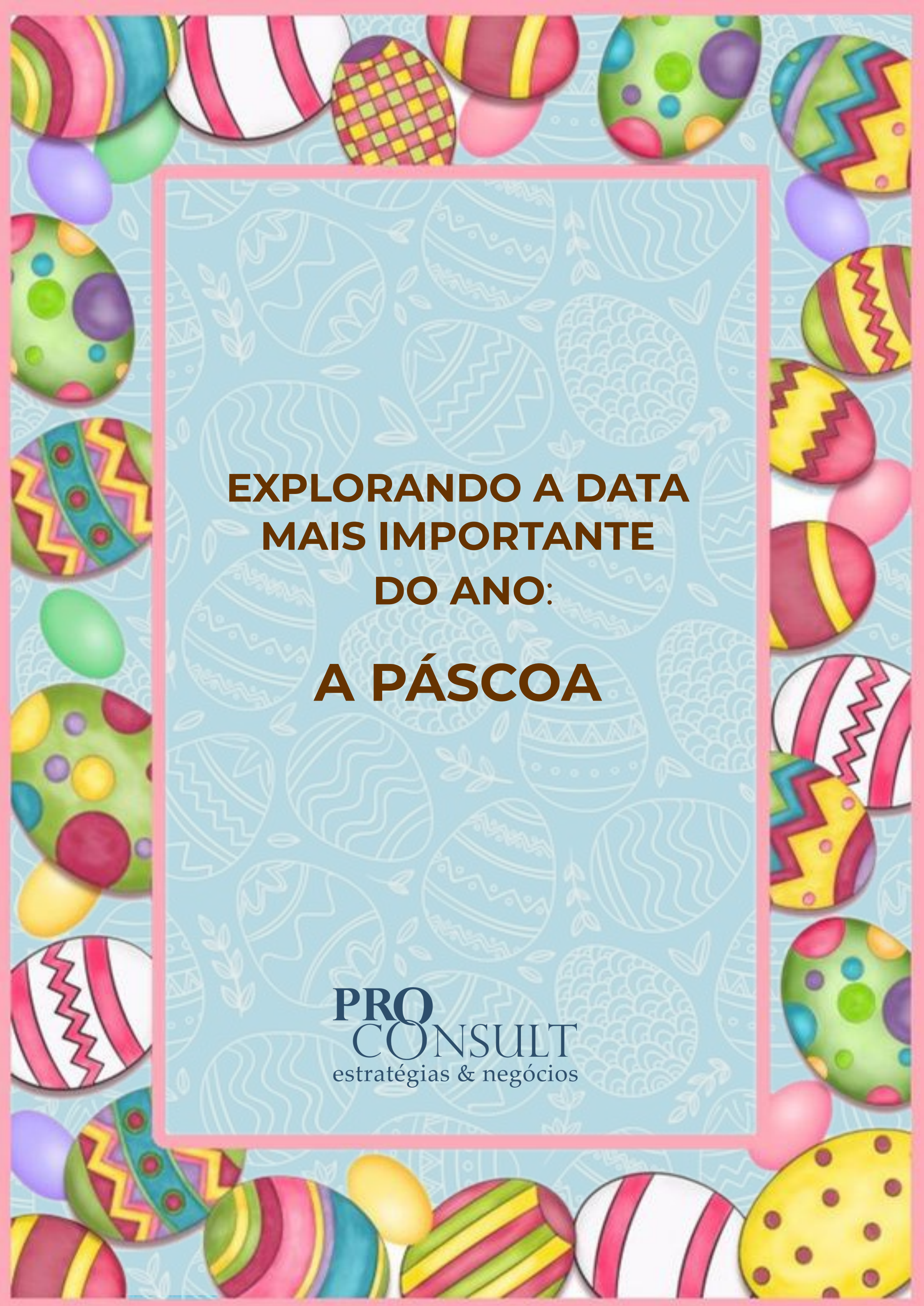


A decorative border of colorful Easter eggs with various patterns like stripes, polka dots, and zig-zags, surrounding a central light blue area with a faint egg pattern.

EXPLORANDO A DATA MAIS IMPORTANTE DO ANO: A PÁSCOA

PRO
CONSULT
estratégias & negócios

EXPLORANDO A DATA MAIS IMPORTANTE DO ANO: A PÁSCOA



Conforme artigo divulgado no site da ASBRAFE e da PRO CONSULT, abordamos aqui o tema “Páscoa” em formato mais abrangente, já que é a data mais importante do ano para as Lojas Especializadas em Festas, Candies e Confeitaria.

Neste artigo, vamos explanar com um pouco mais de riqueza de detalhes como explorar a data, aproveitando todo o potencial e pontos fortes de sua loja, e aproveitar todos os aspectos favoráveis do seu negócio frente aos concorrentes diretos e indiretos.

Temos a certeza de que muita coisa já é realizada pela sua loja, mas o planejamento, organização e controle são pontos muito importantes e devem ser lembrados. Organizar a estrutura física e humana, controle e resultados são fundamentais para o êxito da estratégia.

Dentro das oportunidades elencadas no primeiro artigo, vamos detalhar aqui um pouco mais cada um destes seis tópicos:

1. Atender de forma satisfatória
2. Facilitar a vida do cliente
3. Parceria com fornecedores
4. Explorar a sua loja
5. A loja como canal de especialidade
6. O fator humano

1. Atender de forma satisfatória



Atender de forma satisfatória seu público-alvo: nada pode faltar em produtos e serviços.

Você tem informações sobre o público que frequenta sua loja?

Quem são, quantos são, perfil, de onde vêm (localização), ticket médio, periodicidade de compra, são fiéis ou compradores ocasionais?

Todos esses dados são importantes não só para definir ações promocionais, mas para fidelizar seu cliente.

2. Facilitar a vida do cliente

Facilite a vida de seu cliente, tanto na venda on-line quanto na presencial.

Na venda on-line todo detalhe deve ser considerado.



A . Atente-se para plataformas com facilidade de navegação, produtos adequados com mix variado que atenda o seu público-alvo, facilidade para fechar a compra, meios de pagamento integrados, descrição dos produtos e entrega eficiente e qualificada.

B . O pessoal interno para manuseio e preparo dos produtos deve estar bem treinado e qualificado para o trabalho. Tudo deve sair da loja de forma perfeita!

C. Mix inadequado, formas de pagamento inseguras, finalização de compra complicada são fatores que derrubam a sua venda online e causam abandono de carrinhos de compra.

D. Detalhe importante: a logística. Produtos que demoram para chegar ou chegam em mau estado, empresas de entrega com motoristas e ajudantes mal treinados e despreparados para finalizar a compra de forma correta podem arranhar a imagem da empresa. Lembre-se que na Páscoa os produtos feitos de chocolate são frágeis e precisam de cuidados redobrados na embalagem de embarque, manuseio e envio.

E. É preciso ter controle de todas as etapas.



Na venda presencial, em sua loja, tudo deve estar perfeito.

A. Prateleiras bem arrumadas e abastecidas, lay out adequado, comunicação adequada e merchandising perfeito para remeter o cliente ao clima de Páscoa.

B. Mantenha os colaboradores qualificados, bem treinados e preparados para atender o seu cliente.

C. Caso o espaço físico da sua loja seja amplo, com departamentos por exemplo, seus colaboradores precisam ser treinados para um setor específico, principalmente na área dedicada à Páscoa. Os clientes podem não conhecer toda a variedade que existe em sua loja.

D. Cuidado redobrado com equipe terceirizada ou colaboradores cedidos por fornecedores, para que o comprometimento seja igual à sua equipe própria. Crie mecanismos para isso.

E. Por fim, o fluxo de circulação é importante, tanto para períodos de baixo movimento como em períodos de grande movimento. Tudo deve estar adequado.

3. Parceria com fornecedores

Não basta somente solicitar materiais de merchandising, promotores ou ações de degustação.

O setor de marketing das indústrias possui ferramentas para ações promocionais criativas e, às vezes, é possível que a empresa desenvolva um projeto para sua loja. Uma ação “Taylor Made” é importante para obter os melhores resultados, principalmente na Páscoa.



4. Explorar a sua loja



Explore um ponto altamente importante a seu favor: a sua loja.

O ponto de venda oferece inúmeras oportunidades para técnicas de merchandising não só para venda dos produtos principais da ação, mas para venda de produtos complementares.

A. Visual Merchandising: o ser humano é atraído com elementos sensoriais. Portanto, atraia toda a atenção em sua loja e faça seu cliente entrar no clima da Páscoa.

B. Ações de Marketing no PDV: aumentam a conversão de vendas em sua loja. Pesquisas revelam que o consumidor brasileiro gasta, em média, 12% acima do previsto no PDV através de ações de marketing.

C. Muitas oportunidades em Ações de Merchandising: ações sensoriais, temas, cross merchandising, brindes e ações, vitrines e displays, pontos extras, clip strips, ilhas promocionais, check stands.

5. A loja como canal de especialidade

Um aspecto muito importante e mais forte: a sua loja é um CANAL DE ESPECIALIDADE, portanto possui inúmeras vantagens que outros formatos de varejo não possuem.



Ex. Variedade em coberturas e chocolates



Ex. Variedade nas decorações temáticas

No Brasil alguns segmentos buscaram seu espaço e criaram verdadeiros conceitos em suas áreas de especialidade, como os Pet Shops, Horti Frut e Adega de Vinhos. Da mesma forma, as lojas especializadas em festas, candies e confeitaria, se tornaram especialistas e oferecem uma infinidade de produtos dedicados à este segmento de mercado.

Como loja de Especialidade, sua loja possui:

A. Grande variedade de produtos, marcas e categorias de festas em um só lugar: artigos de festas, bomboniere, confeitaria, descartáveis, embalagens, decoração, fantasia, papelaria, brinquedos.



Forminhas para doces



Descartáveis diferenciados

B. Venda de serviços complementares:

Cursos, montagem de cestas, balões personalizados, aluguel de mesas e itens decorativos, entre outros.



Sala específica para cursos como por exemplo, “mão na massa”, é um grande diferencial

C. Elevado nível de serviço:

Os funcionários têm um alto conhecimento dos produtos vendidos e podem realizar um atendimento personalizado ao cliente.

D. Acesso aos lançamentos, produtos exclusivos, ações de relacionamento dos lojistas e promoções das grandes marcas, ambiente agradável.

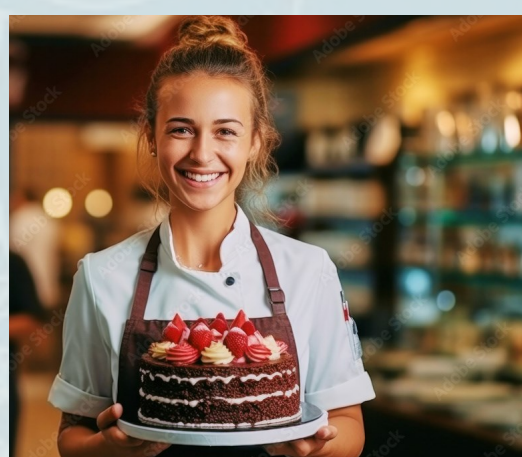
6. O fator humano

O último e não menos importante detalhe desse artigo: o fator humano.

Seja própria ou terceirizada, a sua equipe de colaboradores deve ser muito qualificada, treinada e acompanhada para atender muito bem o grande fluxo de clientes de forma eficiente para que saiam de sua loja totalmente satisfeita.

O treinamento deve ser ministrado em módulos, como por exemplo:

A. Através de técnicas de vendas e abordagem;



B. Conhecimento dos produtos ou categorias de produtos mais importantes da loja. Nesse sentido, é fundamental fazer uma parceria com fornecedores para que ofereçam treinamento técnico de seus produtos.

Considerações finais

Existem muitos aspectos positivos para que sua loja possa explorar os seus pontos fortes como canal de especialidade.

A Pro Consult está à sua disposição para lhe ajudar na orientação estratégica de sua empresa e implementar as ações de marketing adequadas para que você possa extrair os melhores resultados para o seu negócio.

Feliz Páscoa e ótimos negócios!

Conteúdo produzido pela Pro Consult. Entre em contato para utilizar partes ou totalidade do texto. Fotos e imagens freepik.com

PRO CONSULT

estratégias & negócios

11 9 9970 6389 - 11 9 8900 2295
proconsult.net.br

Empresa parceira da:

