CONSULTORIA DE VAREJO

EXPERIÊNCIA DO CONSUMIDOR

Sindilojas Porto Alegre

CFONSECA EXPERIÊNCIA DO CONSUMIDOR

O MAIOR DESAFIO PARA O VAREJO E SERVIÇOS

Adequar sua operação às mudanças do cenário provocado pela pandemia e à mudança do comportamento de consumo, para conquistar a atenção de seus clientes e gerar novas vendas

ENTENDER O COMPORTAMENTO DOS CONSUMIDORES

O CONSUMIDOR MUDOU ELE É HÍBRIDO PRESENCIAL+DIGITAL

- Pesquisa produtos, preços e lojas
- Ouve opiniões de “amigos” nas redes sociais
- É suscetível a ofertas por canais digitais
- Não gasta muito tempo para decidir
- Quer agilidade e simplicidade
- Não permanece muito tempo no mesmo ambiente
- Cada vez mais compra por canais digitais
- Aprecias ações e atenção de pós vendas

HÁBITOS DE CONSUMO

- O que compram
- Quando compram
- Como preferem comprar
- Compras sazonais
- Como preferem “conversar”

SEGMENTAR PARA ACERTAR

- Entender o perfil sócio demográfico/renda
- Com que frequência e qual o valor da compra
- Quais perfis de clientes x categorias de produtos
- Perfil dos clientes e seus hábitos de compras
- Quais canais de vendas preferenciais

EXPERIÊNCIA DE COMPRAS
PONTO DE ATENÇÃO

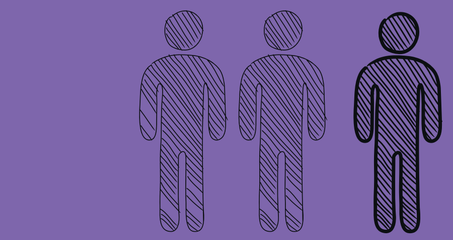
- Jornada de compras assertiva, direta, ágil e acolhedora
- Vitrines atrantes
- Equipes de vendas pró-ativas presencial e digital
- Corredores espaçosos e confortáveis
- Exposição de produtos, preços e condições visíveis
- Check-out ágil e sem gargalos
- Estacionamento acessível

EXPERIÊNCIA DE COMPRAS
PONTO DE ATENÇÃO

- Canais de vendas híbridos e complementares > digital + presencial
- Captção segmentada - Google, Redes Sociais na Loja - com maior precisão possível
- Sites e loja online inteligentes e interativos
- Canais diretos com vendedores por whatsapp, chats, e-mail, telefone e outros
- Relacionamento permanente no pós vendas e para enviar ofertas
- Respostas rápidas por múltiplos canais - sac
- Entregas com alertas e confirmações
- Pesquisas de satisfação - nps

O GRANDE DESAFIO É ELIMINAR RUPTURAS
AO LONGO DA JORNADA DE COMPRAS

7 PASSOS
PARA ESTRUTURAR UMA ESTRATÉGIA PRÁTICA E EFICAZ



1 – Avalie sua disposição e capadidade para investir em sistematização de relacionamento com seus clientes

2 – Peça uma avaliação sobre seus recursos tecnológicos atuais para registrar as compras de seus clientes

3 – Também como seu negócio consegue estabelecer relacionamento com seus clientes, enviando ofertas, promoções e ações de pós-vendas (Google, canais diretos, redes sociais, mídia e outros)

4 – Avalie como sua equipe de vendas está preparada para interagir, atender e estimular seus clientes

7 PASSOS
PARA ESTRUTURAR UMA ESTRATÉGIA PRÁTICA E EFICAZ

5 – Garanta um ambiente de loja agradável, com exposição de produtos visível, com agilidade no atendimento e sem gargalos

6 – Certifique-se que seu negócio dispõe de métodos e indicadores para avaliar resultados

7 – Selecione parceiros de negócio confiáveis que realmente possam ajuda-lo a construir seus diferenciais

OUSE, ANTECIPE-SE, FIDELIZE SEUS CLIENTES, CONQUISTE NOVOS E VENDA MAIS!

Sindilojas
Porto Alegre

FONSECA
EXPERIÊNCIA DO CONSUMIDOR