

Informativo Sindiflores

PARA VENDER, É PRECISO ENTENDER COMO A PANDEMIA MUDOU O CONSUMIDOR

O Sebrae preparou dicas para o empreendedor interpretar e se ajustar ao novo comportamento de consumo.

O Dia do Cliente é comemorado nesta terça-feira (15/09). A data pode servir de inspiração para o comerciante avaliar se o comportamento do seu consumidor mudou por causa da pandemia de coronavírus. E o mais importante, saber o que deve mudar nos negócios para não perder vendas.

Uma pesquisa do Sebrae, em parceria com a FGV, mostra que o cliente passou a ter novos hábitos de consumo e comportamento diante das medidas de isolamento.

Eles ficaram mais exigentes e atentos, principalmente aos aspectos relacionados à limpeza e higiene dos estabelecimentos e cumprimento de protocolos de prevenção à contaminação.

Também estão mais conectados, adeptos dos serviços de compra on-line e, por outro lado, querem um atendimento cada vez mais personalizado e inovador.

O gerente de Relacionamento com o Cliente do Sebrae, Enio Pinto, diz que o empresário deve ter em mente cinco aspectos na hora de construir uma estratégia focada no cliente. “Quando pensar no seu cliente, o dono de um pequeno negócio deve considerar as seguintes palavras-chave: desejo, experiência, ineditismo, prontidão e diversificação de canais de atendimento”, destacou.

Confira abaixo as cinco dicas elaboradas pelo especialista do Sebrae para a construção de uma estratégia eficiente para fidelização de clientes:

DESEJO DOS CLIENTES

Por trás de uma necessidade do consumidor sempre haverá um desejo.

Por exemplo, a necessidade de se alimentar e de se nutrir pode ser revelada pelo desejo por determinada comida, como uma feijoada em uma sexta-feira.

Portanto, para fidelizar um cliente é necessário que o empresário vá além da identificação das necessidades. É preciso entender e enxergar, de fato, quais são os desejos do seu público.

VENDER EXPERIÊNCIA

Quando se vende um produto ou serviço, os clientes pagam um preço, que também deve incluir um valor considerado como um benefício alinhado a uma experiência. Analisando o contexto da pandemia, por exemplo, os clientes atualmente estão muito mais atentos à higiene do ambiente, aos cuidados na manipulação dos produtos, às medidas de prevenção e aglomeração.

Ou seja, a entrega do serviço ou produto com uma experiência positiva para esse novo perfil de consumo deverá levar em consideração todos esses aspectos.

BUSCAR INOVAÇÃO

Os empresários têm que estar sempre em busca de inovações e melhorias constantes para o seu negócio. Pensar em como pode surpreender e encantar o seu cliente, trazendo ineditismo é uma forma de mantê-lo fiel.

Para isso, analise o histórico de consumo do seu público, reveja quais são as práticas de consumo dele e a partir disso, agregue valor ao possibilitar novas maneiras de atendê-lo ou até mesmo de inovar com uma nova solução ou produto.

ESTAR ALERTA

A sociedade atual vive de micro momentos e isso demanda pílulas de serviços. Por isso, o empresário deve estar prontidão para alterar um processo de atendimento, sempre que perceber as variações do momento.

É preciso identificar no atendimento ao cliente quais as formas possíveis de adaptação a depender desse micro momento.

DIVERSIFICAR CANAIS

O consumidor atual é conectado e bem informado. Por isso, saiba dar diferentes opções de canais de atendimento para que seu cliente permaneça adquirindo do seu negócio. Mesmo que você tenha um atendimento presencial, ofereça também um atendimento digital, por delivery, aplicativos ou nas redes sociais pelo Whatsapp, por exemplo. Entenda que ficará a critério do cliente por qual canal ele deverá interagir com seu negócio.

Agência Sebrae

Sindiflores - Sindicato do Comércio Varejista de Flores e Plantas Ornamentais do Estado de São Paulo
Rua Monte Alegre, nº 61, sala 63 - Perdizes – São Paulo – SP, CEP 05014-000

www.sindiflores.com.br - secretaria@sindiflores.com.br

WhatsApp (11) 99524-2048 – facebook.com/sindifloressp

