



# ARTESANATO COM VALOR



Guia prático para aumentar suas vendas  
utilizando estratégias de descontos eficazes

Realização



Apoio



# INTRODUÇÃO



O universo do artesanato vai muito além de criatividade e peças produzidas. Para encantar o cliente, a estratégia de venda também é fundamental – e aplicar técnicas de descontos é uma maneira poderosa de atraí-los e fidelizá-los, além de impulsionar ainda mais o negócio e otimizar o fluxo de estoque. Quer transformar suas criações em oportunidades únicas para o público, tornando cada peça ainda mais desejada? Saiba que, com promoções bem planejadas, isso é totalmente possível; afinal, você pode celebrar datas comemorativas, lançar novos produtos com um toque especial ou, até mesmo, esvaziar a prateleira para abrir espaço para novidades. Já imaginou?

Descontos aumentam o interesse do consumidor e criam uma conexão emocional, fazendo com que seus clientes se sintam valorizados. Além disso, essas estratégias ajudam a divulgar seu trabalho de forma eficaz, atraindo novos públicos e fortalecendo a lealdade dos que já existem. Tanto é que, em 2023, o Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e a Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) **publicaram um estudo sobre o tema**, dizendo que sete em cada dez micro e pequenas empresas afirmaram que cobram valor abaixo para quem opta pelo pagamento em dinheiro.

Neste e-book, você vai aprender que, com a abordagem certa, os descontos podem ser uma ferramenta valiosa para expandir seu negócio de artesanato, transformando compradores ocasionais em clientes recorrentes. Boa leitura.

# TIPOS DE ESTRATÉGIAS DE DESCONTO

Agora que você já sabe a importância de uma estratégia de desconto e para que ela serve, vamos conhecer alguns tipos mais comuns?



## 1. Descontos por tempo limitado

Um artesão de joias personalizadas pode oferecer um desconto de 20% em todas as peças durante um final de semana especial. Anunciando como uma “venda relâmpago”, essa estratégia cria um senso de urgência\* e incentiva os clientes a aproveitarem a oportunidade antes que o tempo acabe.

## 2. Descontos progressivos

Uma loja de artesanato pode implementar uma promoção na qual, quanto mais o cliente compra, maior é o desconto. Por exemplo, comprando um produto, o cliente recebe 10% de desconto; comprando dois, recebe 15%; e comprando três ou mais, 20%. Isso incentiva o cliente a comprar mais para aproveitar os descontos adicionais.

---

\*Senso de urgência: planejar campanhas que transmitam uma sensação de urgência, como “queima de estoque” e “últimas peças disponíveis”, faz com que consumidores tomem a decisão de comprar mais rápido. Assim, você acaba reduzindo o tempo de indecisão do potencial cliente.

### 3. Frete grátis ou com desconto

Uma artesã de cerâmicas pode oferecer frete grátis para pedidos acima de um determinado valor, por exemplo, R\$ 150,00. Alternativamente, ela pode oferecer um desconto no frete para todos os pedidos feitos durante um período específico, como “frete por R\$ 10 em todas as compras neste mês”. Isso não só atrai clientes que hesitam em pagar pelo frete, mas também pode aumentar o valor médio dos pedidos.



FRETE GRÁTIS  
PODE SER UM  
DIFERENCIAL  
COMPETITIVO

SAIBA MAIS



OFERECER  
DESCONTOS PARA  
PAGAMENTOS À  
VISTA É ILEGAL?

SAIBA MAIS



COMO UTILIZAR O  
GATILHO MENTAL  
PARA AUMENTAR  
SUAS VENDAS

SAIBA MAIS

## ESCOLHENDO A ESTRATÉGIA CORRETA

Escolher a melhor estratégia de descontos para um negócio de artesanato é como selecionar a cor perfeita para uma peça: exige atenção aos detalhes e compreensão do contexto. Não é só escolher qual desconto aplicar e pronto; você terá sucesso nas vendas! Na verdade, não existe uma abordagem única, pois tudo depende dos objetivos que você deseja alcançar. Se você quer atrair novos clientes, uma promoção de frete grátis pode ser ideal. Por outro lado, se o foco é [esvaziar estoque](#), descontos progressivos podem ser mais eficazes. Deu para

entender? Tudo depende do contexto e de qual resultado você quer conseguir.

Mas não é só isso! O público-alvo também influencia. Jovens consumidores digitais podem valorizar o **cashback**, enquanto clientes que apreciam peças exclusivas podem ser atraídos por “leve dois, pague um”. Além disso, o tipo de produto e a concorrência no mercado são cruciais; itens únicos podem não precisar de descontos tão agressivos quanto produtos com alta concorrência. E não para por aí. A época do ano e os canais de venda, como lojas físicas ou on-line, também são determinantes.

Durante datas comemorativas, por exemplo, o desconto por tempo limitado pode ser um grande diferencial.

Cada elemento, desde o canal de venda até a sazonalidade, contribui para a escolha da estratégia ideal, garantindo que os descontos não apenas aumentem as vendas, mas também fortaleçam a relação com o cliente.

É crucial definir com cuidado o valor do desconto, pois a porcentagem pode variar conforme a situação. O vendedor deve ter pleno conhecimento do seu preço para entender a margem de lucro e evitar prejuízos ao aplicar descontos. Não se deve definir descontos de forma aleatória, mas sim com uma estratégia bem pensada. Vamos a um exemplo prático: você gastou R\$ 100 por par para produzir a coleção de sandálias de couro de 2024 e as vende por R\$ 250 cada. Ao final do ano, ainda restaram alguns pares, e você já está imerso no planejamento da nova coleção “Verão 2025”. Para evitar prejuízo, uma promoção de queima de estoque seria muito útil. Nesse caso, você pode aplicar um desconto de R\$ 100, ou seja, 40% de desconto, vendendo os pares restantes por R\$ 150. Dessa forma, ainda obteria um lucro de R\$ 50 por par.





CLIENTE  
FIDELIZADO QUER  
DESCONTO NA  
BLACK FRIDAY

SAIBA MAIS



5 DICAS PARA  
VENDER MAIS  
NO DIA DOS  
NAMORADOS

SAIBA MAIS



# BOAS PRÁTICAS NA APLICAÇÃO DE DESCONTOS

Conduzir uma estratégia de marketing com descontos requer cuidado e transparência para garantir o sucesso e a confiança dos clientes. Vamos listar alguns exemplos práticos para você entender melhor.

## 1. Comunicar claramente as regras

- > **O que fazer:** defina e explique claramente os termos da promoção. Por exemplo: “Desconto de 20% em todas as peças até domingo. Não cumulativo com outras promoções.”
- > **O que não fazer:** evitar detalhes importantes ou esconder restrições, como anunciar um desconto sem especificar que é apenas para determinados produtos, gerando frustração nos clientes.

## 2. Rastrear e analisar os resultados

- > **O que fazer:** utilize ferramentas para monitorar o desempenho da promoção e ajuste suas estratégias com base nessas percepções. Se a campanha de “leve dois, pague um” funcionou bem em cerâmicas, considere aplicar a mesma estratégia em outra linha de produtos.
- > **O que não fazer:** não acompanhar os resultados da promoção, impedindo a avaliação do seu impacto e a identificação de melhorias. Não recomendamos repetir a mesma promoção sem saber se ela realmente aumentou as vendas.



## 3. Falar sempre a verdade

- > **O que fazer:** seja honesto e transparente. Se um desconto é válido apenas para [compras on-line](#), informe isso claramente. “10% de desconto em todos os pedidos on-line até o final do mês.”
- > **O que não fazer:** usar entrelinhas para enganar o cliente, como anunciar “50% de desconto” sem mencionar que é apenas para a segunda compra. Isso pode gerar desconfiança e prejudicar sua reputação.

Seguindo essas boas práticas, você pode criar campanhas de desconto eficazes que aumentem suas vendas e fortaleçam a confiança e a fidelidade dos seus clientes.



VANTAGENS DAS  
ESTRATÉGIAS DE  
DESCONTO PARA  
PAGAMENTO À VISTA

SAIBA MAIS



COMO LIDAR  
COM CLIENTES  
FOCADOS NO  
DESCONTO

SAIBA MAIS



## PONTOS DE ATENÇÃO

É essencial que a estratégia de descontos seja pontual e não recorrente. Descontos frequentes podem comprometer a imagem da marca e desvalorizar seus produtos, fazendo com que os clientes esperem sempre por promoções antes de comprar. Utilize descontos de forma estratégica e ocasional para criar um senso de exclusividade\* e urgência, mantendo o valor percebido de suas peças artesanais e fortalecendo a confiança e o interesse dos clientes em suas criações.



\*Senso de exclusividade: estratégia que cria a percepção de que um produto ou serviço é limitado, único ou destinado apenas a um grupo seleto de clientes. Isso pode ser feito por meio de edições limitadas, acesso antecipado, ofertas exclusivas para membros ou eventos especiais. Essa abordagem aumenta o desejo e o valor percebido do produto, incentivando os consumidores a agir rapidamente para não perder a oportunidade.

# CONCLUSÃO

Neste material, você teve a oportunidade de aprender sobre a importância das estratégias de descontos pontuais para aumentar vendas, fidelizar clientes e otimizar estoques – sem comprometer o valor da marca. Exploramos diversas táticas, como descontos por tempo limitado e frete grátis, além de boas práticas para garantir a transparência e a eficácia das promoções.

Para continuar aprimorando suas habilidades, convidamos você a conferir os cursos e materiais gratuitos do Sebrae, que oferecem suporte valioso para seu negócio de artesanato. Até a próxima!



Realização



Apoio



CENTRO SEBRAE DE REFERÊNCIA  
DO ARTESANATO BRASILEIRO



SEBRAEAM



ACESSE O SITE

0800 570 0800