

MANUAL DE BOAS PRÁTICAS DE COMUNICAÇÃO E MARKETING:
COMO APROVEITAR O NATAL PARA CONSTRUIR
RELACIONAMENTO COM O CONSUMIDOR E VENDER MAIS?

SE REPRESENTA O AMOR
REPRESENTA O

Natal



Uma campanha pela valorização do comércio local.

SE REPRESENTA O AMOR
REPRESENTA O

Natal



O Natal está chegando e a sua oportunidade de vender também. Sabemos que este ano a data será diferente, mas com certeza não será com menos amor e troca de presentes.

A divulgação do seu negócio, através das plataformas digitais, é fundamental para aproveitar esse boom do comércio que já é esperado no Natal. Porém, precisamos pensar na comunicação com o consumidor como um todo. Antes da divulgação nos meios online, uma marca percorre um longo caminho focado em estratégias de relacionamento, marketing e vendas.

Além de preparar descontos, ofertas especiais e uma seleção de produtos para todos os tipos de público, é preciso pensar nos diferenciais que a loja proporcionará para encantar, atrair e fidelizar clientes.

Pensando na importância da retomada das vendas no comércio catarinense em uma data comercial como o Natal, a FCDL/SC preparou um ebook para auxiliar você a se relacionar com o seu público. São dicas práticas sobre marketing, atendimento, ponto de venda, mundo digital e muito mais.

Vamos juntos viver o milagre de Natal no comércio catarinense? Afinal, se representa o amor, representa o Natal!



**ANTES DE
VENDER,
OLHE PARA
DENTRO
DO SEU
NEGÓCIO.**



CUIDE DO SEU ESTOQUE SEMPRE

A atenção ao estoque é fundamental para a sua loja física e virtual. Além do controle de produtos, é preciso escolher o seu estoque de acordo com as preferências do cliente. Além disso, é essencial contar com a tecnologia para gerenciar esse estoque, com softwares apropriados.



Sobram produtos no estoque? Faça promoções, aproveite as semanas de desconto, como a Black Friday. Durante a época de Natal também acontece o período de trocas, geralmente nos dias após o dia 2. Aproveite para realizar promoções e atrair o cliente para uma nova compra.

Lembre-se: se você possui uma loja física e online, é necessário utilizar um sistema que integre o estoque entre elas. Essa logística precisa de atenção para não frustrar os clientes ou oferecer produtos que não estão mais disponíveis.

Estoque organizado é sinônimo de bom fluxo de trabalho!



A VITRINE É O PRIMEIRO PASSO DA COMPRA NA LOJA FÍSICA

A primeira impressão é a que fica, por isso, a sua vitrine deve trazer todo o clima do Natal. É ela quem conduz o consumidor para dentro do seu espaço.

INSPIRE-SE COM ESSAS DICAS PARA SUA VITRINE:

- Mesmo que o tema central seja o Natal, escolha outro tema para conduzir a sua decoração, como bonecos de neve, por exemplo;
- Invista na iluminação, afinal, o Natal é tempo de luz e esperança. Existem diversas opções de luzinhas para diferenciar a sua vitrine;
- Conte histórias com sua vitrine. Utilize elementos diferentes de decoração e os próprios produtos;
- Menos é mais. Não polua a sua vitrine com a decoração. Lembre-se sempre que o produto é o que deve ser vendido;
- A escolha dos produtos deve ser feita com cuidado e atenção, pensando na estação e no tema, neste caso, o Natal.

Gostou das dicas? Aproveite a data para atrair e fidelizar seus clientes. São eles que estarão com você o ano todo!



A close-up photograph of a man dressed as Santa Claus. He is wearing a red hat with a white fur trim and a white beard. He has a surprised expression on his face, with his mouth wide open and eyes wide. He is wearing glasses and white gloves. He is holding a black smartphone in his left hand and pointing at it with his right index finger. The background is a solid red color.

**COMO VOCÊ
CONVERSA
COM O SEU
CONSUMIDOR?**




COMO COMEÇAR?

Entre tantos elementos que uma loja é composta, o atendimento com certeza é o mais importante na sua estratégia de comunicação e vendas. Confira algumas dicas de como dar o primeiro passo para um bom relacionamento.



Entenda o seu público alvo e estabeleça canais de comunicação com o futuro cliente. Mesmo que o digital seja muito importante, existem outros meios que podem iniciar uma boa conversa, como os atrativos do seu ponto de venda;


A hand holds a black smartphone, displaying a webpage with a grid of images. Below the phone, a red gift box is partially visible, wrapped with a wide, light-colored ribbon. The background is a warm, out-of-focus bokeh of orange and yellow lights, suggesting a festive or holiday setting. Two white speech bubbles with black text are overlaid on the image.

O pós-venda é muito importante. Peça feedbacks e use-os para melhorar os seus processos e o atendimento;

O tempo de solução de problemas é essencial para fidelizar o cliente. Resolva rápido o que for preciso e se necessário encontre uma forma de compensar pelo possível erro;




Seja empático e se coloque no lugar de quem está comprando. Como você gostaria de ser atendido? Faça igual;

A photograph of two women in a retail environment. The woman on the left, with dark curly hair and wearing a blue and gold patterned sweater, is pointing her right index finger towards a display. The woman on the right, with long brown hair and wearing a maroon top, is smiling and looking in the same direction. They are both holding large, plain brown paper shopping bags. The background is softly blurred, showing store fixtures and warm lighting.

Hoje em dia, o cliente deseja experiência de compra, além do produto em si. Uma boa forma relacionamento é oferecer atrativos no seu ponto de venda ou até mesmo serviços agregados ao seu produto;



Pense sempre no longo prazo.
Por mais que o Natal seja uma
data atrativa para o comércio,
planeje ações que possam ter
efeito a longo prazo, como um
cliente que sempre volta, ou
seja, é fiel a sua loja.



5 ESTRATÉGIAS ONLINE PARA DAR O PRIMEIRO PASSO NO MUNDO DIGITAL

Hoje em dia, estar online amplia as possibilidades de venda na loja física. Se você já trabalha com loja virtual, ela facilita o acesso do cliente até o seu espaço de venda. Para retomar as vendas neste Natal, é fundamental estar onde o cliente está, ou seja, online. Confira 5 estratégias de comunicação online para dar o primeiro passo no mundo digital.

CONFIRA AS NOSSAS DICAS

1. O online amplia o seu público-alvo e isso deve ser visto como algo positivo. São mais possibilidades de atrair e fidelizar clientes. Entenda para quem você deseja vender e crie estratégias digitais para atrair esse cliente;

2. Utilize a legenda das redes sociais como um complemento do texto da arte. Ensine o seu consumidor a utilizar o seu produto, coloque links, faça perguntas que possam gerar interação. Esse espaço é muito importante para quem realmente deseja se comunicar com a sua marca e criar uma conversa. Mas atenção à escrita, como a ortografia, concordância e tamanho do texto. Um bom conteúdo escrito precisa estar com o português correto;

3. O conteúdo digital precisa responder perguntas, mas também fazer perguntas. A interação é fundamental para a sua marca, afinal, apenas com o feedback do público é que sabemos se o nosso conteúdo é relevante. Faça perguntas, chame o público para o diálogo e não tenha medo das respostas;



4.

Traga algo novo, mesmo que seja sobre um assunto já existente. Por mais que seja um “meme” ou assunto que já está gerando conversa, traga-o no seu ponto de vista, aproxime-o da realidade da sua loja ou cidade, por exemplo. O cliente gosta de saber a sua opinião e posicionamento, ler suas dicas exclusivas e conversar;

5.

Escolha bem a plataforma, mas arrisque. O ideal é sempre fazer testes e ver qual plataforma está com mais audiência. São muitas redes sociais disponíveis e cada uma delas com diversos formatos. Estude quais os melhores para o seu público-alvo e faça conteúdo!



COMO USAR AS REDES SOCIAIS A FAVOR DA SUA MARCA

As redes sociais são muito importantes no dia a dia e cada vez se mostram mais eficazes para as marcas. Com certeza o seu cliente ideal está online e você também precisa estar.

Para escolher a melhor rede social, é preciso entender quem vai receber a mensagem, ou seja, o seu público. Cada uma delas é usada por pessoas diferentes, de formas distintas e apenas com estratégia digital é possível criar conteúdo que irá impactar quem precisa, o seu cliente.



CONFIRA COMO USAR CADA UMA DELAS:



INSTAGRAM

O Instagram é uma rede social muito dinâmica, que permite diversos formatos de publicação, como o feed, stories, Reels e IGTV. Pesquise quais deles são mais relevantes para o seu público e crie conteúdos em imagem ou vídeo que se adaptem.



FACEBOOK

Uma das redes sociais mais usadas no mundo, o Facebook segue se reinventando e trazendo novidades. As páginas são uma ótima ferramenta de busca de informações sobre as marcas, além de ajudar muito no ranqueamento em ferramentas de busca.



SITE

Dentro do seu site existem diversas ferramentas que podem ser usadas para atrair clientes, produzir conteúdo e até mesmo vender. O site em si pode ser usado de forma institucional, para mostrar a visão, missão e valores da empresa, informações relevantes sobre a equipe, histórico e imagens. Já o blog pode ser utilizado para a produção de conteúdos sobre assuntos relacionados ao seu segmento, notícias e comunicados. O e-commerce é um espaço de venda de produtos, onde todas as informações precisam estar claras e de fácil acesso para o cliente, assim como formas de pagamento facilitadas.



TIKTOK

Uma rede social relativamente nova no Brasil, que geralmente é usada pelo público mais jovem. Se o seu cliente se encaixa nesse perfil, é hora de investir nos vídeos divertidos e brincadeiras do TikTok.

As redes sociais são um fenômeno mundial e crescem a cada dia no número de usuários. O Instagram tem mais de 800 milhões de usuários ativos no mundo e o Facebook lidera com mais de 2 bilhões de pessoas. Outras redes sociais, como o TikTok, têm conquistado um número relevante de usuários, geralmente o público mais jovem. Por isso, pesquise sobre qual a rede social mais usada pelo seu público-alvo e produza conteúdo para ela.





CONTEÚDO É O CORAÇÃO DA SUA COMUNICAÇÃO

Com o excesso de informações que somos impactados diariamente, são conteúdos específicos que chamam a nossa atenção.

A mensagem que nos faz parar para ouvir, ver ou ler, dependendo do formato, geralmente é pensada para nós como público-alvo, ou seja, ela “roubou” o nosso tempo pois somos o consumidor ideal daquela marca.

Ao trazer essa ideia para a sua marca, é preciso pensar justamente no que atrai o seu público, fazendo com que se inicie a jornada de compra através da mensagem enviada. Geralmente dizemos que o conteúdo tem 3 objetivos principais: **educar, converter e divertir**.

Já ouvimos falar que uma imagem vale mais que mil palavras, não é mesmo? Mas em uma estratégia de comunicação online o mais importante é o conteúdo verbal e visual juntos, ou seja, texto e imagem.

Para o seu conteúdo ser relevante para o seu consumidor, é preciso pensar de forma estratégica. Ele só irá comprar na sua loja, seja ela virtual ou física, se antes tiver uma experiência positiva com a sua marca no ambiente online e geralmente ela se dá através de conteúdo.

QUAIS FORMATOS POSSO USAR NAS REDES SOCIAIS?

Existem muitos formatos em cada rede social, a decisão vai depender da sua estratégia. Confira alguns:

- Infográfico;
- Vídeo;
- Instagram feed;
- Enquete no stories;
- Podcasts;
- Lives;
- Ebooks.





A IMPORTÂNCIA DO SAC NAS REDES SOCIAIS

As redes sociais revolucionaram a forma que consumidores e marcas se comunicam. Antes era difícil mensurar o grau de satisfação do cliente com a compra e com o atendimento de forma tão rápida. O atendimento ao cliente nas redes sociais, que chamamos de SAC, é uma etapa muito importante da venda. Como falamos antes, o conteúdo digital tem o objetivo de gerar uma conversa e dar início a uma jornada de compra na loja física ou virtual.



Responda sempre e traga soluções imediatas para o cliente. Aproveite esse canal de comunicação dinâmico para interagir e se aproximar do cliente. Geralmente as marcas que respondem comentários e interagem com o público nas redes sociais são bem vistas aos olhos do consumidor.

O consumidor usa as redes sociais para reclamar ou dar sugestões, mas também gosta de elogiar e mostrar a sua satisfação com a experiência. Incentive a opinião do seu cliente nas redes sociais, como a avaliação do Google e Facebook, comentários no Instagram, enquetes no Stories. Todas as formas de receber feedback são válidas para o seu negócio e o digital é ideal para isso.


Lembre-se que o feedback é a melhor forma de medir a temperatura do seu negócio e o SAC nas redes sociais é o seu melhor pós-vendas!



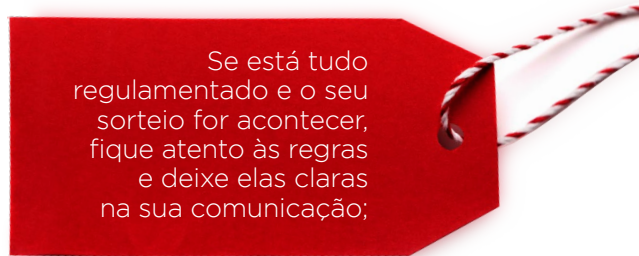
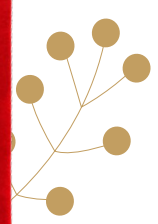
BOAS PRÁTICAS PARA SORTEIOS E PROMOÇÕES

Os sorteios online são uma ótima forma de relacionamento com o público, além de mostrar o seu produto ou serviço no mundo online. Eles são a possibilidade de aumentar seguidores, criar interação e engajamento com a sua marca nas redes sociais. Porém, em julho de 2013, o Ministério da Fazenda criou uma regulamentação sobre sorteios e concursos culturais nas redes sociais.

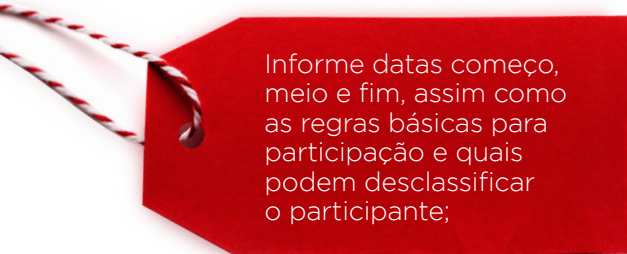
CONFIRA ALGUMAS REGRAS E DICAS:



A **Lei 5.768/71** estabeleceu que no Brasil todos os sorteios e distribuição gratuita de prêmios devem ser regulamentados pela Caixa Econômica Federal. É claro que nem todos os sorteios são feitos dessa forma, porém, caso o seu aconteça e passe por uma auditoria, a conta pode sofrer punições, como a perda da possibilidade de realizar sorteios por até dois anos;





Se está tudo regulamentado e o seu sorteio for acontecer, fique atento às regras e deixe elas claras na sua comunicação;

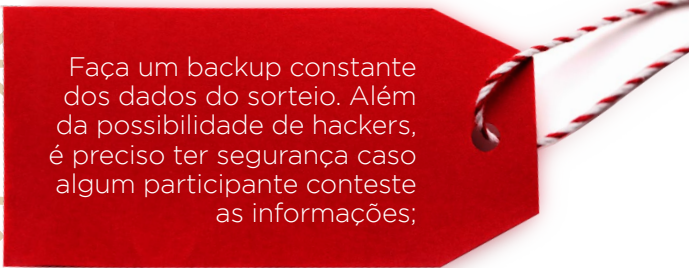



Informe datas começo, meio e fim, assim como as regras básicas para participação e quais podem desclassificar o participante;

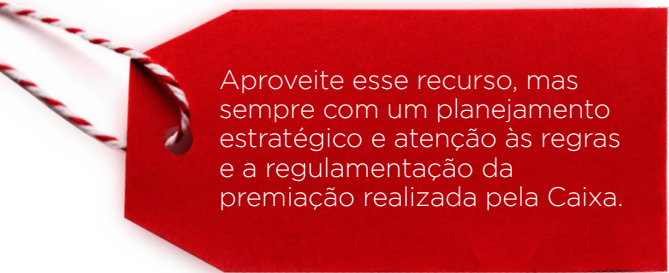




No caso de sorteio, escolha a plataforma mais segura. Muitas delas podem ter bugs, o que compromete a veracidade das informações;



Faça um backup constante dos dados do sorteio. Além da possibilidade de hackers, é preciso ter segurança caso algum participante conteste as informações;



Aproveite esse recurso, mas sempre com um planejamento estratégico e atenção às regras e a regulamentação da premiação realizada pela Caixa.



CONCURSO CULTURAL X SORTEIO

Uma alternativa para amenizar a burocracia de sorteios em redes sociais é a criação de concursos culturais, que podem ser feitos sem autorização.

Porém, para ser válido precisa de três fatores: não pode estar vinculado à aquisição de produtos ou oferecer como prêmio dinheiro ou vale compras, não contar com o fator sorte e nem fazer uso de propaganda para a divulgação.

Diferente do sorteio, que usa o fator “sorte” para escolher o vencedor, o concurso cultural é uma possibilidade de interação com a marca através de perguntas, cujas melhores respostas são escolhidas por uma comissão julgadora e declaradas vencedoras.



***PÓS VENDA,
UMA ESTRATÉGIA
DE OURO***



A shopping basket filled with various gifts. In the foreground, a red gift bag with a pattern of small red hearts is visible, tied with a red rope. Behind it, several brown paper-wrapped boxes are stacked. A blue and white striped string is tied around one of the boxes. The basket is made of dark metal wire.

A CEREJA DO BOLO: INVISTA NOS BRINDES

O cliente adora surpresas. Além de investir no básico em sua loja, como o atendimento e produtos atrativos, sempre presenteie seu cliente. Os brindes são uma forma de criar a lembrança da marca na cabeça do consumidor, fazendo com que ele veja diariamente o brinde e associe a uma coisa boa.



Mas afinal, qual o melhor brinde? O ideal é escolher um brinde que tenha relação com o seu segmento. Uma padaria pode oferecer biscoitos personalizados, por exemplo. Uma papelaria, um bloco e uma caneta. O mais importante é pensar em objetos úteis no dia a dia do cliente. Não esqueça de personalizar com o seu logo e, se tiver espaço no material, com informações como telefones e redes sociais.

**Entregue algo além do esperado, surpreenda seu cliente.
Esse presente irá fazer toda a diferença na fidelização!**

Se for no e-commerce, esses brindes podem vir de diversas formas, como:

- Frete grátis;
- Cupom de desconto;
- Produtos leve 2 pague 1;
- Produtos com desconto especial em determinada data.





MOSTRE OS SEUS PRODUTOS NO MUNDO DIGITAL

A imagem é fundamental para vender o seu produto no ambiente online. Uma boa fotografia é um grande atrativo aos olhos do cliente. No mundo digital, onde o consumidor se depara com diversos conteúdos, geralmente é a foto que irá chamar a atenção no primeiro momento. Após isso, ele irá parar no seu perfil e conferir o texto, o restante das publicações e interagir com a marca.

DICAS PARA UM CLIQUE IRRESISTÍVEL:

- Invista em uma boa iluminação, com luz artificial ou a natural, sempre optando por horários com maior incidência do sol;

- Monte um estúdio de fotos caseiro, com luz e fundo branco, que pode ser feito até mesmo com uma folha branca;

- Escolha produtos com estratégia. Avalie quais podem ser mais atrativos e, principalmente, podem render boas fotos;

- Atenção para a qualidade da imagem.

Hoje em dia, os celulares já fazem fotos com boa resolução. Por mais que seja online, é preciso que as imagens tenham boa visibilidade para o cliente;

- O setor do vestuário deve ficar atento à forma de apresentação dos produtos. Roupas devem estar sem marcas ou amassados, e manequins, cabides ou, se possível, pessoas reais;

- Para o ramo de alimentos, pense sempre na apresentação do prato, falando no seu post sobre os diferenciais, como ingredientes e as opções que o cliente pode encontrar;

- Se precisar, invista em um profissional para auxiliar nas fotos. É possível criar um banco de imagens próprios da marca, utilizando-as aos poucos para as postagens e até mesmo em outros materiais impressos, por exemplo.





**E-COMMERCE,
UM GRANDE ALIADO**

SUA LOJA ONLINE PARA TODOS

A sua loja vende online?
O e-commerce apresentou um
crescimento ao longo dos anos,
mas foi acelerado neste ano,
com a pandemia.





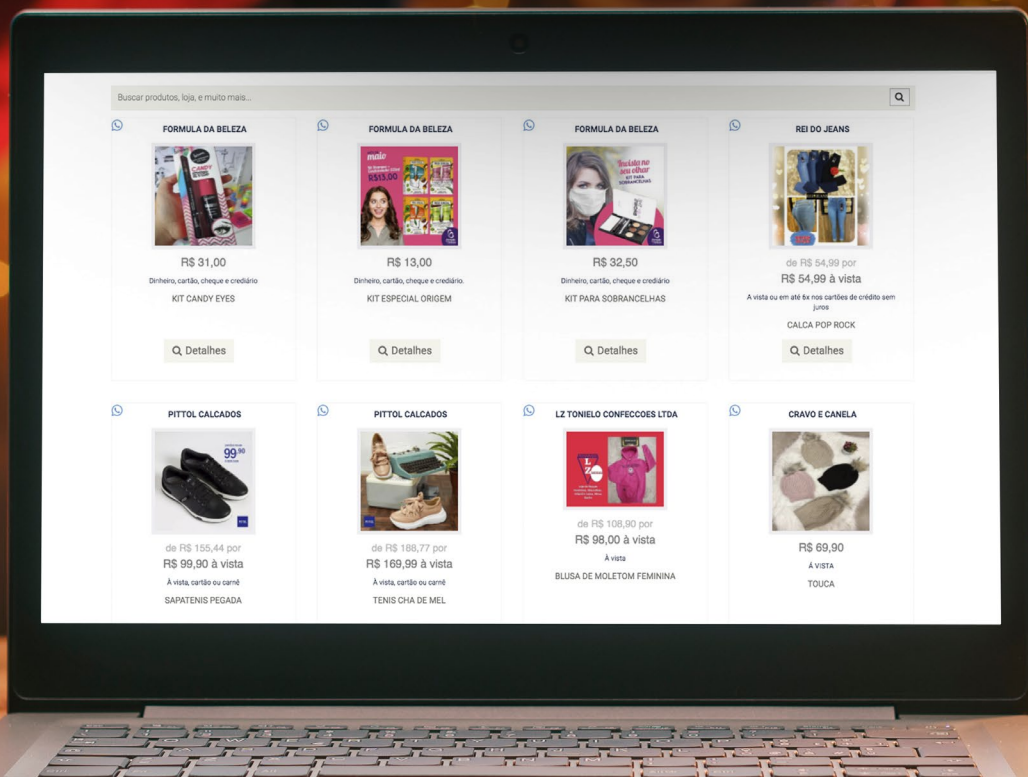
Com muitas lojas fechadas, o e-commerce no Brasil registrou um crescimento de 47% no primeiro semestre, a maior alta em 20 anos. Segundo dados da pesquisa da Ebit/Nielsen, os adeptos das lojas online no Brasil cresceram 40%, chegando a 41 milhões no total. Já a confiança e a segurança nas transações online também subiram, levando 7,3 milhões de brasileiros a comprar online pela primeira vez.

Vender online é fundamental para o crescimento do seu negócio. Aproveite a retomada do comércio com o Natal para navegar nas águas do e-commerce!

JÁ CONHECE O QCOMPRAS?

O QCompras.com.br é a plataforma virtual gratuita do associado CDL, onde é possível cadastrar produtos, promoções e mostrar a sua marca. É a oportunidade de vender online sem custo e atrair clientes para a sua loja. Quer saber mais vantagens? Confira!

- Serviço gratuito ao associado • Incentivo ao comércio local
- Facilidade de pagamento, com opções de parcelamento e diversas formas de pagamento, como o cartão de crédito
- O QCompras está conjunto ao sistema do SISPC
- O lojista recebe o suporte da sua CDL para o uso do site.



***PARA SABER MAIS, ENTRE EM
CONTATO COM A SUA CDL.***



Uma campanha pela valorização do comércio local.