura deste e-book, queremos fazer uma recomendação para ajudá-lo a aproveitar este conteúdo da melhor maneira possível. Este e-book é muito rico e denso!

Consumi-lo em um smartphone pode ser um pouco cansativo.

Portanto, para ter uma experiência de leitura mais agradável, recomendamos que o leia em um computador ou notebook. Afinal, este formato de tela proporcionará maior conforto para os seus olhos. Além disso, você estará em uma posição mais adequada para estudar.

Por último, é importante que você tenha em mente que desenvolvemos este material para você ler com calma e atenção, tomando notas sempre que necessário e inclusive tirando um tempo para planejar suas ações de Dia das Mães.

Bons estudos,

Equipe de Comunicação
Blog do Varejo

ÍNDICE

| | |
|--|-----------|
| INTRODUÇÃO: A IMPORTÂNCIA DE PREPARAR SUA LOJA PARA AS DATAS COMEMORATIVAS..... | 04 |
| CAPÍTULO 1: COMO PLANEJAR AS AÇÕES PARA AS DATAS COMEMORATIVAS NO VAREJO | 05 |
| CAPÍTULO 2: TÉCNICAS DE MERCHANDISING PARA VENDER MAIS NO DIA DAS MÃES | 06 |
| CAPÍTULO 3: COMO CRIAR PROMOÇÕES PARA O DIA DAS MÃES | 09 |
| CAPÍTULO 4: COMO TREINAR A EQUIPE PARA VENDER MAIS NO DIA DAS MÃES | 12 |
| CAPÍTULO 5: COMO FIDELIZAR OS CLIENTES DO DIA DAS MÃES | 18 |
| CHECKLIST PARA VENDER MAIS NO DIA DAS MÃES | 20 |



**Fique ligado! Este símbolo proporciona mais aprendizado para você.
Ao clicar, você será direcionado para mais detalhes sobre o assunto.**

INTRODUÇÃO

Historicamente, o Dia das Mães é a segunda data comemorativa que mais gera movimento e aumento de receita nos negócios do comércio, ficando atrás apenas do Natal.

Mesmo assim, muitos lojistas ainda cometem erros que atrapalham o desempenho das vendas nesta data. Entre eles, destacam-se:

NÃO SE PLANEJAR PARA A DATA

Você só se lembra do Dia das Mães na primeira semana de maio? É bem provável que seus concorrentes estejam mais preparados para aproveitar melhor as oportunidades desta data.

NÃO CRIAR AÇÕES ESPECÍFICAS PARA O DIA DAS MÃES

Acredite: uma promoção genérica não terá o mesmo efeito do que uma oferta pensada especificamente para o público desta ocasião!

NÃO ENTENDER QUEM É O VERDADEIRO CLIENTE NESTA DATA

O dia é das mães, mas seus clientes são os filhos, os maridos, os netos etc. Entender isso é fundamental para criar ofertas direcionadas para esses públicos.

NÃO APROVEITAR A OPORTUNIDADE PARA SE APROXIMAR DOS CLIENTES

Um dos principais erros que as lojas cometem no Dia das Mães é não ter uma visão mais abrangente sobre as oportunidades dessa data. Ou seja, não pensar em como fazer os clientes de maio voltarem o ano inteiro.

NÃO LEVAR EM CONTA OS DIFERENTES TIPOS DE “MÃE”

A figura da materna nem sempre é a mesma para todo mundo. Muitas pessoas têm como “mãe” a tia, o pai, a avó, a irmã etc. Entender isso e criar ações nesse sentido ajudará a aproximar sua loja do público que se encaixa nesse perfil.

Este guia foi desenvolvido para ajudá-lo a evitar e corrigir esses erros e, assim, preparar sua loja para aproveitar ao máximo as oportunidades de vendas e de fidelização de clientes oferecidas pelo Dia das Mães.

Leia este e-book e saiba como:

- Planejar suas ações para o Dia das Mães.
- Organizar e decorar a loja para condicionar o aumento das vendas nesta época.
- Planejar e estruturar promoções para o Dia das Mães.
- Capacitar a equipe comercial para atender com excelência os clientes em busca de presentes para o Dia das Mães.
- Fidelizar os clientes desta época para garantir que eles voltem sempre.

E tem mais! Você terá acesso a sugestões de exercícios práticos e atividades para treinar os vendedores para essa data, além de um modelo de checklist que vai ajudá-lo a organizar e colocar em prática as ações e estratégias da sua loja para o Dia das Mães. Que tal?

Boa leitura e ótimas vendas neste Dia das Mães!

CAPÍTULO 1

COMO PLANEJAR AS AÇÕES PARA AS DATAS COMEMORATIVAS NO VAREJO

Como você pode perceber nos erros listados na Introdução, grande parte das falhas que os lojistas cometem no Dia das Mães têm origem na falta de planejamento e foco específico nesta data.

Por isso, antes de partirmos para as dicas voltadas especificamente ao Dia da Mães, precisamos conversar sobre um passo importante para que sua loja possa aproveitar ao máximo as oportunidades não só do segundo domingo de maio, mas de todas as datas comemorativas que impactam o movimento do seu estabelecimento ao longo do ano.

Estamos falando de planejamento!

Fazer um planejamento anual com todas as ações que seu negócio irá desenvolver nas datas especiais que afetam o varejo pode se traduzir em um grande diferencial. Afinal, quem se prepara melhor, consegue aproveitar melhor essas ocasiões para vender mais e também conquistar a fidelidade dos consumidores destas épocas.

Para se planejar nesse sentido, o primeiro passo é criar um calendário comercial para sua loja – ou seja, um cronograma de ações para o ano todo. Nele, devem ser apresentadas estratégias especiais de marketing e vendas para datas comemorativas ou períodos importantes para o negócio e para o seu público.

Para fazer um calendário comercial para sua loja, siga estes passos:

1

Defina quais são as datas mais significativas para o seu negócio

2

Estabeleça os objetivos para cada ocasião

3

Programa as promoções e ações especiais para as datas comemorativas

4

Liste os recursos necessário em cada ocasião

Saiba como criar um calendário comercial para sua loja e como utilizar esse planejamento de maneira efetiva lendo os artigos abaixo, no Blog do Varejo:

 **Como criar um calendário comercial e preparar sua loja para as datas especiais ao longo do ano**

 **Datas comemorativas e o ciclo do varejo**

Fazendo esse planejamento antecipado, você poderá utilizar seus recursos de maneira mais eficiente, aproveitando as datas comemorativas para atrair e conquistar mais clientes!



CAPÍTULO 2

TÉCNICAS DE MERCHANDISING PARA VENDER MAIS NO DIA DAS MÃES

A forma como você organiza sua loja tem o poder de atrair e guiar o olhar do consumidor. A essa organização, transformada em ferramenta de marketing, dá-se o nome de merchandising.

Na prática, o merchandising utiliza uma série de técnicas para expor produtos no ponto de venda (PDV) com o objetivo de motivar e influenciar a decisão de compra do consumidor. Além disso, também ajuda a transmitir uma mensagem e a tornar o processo de compra mais dinâmico.

Motivos de sobra para se preocupar em criar um merchandising específico para datas comemorativas, não é mesmo?

“As datas comemorativas sempre ajudam a loja a ter um motivo para mudar e criar, por alguns dias, um ambiente diferente. Para o consumidor é uma alegria visual perceber que tem coisa nova no pedaço”, destaca Regina Blessa, presidente do Instituto de Estudos em Varejo e autora dos livros *Merchandising no PDV* e *Merchandising Farma*.



Para ajudá-lo a preparar o ambiente da loja da melhor forma para impulsionar as vendas do Dia das Mães, apresentamos a seguir algumas informações e dicas importantes sobre este tema. Acompanhe e aprenda a organizar sua loja de forma estratégica para atrair e conquistar mais clientes nessa época!

TÁTICAS DE MERCHANDISING PARA AUMENTAR AS VENDAS

No varejo, o merchandising abrange muito mais do que a simples exposição de produtos. Se realizada de maneira correta, essa estratégia tem o poder de:

- Chamar a atenção dos consumidores que passam na rua.
- Atrair o cliente para a loja.
- Fazer o consumidor circular pelos diferentes ambientes da loja.
- Expor os produtos disponíveis de forma estratégica.
- Ajudar e facilitar o processo de venda.
- Potencializar os resultados de uma loja.

Porém, para aproveitar ao máximo cada centímetro da sua loja e alcançar os resultados listados acima, é preciso se dedicar a organizar os produtos de maneira estratégica, de modo que tudo chame a atenção dos clientes (e sem deixar nada amontoado ou no caminho).

Na hora de organizar e decorar a loja para o Dia das Mães, estas quatro dicas podem ser muito úteis:



RETRIBUA
O AMOR DE
MÃE ♥

SUA MÃE
MERECE

UM CELULAR
NOVO

UTILIZE CORES E CONTRASTES PARA CHAMAR A ATENÇÃO

As cores podem provocar diferentes emoções nas pessoas e até influenciar a decisão de compra. Por isso mesmo, no merchandising, elas podem ser utilizadas para direcionar o olhar dos consumidores para determinado produto e até mesmo para destacar o seu estabelecimento do concorrente ao lado. O segredo é saber utilizar o contraste entre diferentes cores e tons.

Na prática!

- Quer chamar a atenção para determinado produto? Utilize um display com uma cor bem diferente das usadas no resto do ambiente. Assim, você criará um contraste elevado, que irá captar a atenção dos clientes.
- Quer evidenciar a sua loja na rua? Que tal pintar a fachada ou utilizar um toldo com uma cor diferente das que as lojas vizinhas estão utilizando?

USE AS PLACAS DA LOJA DE FORMA ESTRATÉGICA

Placas com chamadas dentro da loja não servem apenas para informar o preço e indicar o produto. Estes avisos também podem ser utilizados para direcionar a atenção dos clientes. Para isso, cabe a você incluir elementos informativos e divertidos nas placas.

Na prática!

- As chamadas geralmente são feitas em papéis brancos, no formato quadrado ou retangular, certo? Quebre esse padrão para chamar a atenção de determinado produto. No Dia das Mães, por exemplo, você pode sinalizar os produtos em promoção com uma chamada em um coração.
- Inclua informações úteis ao cliente. O nome e o modelo do produto, o preço e as possíveis condições de pagamento, por exemplo, já eliminam algumas das primeiras dúvidas do consumidor.
- Além disso, utilizar placas com chamadas criativas na vitrine também pode ser uma ação efetiva para chamar a atenção dos clientes e destacar seu estabelecimento na região.

CONTE UMA HISTÓRIA COM SEUS PRODUTOS

Para usar o merchandising a seu favor, não basta apenas colocar todos os produtos de cozinha em uma mesma área. É importante organizar o ambiente de uma maneira que os consumidores entendam o que aqueles itens podem oferecer.

Na prática!

- Monte ambientes completos, incluindo itens extras, que podem ajudar a alimentar a imaginação dos clientes. Por exemplo: uma sala com alguns livros e filmes; uma cozinha com batedeira e outros utensílios de confeitaria e um bolo na mesa ou dentro do forno.
- Outra maneira de contar uma história por meio dos produtos é colocando uma placa com depoimentos de clientes que já compraram os itens expostos, dizendo o que eles gostaram naqueles produtos e como estão utilizando-os.

ESTABELEÇA UMA HIERARQUIA ENTRE OS PRODUTOS

É verdade que cada produto da sua loja é importante e você quer que os clientes vejam tudo o que seu estabelecimento tem a oferecer. Porém, mostrar tudo de uma vez, da mesma forma, pode ter o efeito contrário e acabar sobrecarregando o olhar dos consumidores. Com isso em mente, estabeleça uma hierarquia de acordo com os itens que você quer dar mais destaque no Dia das Mães. Além disso, respeite o tamanho da loja e dos produtos.

Na prática!

- Crie um ponto focal dentro da loja e disponha os produtos ao redor. Assim, você fará com que o cliente tenha uma visão geral quando entrar na loja, de forma coerente e natural.
- Cuide para que nenhum produto sobreponha outro.
- Coloque os itens que têm mais chance de chamar a atenção dos consumidores na entrada da loja – como aparelhos de TV com algumas imagens passando, rádio tocando música ou mesmo um ambiente decorado.

4 DICAS PRÁTICAS DE MERCHANDISING PARA O DIA DAS MÃES

Quando o assunto é especificamente o merchandising para o Dia das Mães, estas são algumas táticas em que você pode apostar:

1. SEPRE GRUPOS DE PRODUTOS

Datas comemorativas são ótimas para fazer venda adicional. Afinal, o cliente quer presentear alguém especial, portanto, há mais chances de estar disposto a “abrir a mão” para encontrar o presente ideal.

Por isso, é importante organizar a loja agrupando produtos que podem ser oferecidos em conjunto – já que a proximidade dos itens ajuda a incentivar a compra extra.

Uma dinâmica interessante para fazer com sua equipe e que pode ajudar a determinar como organizar a loja para o Dia das Mães é esta:

- Reúna os vendedores e, junto com eles, faça uma lista de possíveis presentes nessa data.
- Pergunte aos profissionais quais foram os produtos que eles mais venderam nos anos anteriores, e inclua-os na lista.
- Depois, coletivamente, peça para que eles deem ideias de itens que podem ser complementares a esses produtos.
- Ao final, você terá uma lista com grupos de presentes que podem ser vendidos juntos, e todos os vendedores estarão mais preparados para oferecê-los na hora do atendimento.

2. PENSE EM UM TEMA DIFERENCIADO PARA A DECORAÇÃO

O Dia das Mães merece uma decoração especial. Na hora de escolher o tema para essa data, é importante ir além dos clichês e pensar em formas de se conectar com o seu público por meio do merchandising. Aqui vão algumas dicas neste sentido:

- Espalhe fotos dos funcionários com suas respectivas mães pela loja. Isso vai ajudar a aproximar o cliente da equipe.
- Entreviste clientes que compraram em sua loja em anos anteriores e espalhe depoimentos deles pela loja – se possível, próximo aos produtos que eles deram de presente.
- Muitas lojas criam materiais de decoração e marketing para essa data usando imagens padronizadas: uma mãe jovem, com uma criança no colo, por exemplo. Porém, você pode diferenciar sua loja usando imagens de mães reais. Melhor ainda se os materiais retratarem diferentes tipos de figuras maternas: a mãe tecnológica, a mãe fitness, o pai que é mãe, e assim por diante.

3. PREPARE OS MATERIAIS PARA A DECORAÇÃO

Antes de sair comprando novos itens de decoração para essa ocasião, verifique se enfeites que foram utilizados nos anos anteriores podem ser reaproveitados. Além disso, lembre-se de que a decoração de outras ocasiões também pode ser utilizada em maio! Os corações do Dia dos Namorados, por exemplo, podem ser úteis para fazer a loja entrar no clima do Dia das Mães.

4. CRIE AÇÕES DIFERENCIADAS PARA A VITRINE

Uma vitrine atrativa não tem apenas o poder de chamar a atenção dos clientes que passam pelo seu estabelecimento, também ajuda a contar uma história, a fortalecer a imagem da sua marca e, consequentemente, vender mais.

No Dia das Mães, a vitrine pode ajudar a atrair clientes em busca do presente ideal, mostrando que sua loja está preparada para ajudá-lo nessa época.



APRENDA MAIS NO BLOG DO VAREJO!

6 dicas práticas para criar uma vitrine atrativa

Por exemplo:

- Ao invés de abordar o Dia das Mães de forma generalizada, que tal “contar uma história”? As fotos dos funcionários com as mães deles, por exemplo, podem ser utilizadas na vitrine para chamar a atenção dos consumidores.
- Exponha os produtos associados a essa data e às promoções que sua loja está realizando. Está oferecendo kits de presentes para as “mães tecnológicas” e “mães conectadas”? Então, inclua essas informações na vitrine.
- Não pode investir em materiais diferenciados para montar a vitrine? Use os produtos da sua loja para decorar o ambiente. Que tal, por exemplo, deixar uma TV com sua propaganda do Dia das Mães passando na vitrine? Isso com certeza atrairá a atenção de quem passar pela frente da loja!



APRENDA MAIS NO BLOG DO VAREJO!

Vídeo: Lições das lojas Gazin sobre Merchandising no varejo

CAPÍTULO 3

COMO CRIAR PROMOÇÕES PARA O DIA DAS MÃES

Como já é certo que o Dia das Mães irá atrair mais clientes em busca de presentes, muitos lojistas acreditam que é só abrir as portas em maio que as vendas automaticamente irão aumentar. Mas não é bem assim...

Para garantir que a data traga resultados positivos para o seu negócio, é importante mostrar aos consumidores que sua equipe está preparada para ajudá-los na missão de escolher o melhor presente para essa ocasião. E desenvolver promoções específicas para esse período é a melhor maneira de demonstrar isso!

COMO PLANEJAR E ESTRUTURAR PROMOÇÕES PARA O DIA DAS MÃES

Antes de tudo, é importante entender que quando falamos em promoção, não estamos sugerindo que você simplesmente dê descontos aos clientes do Dia das Mães.

Uma promoção não tem apenas o objetivo de vender produtos mais baratos. Ela também pode servir para:

- Aumentar a visibilidade da loja.
- Estreitar o relacionamento entre a loja e o consumidor.
- Ajudar o lojista a conhecer melhor seus clientes.
- Divulgar um novo produto/serviço.

Para aumentar as chances de sucesso de suas promoções, sugerimos que você siga o roteiro que chamamos de OPAM (sigla para: Objetivo, Planejamento, Acompanhamento e Mensuração), que é composto pelas seguintes etapas:

- 1 – Definição de um objetivo específico para a promoção.
- 2 – Listagem das ações necessárias para alcançar o objetivo, com os devidos prazos, orçamentos e profissionais responsáveis.
- 3 – Acompanhamento do andamento das promoções para identificar possíveis necessidades de ajustes.
- 4 – Mensuração dos resultados e análise do que deve ser melhorado e o que pode ser repetido em outras ações.



APRENDA MAIS NO BLOG DO VAREJO!
Como fazer promoções memoráveis

Ao criar promoções especificamente para o Dia das Mães, é fundamental ter em mente os diferentes públicos que a sua loja irá atender nessa época. Neste sentido:

– Em primeiro lugar, é preciso entender que, ao contrário da famosa frase, mãe não é tudo igual. Não dá mais para pensar que mãe é apenas a cuidadora do lar. Existem diferentes perfis de mães e variadas figuras maternas – pais, tios, avós que também são “mães”, por exemplo.

– Além disso, suas promoções devem levar em conta a necessidade não apenas das mães, mas também dos seus clientes diretos dessa época. Ou seja, as pessoas que querem presentear alguém no segundo domingo de maio. Portanto, crie promoções que ajudem seus clientes a escolherem o melhor presente.

Levando esses dois pontos em consideração, você aumentará significativamente as chances de criar promoções realmente efetivas para o Dia das Mães.

6 IDEIAS DE PROMOÇÕES PARA O DIA DAS MÃES

1. PROMOÇÃO “MÃES NÃO SÃO TODAS IGUAIS”

Sabendo que existem diferentes perfis de figuras maternas, com diferentes necessidades e preferências, você pode criar kits com produtos voltados a diferentes estilos de mães. Por exemplo:

– **A mãe cozinheira:** para as mães que adoram cozinhar, eletrodomésticos portáteis – como batedeira, liquidificador e processador – são ótimas escolhas de presente.

– **A mãe conectada:** para aquelas que adoram bater um selfie com as amigas e curtir os filhos no Facebook, smartphones podem ser uma excelente ideia de presente.

– **A mãe de cinema:** se a mãe do seu cliente adora assistir novelas, filmes e programas de TV, ele vai gostar de saber que sua loja tem várias opções de produtos de áudio e vídeo.

– **A mãe tecnológica:** mães que vivem conectadas – seja por lazer ou trabalho – vão adorar ganhar um notebook ou tablet de presente.

Ao organizar kits como esses, você mostrará aos clientes que sua loja não quer apenas vender mais nessa época, mas verdadeiramente ajudá-los a encontrar o presente ideal para as mães deles.

2. PROMOVA CONCURSOS E/OU SORTEIOS

Concursos culturais e sorteios são ótimas maneiras de se conectar com o público e divulgar a marca da sua loja. Além disso, podem ser excelentes ferramentas de relacionamento no Dia das Mães!

Uma dica interessante é promover ações que destaquem a importância da figura materna na vida das pessoas. Estes são alguns exemplos nesse sentido:

– “Compartilhe uma história emocionante sobre sua mãe e concorra a um prêmio.”

– “Conte por que sua mãe merece o melhor presente e concorra a um voucher de X reais para gastar na loja.”

– “Compre seu presente para o Dia das Mães em nossa loja e concorra a uma viagem em família.”

Dica!

Faça parcerias com outras empresas para oferecer o prêmio do sorteio/concurso cultural. Você pode, por exemplo, aliar-se a uma agência de turismo para oferecer uma viagem – e, em troca, divulgar a marca da agência durante a campanha da promoção.



APRENDA MAIS NO BLOG DO VAREJO!

7 dicas para realizar concursos e sorteios em sua loja

3. PROMOÇÃO “ESTA OFERTA É UMA MÃE!”

A ideia desta ação é associar as ofertas da época à figura central dessa data.

Como as mães geralmente são pessoas generosas, sua loja pode sugerir que está sendo tão benevolente com os clientes quanto as mães deles seriam, oferecendo vantagens muito especiais.

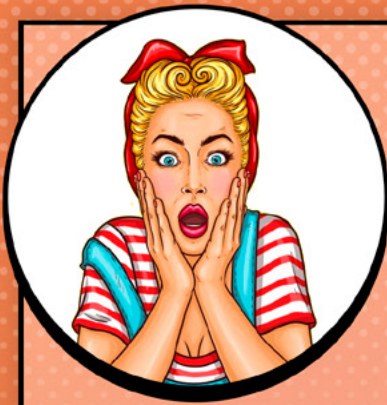
Para colocar essa ação em prática:

– Selecione alguns produtos e ofereça condições exclusivas para a data. Pode ser um desconto ou mesmo um preço especial para a compra de determinado kit. Cole um adesivo ou coloque um cartaz com a frase “Esta oferta é uma mãe!” em cada um desses itens.



APRENDA MAIS NO BLOG DO VAREJO!

Quando e como dar desconto de maneira estratégica



4. VENDA PRODUTOS EM CONJUNTO

Uma promoção de sucesso não só atrai mais consumidores para sua loja, como também aumenta o volume de vendas e o ticket médio das compras dos clientes. Neste sentido, é importante incentivar as vendas adicionais durante o Dia das Mães, o que é possível fazer por meio de ofertas como estas:

- Na compra de um celular, ganhe x% de desconto em um tablet.
- Compre presentes para todas as “mães” da sua vida e ganhe X pontos no nosso programa de fidelidade.
- Aproveite o Dia das Mães para se presentear e ganhe um bônus para gastar na próxima data comemorativa.



APRENDA MAIS NO BLOG DO VAREJO!

Vídeo: Atente-se aos sinais que indicam oportunidades de vendas adicionais

5. PROMOÇÃO “DAS NOSSAS MÃES PARA A SUA!”

A ideia desta promoção é ajudá-lo a se aproximar dos seus clientes por meio do compartilhamento de valores e histórias. Como? Mostrando as sugestões de presentes indicadas pelas mães dos funcionários da loja!

Funciona assim:

- As mães dos seus colaboradores são entrevistadas para que elas indiquem, entre todos os itens da loja, quais gostariam de ganhar no Dia das Mães e por quê.
- Além disso, se alguma das mães já ganhou um produto da loja, ela pode dizer o que achou e como tem utilizado.
- Faça cartazes e banners digitais com esses depoimentos, espalhe-os pela loja e os utilize nas ações de marketing dessa época – se as mães autorizarem, também é interessante incluir uma foto delas.
- Durante o atendimento, o vendedor pode mostrar ao cliente o cartaz da mãe dele e o que ela escolheu. Isso ajudará a criar uma conexão maior entre sua equipe e os consumidores.

Dica!

Aproveite essa ideia para valorizar sua equipe oferecendo um desconto superespecial para os funcionários adquirirem os presentes sugeridos pelas mães deles. Nada mais justo, certo? Afinal, elas estarão ajudando a movimentar sua loja nessa época!



6. DÊ CUPONS DE DESCONTOS PARA AS PRÓXIMAS COMPRAS

Uma promoção inteligente não foca apenas no momento atual, também ajuda a garantir o futuro. Isso, aliás, é fundamental para garantir o sucesso da sua empresa no longo prazo. Afinal, melhor do que fechar uma venda, é fidelizar um cliente e tê-lo comprando na sua loja sempre!

Uma das maneiras de usar datas especiais como o Dia das Mães como isca para garantir vendas futuras é oferecendo cupons de descontos para os consumidores utilizarem dentro de um prazo determinado – até o próximo mês, por exemplo, ou até a próxima data comemorativa. Isso criará um senso de urgência para que eles voltem e aproveitem a oportunidade o quanto antes.

O desconto pode ser utilizado pelo próprio cliente ou, se ele quiser, pode incluir dentro do presente que irá entregar no dia 12 de maio.



CAPÍTULO 4

COMO TREINAR SUA EQUIPE COMERCIAL PARA VENDER MAIS NO DIA DAS MÃES

Preparar a decoração da loja e criar promoções especiais para o Dia das Mães são etapas fundamentais para aproveitar ao máximo as oportunidades dessa data. No entanto, todo esse esforço será em vão se os seus vendedores não estiverem devidamente preparados para ajudar os clientes dessa época. Afinal, de nada adianta atrair os clientes para a loja e, quando eles estiverem lá, não oferecer um atendimento adequado, certo?

E é por isso que é tão importante capacitar a equipe comercial para que ela possa:

Entender quem são os públicos-alvo no Dia das Mães.

Saber o que perguntar para os clientes para oferecer o presente ideal.

Conhecer a fundo as promoções e os produtos em destaque na loja nessa época.

As dicas listadas a seguir falam sobre isso!

1. O QUE PERGUNTAR PARA OS CLIENTES PARA VENDER O PRESENTE IDEAL NO DIA DAS MÃES

Saber o que perguntar para os clientes é fundamental para o sucesso no varejo. Afinal, as perguntas que o vendedor faz durante a etapa do levantamento de necessidades podem definir o sucesso de uma venda e ainda garantir que o cliente volte à loja em outras ocasiões.

Isso porque, basicamente, o objetivo de “interrogar” um cliente é fazer com que o profissional que o está atendendo:

- Conheça as preferências dele.
- Entenda quem irá usar o produto.
- Descubra por que e para o que o presenteado precisa daquele produto.

Essas são três informações-chave para que o vendedor consiga resolver o problema daquele consumidor por meio dos itens (soluções) que a loja tem a oferecer.

No entanto, em datas especiais, as respostas para algumas das perguntas mais usadas em cada uma dessas etapas podem parecer óbvias. No Dia das Mães, por exemplo, não precisamos questionar o cliente para saber que:

- Ele está comprando um presente para uma pessoa importante na vida dele.
- O objetivo do presente é demonstrar o carinho que o cliente tem por essa pessoa.

Mas ainda assim, é preciso ir a fundo e saber o que perguntar para os clientes para descobrir qual é o presente que irá atender o objetivo deles.

Listamos a seguir algumas perguntas que podem ajudar sua equipe de vendas a indicar o produto ideal para cada consumidor que entrar na sua loja e, consequentemente, fazê-lo sair feliz daí, com vontade de voltar sempre e de indicar sua loja aos familiares e amigos:

“PARA QUEM É ESTE PRESENTE?,”

Não é porque o dia é das mães que você deveria supor que o cliente busca um presente para uma mãe no sentido mais tradicional da palavra. Muitas pessoas não têm essa figura em suas vidas, mas convivem com outras que desempenham esse papel.

Esses clientes podem, então, estar buscando presentes para a avó, a madrinha, a tia que o criou, a esposa ou até mesmo o pai que desempenha o papel de mãe. Por isso, é importante fazer essa pergunta para entender de verdade quem vai receber o presente em questão.

Acredite: o simples fato de você questionar isso logo de cara mostrará ao cliente que você se importa em ajudá-lo de verdade. E isso ajuda a tornar o processo da venda mais simples.

“PODE ME CONTAR UM POUCO SOBRE A PESSOA QUE VOCÊ IRÁ PRESENTEAR.,”

Depois de entender quem será a pessoa presenteada, é fundamental conhecer o perfil dela. Se você não sabe o que perguntar para os clientes nesse sentido, pode começar indagando sobre a profissão da pessoa presenteada ou sobre o que ela gosta de fazer nas horas vagas.

Com isso, você já conseguirá captar informações importantes. Por exemplo:

- Pode ser que o presenteado seja alguém que gosta de fotografar ou que trabalha com fotografia. Então, você saberá que pode sugerir câmeras ou acessórios para câmeras como presente.
- Talvez, o presenteado esteja se mostrando cada vez mais preocupado em levar uma vida saudável e esportiva, e aí, uma bicicleta pode ser uma excelente pedida.
- E assim por diante.

“ELA TEM ALGUM HOBBY?,”

Se o cliente não falou sobre as preferências de lazer de quem vai presentear no Dia das Mães quando respondeu a pergunta anterior, é bom fazer essa pergunta diretamente. Afinal, saber o que o presenteado gosta de fazer nas horas vagas para se divertir pode ajudá-lo na busca pelo presente ideal.

- Digamos que a “mãe” em questão goste bastante de cinema. Nesse caso, um home theatre vai dar um upgrade nas sessões de filmes em casa.
- Se for alguém que gosta de cozinhar, será que não está precisando trocar a batedeira antiga por um aparelho mais moderno e bonito?

“COMO E PARA QUÊ ELA USARIA ESTE PRODUTO?,”

Pode ser que o cliente já chegue na loja com um produto em mente. Mas isso não significa que sua missão de escolher o melhor presente está completa. Afinal, o dever do vendedor é oferecer o melhor produto para resolver o problema do consumidor da melhor maneira. Por isso é importante saber o que perguntar aos clientes mesmo quando eles já têm um presente definido.

Se o consumidor diz, por exemplo, que quer comprar um celular para presentear a mãe dele, você ainda precisa conhecer o perfil dessa pessoa para entender qual é o melhor aparelho para ela.

Estas são algumas das perguntas que podem ajudar nesse exemplo específico:

- Sua mãe tira muitas fotos com o celular?
- Ela gosta de utilizar o aparelho para jogar joguinhos?
- Sua mãe está habituada às novas tecnologias ou ainda tem certa dificuldade de mexer nos celulares?

Quanto mais você souber sobre *como* e *para que* o presenteado usará o produto, mais fácil será indicar o aparelho ideal para o cliente.



APRENDA MAIS NO BLOG DO VAREJO!

Como criar guias de presentes e aumentar as vendas em datas comemorativas



DINÂMICA DE GRUPO: O QUE PERGUNTAR PARA OS CLIENTES NO DIA DAS MÃES

Esta dinâmica de grupo vai ajudar a reforçar a importância do levantamento de necessidades para as vendas desta data comemorativa que é considerada a segunda mais importante para o varejo.

Ela funciona assim:

- 1 Reúna os vendedores e peça para eles revelarem quais são as perguntas que mais ajudam na hora de entender o cliente.
- 2 Com base no que eles disserem, crie uma lista de possíveis questionamentos para guiar os profissionais na hora do atendimento.
- 3 Ainda com a ajuda da equipe de vendas, faça também uma lista com os possíveis perfis de mães, com as respectivas sugestões de presentes para cada tipo.
- 4 Assim, ao identificar determinado perfil de pessoa a ser presenteada, o vendedor já saberá qual presente sugerir e estará preparado para oferecê-lo de forma eficiente.
- 5 Ao longo do período de preparação para o Dia das Mães, uma vez por semana, reúna sua equipe por uma hora para oferecer um treinamento específico sobre os produtos com mais chances de serem vendidos nesta época. Vocês podem usar o manual do produto como base, procurar tutoriais no YouTube, usar o conhecimento de cada vendedor para deixar o treinamento mais interessante... Enfim, o importante é que todos estejam 100% preparados para sanar as dúvidas dos clientes (que, como você sabe, entendem cada vez mais sobre os produtos que desejam comprar) e vender!



DICA PRÁTICA! Aprenda mais sobre os produtos da Gazin fazendo os cursos online gratuitos da Academia do Varejo

Dica extra!

Como você deve imaginar, esse roteiro será muito útil na preparação para qualquer grande data do calendário do varejo – Dia dos Pais, Dia das Crianças, Natal etc. Utilize-o sempre que uma data importante se aproximar.

2. ENTENDENDO OS VERDADEIROS CLIENTES DESSA DATA

É preciso ter em mente é que apesar de as mães serem o foco principal do momento, talvez o seu público-alvo daqui até o segundo domingo de maio não seja composto por elas...

Pense bem: Quem são as pessoas que compram os presentes para as mães no Dia das Mães?

São filhos, maridos, namorados, genros, noras, netos, chefes, amigos, enteados e assim por diante. Não são elas mesmas, certo?

Por isso, é nesses públicos que você precisa focar suas estratégias! Afinal, são eles que irão até sua loja para comprar os presentes, como destaca Claudio Diogo, especialista em vendas e consumo:

“É de impressionar o fato de que muitas lojas criam campanhas e realizam ações voltadas para as mães no dia em que quem ganha os presentes são elas. É preciso que a comunicação (telefonemas, e-mails, ações de marketing) seja direcionada às pessoas que as presentearão.”

Com base nisso, Claudio Diogo apresenta dicas preciosas para você atender e vender para quem de fato vai comprar nas semanas que antecedem o Dia das Mães. Acompanhe!

REALIZE PESQUISAS COM OS CLIENTES DESSA ÉPOCA

Antes de começar a agir, você precisa entender bem quem é o seu público neste Dia das Mães.

Para isso, que tal pedir que os clientes que visitam a sua loja respondam uma pesquisa rápida? Basta solicitar informações como: nome, contato e para quem o consumidor está comprando o presente.

Dessa forma, depois que a data passar você vai poder fazer uma análise dos dados coletados e começar a se preparar para as próximas épocas de bastante movimento na loja.

Além disso, você pode fazer ações específicas e direcionadas utilizando essas informações no Dia das Mães do ano que vem, por exemplo. Se determinado cliente comprou um presente para a tia, você já sabe qual direcionamento dar à comunicação para ele nessa mesma época em outros anos, certo?

AVALIE AS INFORMAÇÕES DA SUA BASE ATUAL

Se as presenteadas são as mães, os presenteadores são as pessoas que as amam. E é nesse grupo você deve focar sua estratégia de comunicação.

“Analise sua carteira de clientes e busque os presenteadores. Você pode, por exemplo, criar um cronograma de ações para trazê-los para a loja. Para isso, pode mandar e-mail em um dia, telefonar em outro, fazer um post na sua página no Facebook mais pra frente, e assim por diante. O que não pode é sentar e esperar que os clientes apareçam. Eles aparecerão naturalmente, claro, mas não custa nada dar um empurrãozinho”, sugere Claudio Diogo.

Você tem essa lista de contatos, não tem? Se não, precisa aproveitar o fluxo intenso de clientes neste período que antecede o Dia das Mães para começar a cadastrar seus clientes e conhecê-los bem. Isso será útil em todas as datas comemorativas a partir de então!



DINÂMICA DE GRUPO: PERSONAS PARA O DIA DAS MÃES

Personas são os perfis dos tipos de clientes que sua loja tem. Elas devem ser desenvolvidas com base nas informações do seu público atual e também daqueles consumidores que você deseja atrair.

Uma maneira interessante de ajudar os vendedores a visualizar os diferentes clientes do Dia das Mães é criando personas específicas para essa data.

O exercício para a criação dessas personas funciona assim:

1

Reúna os vendedores e compartilhe com eles as informações que você levantou em suas pesquisas e na sua base atual de clientes.

2

Coloque em um quadro ou distribua entre os vendedores uma lista com os perfis mais comuns de clientes em busca de presentes no Dia das Mães.

3

Peça para os vendedores adicionarem informações, indicando perfis que não estão na lista.

- 4 Também peça para eles sugerirem tipos de presentes que podem ser do interesse de cada uma dessas personas.
- 5 Separe os vendedores em grupos, indicando uma ou duas personas para cada time.
- 6 Cada equipe deverá listar informações complementares sobre as personas que elas ficaram responsáveis, indicando também perguntas e estratégias de atendimento direcionadas aos perfis em questão.
- 7 Os grupos apresentarão suas personas e informações relacionadas a elas.
- 8 Ao final, será criado um documento com as personas criadas para que os vendedores possam estudá-las e se preparar melhor para vender mais no Dia das Mães.



APRENDA MAIS NO BLOG DO VAREJO!

O que são e como criar as personas de sua loja

3. CAPACITE A EQUIPE PARA VENDER OS PRODUTOS EM DESTAQUE NESSA ÉPOCA

Você está preparando promoções especiais para essa data? Então, é crucial treinar os vendedores para trabalharem essas promoções e os produtos em destaque durante os atendimentos para o Dia das Mães.

Ao demonstrar que sua loja está preparada para atender diferentes necessidades, com uma variedade de produtos e ofertas especiais para essa época, as chances de conquistar os consumidores aumentam.

Neste sentido, sugerimos que você se reúna com sua equipe e explique quais serão os produtos em destaque nesta época, quais são as condições especiais e como eles podem trabalhar esses itens durante o atendimento.

Se possível, faça um guia (impresso ou enviado por e-mail) para que eles possam estudar as promoções e ofertas e, assim, se preparem para identificar oportunidades de vendas nessa época.



DINÂMICA DE GRUPO: GUIA DE PRESENTES PARA O DIA DAS MÃES

Guias de presentes são listas com sugestões para presentear diferentes públicos e em diferentes datas comemorativas. Como a ideia é fortalecer a imagem da marca, as listas devem indicar produtos que podem ser encontrados na loja e que são ótimas alternativas de presentes para diversas ocasiões.

Uma maneira interessante de preparar sua equipe e garantir que ela esteja bem informada para vender mais no Dia das Mães é envolvendo-a na criação de um guia de presentes especial para a ocasião:

- Pergunte aos vendedores quais foram os produtos mais procurados ano passado;
- Peça para eles darem sugestões de promoções e ofertas para o Dia das Mães;
- Pergunte quais são os itens que eles acreditam que podem ser vendidos em conjunto nos kits especiais para essa data.

Depois de fazer essa lista de presentes:

- 1** Divida a equipe em grupos e direcione alguns produtos para cada equipe.
- 2** Cada grupo deverá fazer indicações de como oferecer e trabalhar aqueles itens no Dia das Mães, dando dicas de vendas e atendimento.
- 3** Eles apresentarão suas sugestões aos outros vendedores e a equipe deverá trocar ideias entre si para aprimorar o guia com mais informações e dicas.
- 4** Ao final, você terá um guia prático sobre como trabalhar os presentes para o Dia das Mães. Este material servirá de apoio para capacitar os vendedores atuais e futuros.



APRENDA MAIS NO BLOG DO VAREJO!

Como criar guias de presentes e aumentar as vendas em datas comemorativas

OUTRAS ATIVIDADES E DINÂMICAS DE GRUPO PARA CAPACITAR A EQUIPE

Confira nossos conteúdos
direcionados para ajudá-lo a treinar
os profissionais da sua loja:



E-book com 18
dinâmicas de grupo
para varejo



*Dinâmicas de grupo para
motivar a equipe a vender
mais no Dia das Mães*



Manual prático de
treinamento em vendas
no varejo



CAPÍTULO 5

COMO FIDELIZAR CLIENTES NO DIA DAS MÃES

Preocupar-se apenas com as vendas sazonais e negligenciar as chances de conquistar a fidelidade dos consumidores durante as datas comemorativas é um erro estratégico que muitas lojas cometem.

Ocasões como o Dia das Mães são momentos especiais para os consumidores. Ao ajudá-los a aproveitar essa data da melhor maneira, sua loja ganhará muitos pontos, e poderá se tornar a favorita dos clientes.

Lembre-se: uma venda nunca é apenas uma venda. Em cada interação com o cliente sua loja tem a chance de encantá-lo e de mostrar que vale a pena ser fiel ao seu negócio.

Quer saber como aproveitar ao máximo as oportunidades do Dia das Mães e fazer essa data render resultados ao longo de todo o ano? Siga estas dicas:

1. PROPORCIONE UMA EXPERIÊNCIA DE COMPRA MARCANTE

A experiência do cliente é a percepção que o consumidor tem em relação à sua marca, ao seu estabelecimento, ao seu site, aos produtos e serviços que você oferece e ao atendimento prestado pela sua equipe.

Quanto mais positiva for a interação do cliente com uma marca, maiores serão as chances de ele voltar a comprar dela no futuro. E é por isso que se você quiser fidelizar os clientes do Dia das Mães, precisa se preocupar em promover uma experiência marcante.



APRENDA MAIS NO BLOG DO VAREJO!

Como promover uma experiência marcante em sua loja

Para oferecer uma experiência positiva e conquistar os consumidores no Dia das Mães, você deve:

A) ELIMINAR OS ATRITOS NO ATENDIMENTO

“Muitas vezes, a melhor forma de oferecer um atendimento nota 10 é começando pelo mais básico, pelo mais simples. Faça uma lista de questões que você sabe que irritam os clientes e trabalhe em conjunto com sua equipe para eliminar esses irritadores”, destaca Raul Candeloro, diretor da revista **VendaMais** e especialista em alta performance em vendas. Estes são alguns dos irritadores citados pelo especialista:

- Falta de atenção quando o cliente entra na loja;
- Vendedores que não sabem responder perguntas;
- Atendimento lento e demorado.



APRENDA MAIS NO BLOG DO VAREJO!

Dinâmica de grupo: como eliminar os irritadores que afastam os clientes

B) SURPREENDER OS CLIENTES

“Em datas especiais, é preciso surpreender o cliente oferecendo algo que ele não imaginava. Para fidelizar você precisa criar um motivo”, reflete Claudio Diogo, especialista em vendas e consumo e diretor da consultoria Tekoare. Segundo o especialista, estas são algumas formas de surpreender e cativar os clientes do Dia das Mães:

- Ajude o cliente a personalizar o presente. Com um cartão para ele incluir no presente ou a possibilidades de ele escrever uma mensagem na embalagem, por exemplo.
- Torne o presente mais especial. Que tal oferecer uma embalagem marcante e diferenciada ou incluir uma rosa junto com o item que o cliente comprou?
- Presenteie a mãe do seu cliente. Você também pode conquistar a pessoa presenteada. Incluir um desconto especial para ela utilizar em sua loja é uma maneira de fazer isso.
- Ofereça brindes extras. Incluir um brinde da loja para as mães pode deixar seu cliente mais feliz com o atendimento.



APRENDA MAIS NO BLOG DO VAREJO!

7 formas de utilizar as embalagens para fidelizar clientes

2. OFEREÇA INCENTIVOS PARA OS CLIENTES VOLTAREM

Oferecer um atendimento qualificado e uma experiência de compra marcante já irá aumentar as chances de os clientes do Dia das Mães retornarem em outras ocasiões. Mas para dar uma forcinha a mais para que isso aconteça, sua loja pode oferecer alguns incentivos para os consumidores. Para isso, é possível, por exemplo:

- Apresentar seu programa de fidelidade e mostrar todas as vantagens de ser um cliente fiel do seu estabelecimento.
- Oferecer cupons de desconto para a próxima compra.
- Dar um voucher que dá direito a um brinde na próxima compra.
- Oferecer garantia gratuita para o próximo item eletrônico que ele adquirir na loja.



APRENDA MAIS NO BLOG DO VAREJO!

Tipos de programas de fidelidade e como escolher o melhor modelo

3. COLETE INFORMAÇÕES DOS CLIENTES E REALIZE AÇÕES DE PÓS-VENDA

Quer que o relacionamento entre sua loja e os clientes do Dia das Mães continue após o segundo domingo de maio? Invista em ações focadas para que vocês continuem em contato!

Para isso, antes mesmo de o Dia das Mães chegar, você já deve começar a pensar nas ações de pós-venda que irá realizar ao longo do ano com os clientes dessa época. Aqui vão algumas dicas importantes para isso:

- Colete as informações gerais e os dados de contato de cada cliente. Além disso, anote os produtos que ele comprou, para quem ele comprou e outros detalhes sobre o perfil dele. Isso irá orientar suas interações futuras com este consumidor.
- Envie uma mensagem agradecendo a compra no Dia das Mães e aproveite para fazer uma pesquisa sobre o atendimento recebido por ele. Essa ação simples vai mostrar ao cliente que sua empresa se importa com a experiência dele. Isso, por sua vez, vai contribuir para que ele entenda que vale a pena ser fiel à sua loja.
- Envie ofertas personalizadas. Baseando-se nas informações coletadas durante o Dia das Mães, crie ofertas e campanhas de marketing direcionadas às preferências do cliente. Se ele comprou um celular para dar de presente, que tal, por exemplo, preparar uma oferta para ele atualizar o aparelho dele também?



APRENDA MAIS NO BLOG DO VAREJO!

7 e-mails de pós-venda para conquistar a fidelidade dos clientes



Como vender mais e fidelizar clientes em datas comemorativas

Convidamos Claudio Diogo, um dos maiores especialistas em vendas do Brasil, para dar dicas preciosas sobre como você pode vender mais no Dia das Mães e em todas as outras datas importantes do calendário do varejo.



Assista! <http://bit.ly/vendas-ciclos-varejo>



CHECKLIST PARA VENDER MAIS NO DIA DAS MÃES

Com todo esse conteúdo e dicas disponíveis, é natural que você esteja com dúvidas sobre como e por onde começar. Pensando nisso, trazemos aqui uma ferramenta prática, que vai ajudá-lo a organizar as ideias e criar um plano de ação para impulsionar suas vendas neste Dia das Mães.

Este checklist foi criado a partir da ferramenta 5W2H, amplamente utilizada no planejamento de empresas do mundo todo. Essa sopa de letrinhas, que pode parecer estranha a princípio, é muito poderosa. Quando bem empregada, fornece respostas diretas para transformar informação em planejamento e, depois, em execução.

A sigla vem do inglês e significa:

5W:

- What (o que será feito?).
- Why (por que será feito?).
- Where (onde será feito?).
- When (quando será feito?).
- Who (por quem será feito?).

2H:

- How (como será feito?).
- How much (quanto vai custar?).

Ao responder estas sete perguntas, você terá um mapa de necessidades e atividades a serem realizadas para que seu planejamento para o Dia das Mães se traduza em ações práticas e resultados efetivos.

Para ajudá-lo a visualizar como a metodologia funciona, na tabela abaixo reunimos os principais tópicos abordados neste e-book para que você, junto com sua equipe, possa colocar a mão na massa, sair do óbvio e vender mais.

| O QUE (WHATS) | POR QUE (WHY) | QUEM (WHO) | ONDE (LOCAL) | QUANDO (WHEN) | COMO (HOW) | QUANTO CUSTA (HOW MUCH) |
|---|--|---|--------------------------------------|---|--|--------------------------------------|
| Ação, problema, estratégia, objetivo | Justificativa/ motivação para realizar essa ação e/ou resolver esse problema | Quem serão os responsáveis por colocar esta estratégia em prática | Lugar onde as ações serão realizadas | Prazos de entrega / cronograma de ações | Táticas, passos e ações a serem realizadas para que esta estratégia seja colocada em prática | Orçamento direcionado para esta ação |
| Preparar a decoração da loja | | | | | | |
| Escolher produtos para criar kits | | | | | | |
| Criar personas para o Dia das Mães | | | | | | |
| Criar ações de Marketing para o Dia das Mães | | | | | | |
| Criar promoções e ofertas especiais para o Dia das Mães | | | | | | |
| Capacitar os vendedores para o Dia das Mães | | | | | | |
| Planejar as ações de Pós-Venda para o Dia das Mães | | | | | | |

Para organizar suas estratégias de maneira ainda mais avançada, você pode criar tabelas 5W2H para cada uma dessas ações, com detalhes específicos relacionados a essas táticas.



Para fazer o download de um modelo dessa tabela, clique aqui.

Dica extra!

Crie uma versão gigante do 5W2H e cole na parede de um lugar que toda a equipe veja, diariamente. Você pode, inclusive, mudar as ideias de acordo com a campanha de vendas vigente.

Saia do comum, coloque boas ideias em prática, conte com a ajuda da Gazin Atacado para vender mais e tenha um Feliz Dia das Mães – e um excelente ano em vendas!

EXPEDIENTE

© 2019, Gazin Indústria de Móveis e Eletrodomésticos LTDA Todos os direitos reservados.
A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais.
(Lei número 9.610)

Presidente da Holding Gazin
Mário Valério Gazin

Presidente do Grupo Gazin
Osmar Della Valentina

Gerente do Atacado Gazin
Paulo Ramos

Gestor de Marketing do Atacado Gazin
Wesley Alves

Coordenação Editorial
Handmade Content
handmadecontent.com.br

Redação
Francine Pereira
francine@handmadecontent.com.br

Jornalista Responsável
Natasha Schiebel
MTB 0008336/PR
natasha@handmadecontent.com.br

Diretora de Arte
Mirian Thayse Geiser

NOSSA MISSÃO
Oferecer sempre o melhor em produtos e serviços, com atendimento diferenciado.

Gazin Indústria de Móveis e Eletrodomésticos LTDA
Rodovia PR 082 s/n Km 01. Douradina (PR)
CEP 87.485-000
SAC: 0800 644 9292/0800 643 0303
sac@gazin.com.br

