

CONFIRA AS PRINCIPAIS ESTRATÉGIAS DE COMPRA E VENDAS NO VAREJO DE MODA



INTRODUÇÃO	3
O QUE É ESTRATÉGIA DE VAREJO E QUAL A SUA IMPORTÂNCIA?	5
QUAIS SÃO AS PRINCIPAIS ESTRATÉGIAS DE VENDA NO VAREJO?	9
QUAIS SÃO AS PRINCIPAIS ESTRATÉGIAS DE COMPRA NO VAREJO?	14
CONCLUSÃO	19
SOBRE O SEBRAE PE	21



INTRODUÇÃO



No varejo de moda, a execução de boas estratégias de compra e venda **pode resultar em múltiplas vantagens**, por exemplo, clientes mais satisfeitos, marca mais bem posicionada no mercado e diferencial competitivo sobre os concorrentes locais.

Entretanto, muitos lojistas não sabem como dar os primeiros passos, formular planos e alinhar a equipe na execução. Por consequência, deparam-se com resultados muito abaixo do esperado, o que coloca em xeque a sobrevivência do empreendimento.

A verdade é que as principais estratégias, **como análise de tendências, vendas cruzadas e negociações ganha-ganha**, são fáceis de entender e aplicar. Logo, mais que brilhantismo, seu uso demanda dedicação, alinhamento da força de trabalho e foco.

Quer saber quais são as principais estratégias, descobrir seus verdadeiros benefícios e adotar as melhores práticas de venda e compra? Então, continue com sua leitura!



**O QUE É
ESTRATÉGIA DE
VAREJO E QUAL A
SUA IMPORTÂNCIA?**

Na administração, estratégia é um termo bem amplo. Vem do latim *strategos* e **refere-se à arte do general em manobrar suas tropas para vencer uma batalha**. Portanto, está ligada à organização, aplicação e execução dos recursos disponíveis.

Especificamente no varejo, podemos dizer que estratégia é o **plano que objetiva dar uma vantagem competitiva à loja**, tornando-a, de alguma forma, melhor que outras empresas e mais atraente aos clientes. Isso certamente envolve os processos de compra e venda.

Claro, criar e executar ótimas estratégias é algo trabalhoso. Por outro lado, existem tantos benefícios quanto é possível imaginar. A seguir, explicamos 3 vantagens. Confira!



O QUE É ESTRATÉGIA DE VAREJO E QUAL A SUA IMPORTÂNCIA?

MELHORA A RELAÇÃO COM OS CONSUMIDORES

No varejo de moda, a qualidade da relação com o cliente é algo essencial. **Consumidores insatisfeitos não voltam à loja e migram para a concorrência.** Por isso, muitos lojistas, a exemplo das lojas Renner, abraçam uma cultura centrada no cliente (customer-centric).

Aqui está o primeiro benefício: boas estratégias de compra e venda deixam a loja mais próxima dos consumidores, de modo que consideram entender e atender a suas demandas, **bem como criar uma experiência de consumo encantadora.** Existem muitos benefícios subsequentes, como a maior retenção de clientes e o aumento de promotores da marca.

POTENCIALIZA RESULTADOS FINANCEIROS E OPERACIONAIS

Os resultados financeiros e operacionais são **essenciais à manutenção de uma loja.** Por exemplo, lucro líquido, crescimento das vendas, volume de vendas por atendente, nível de retorno sobre investimento, e assim sucessivamente. Então, é importante considerá-los.

Na medida em que você adota boas estratégias para comprar e vender produtos, pode obter mais receitas financeiras, ampliar as margens de venda e potencializar a operação da loja, tornando-a maior e melhor no que faz. Podemos dizer, então, que o empreendimento se **torna mais próspero, rentável e atraente** aos atuais sócios e futuros investidores.





OTIMIZA A APLICAÇÃO DOS RECURSOS DO LOJISTA

Toda loja conta com muitos recursos. Por exemplo, o dinheiro em caixa, o estoque de produtos (roupas e acessórios) e a força de trabalho. Entretanto, por falta de planejamento e/ou alinhamento, por vezes, há uma má aplicação, o que gera problemas e prejuízos.

Nesse caso, as estratégias de compra e venda trabalham como um guia. Elas orientam a melhor aplicação dos recursos disponíveis, **atentando-se à missão do estabelecimento e aos objetivos de longo prazo**. Desse modo, garantem que exista mais harmonia entre os recursos disponíveis, assim como alinhamento entre ações de curto, médio e longo prazo.

Poderíamos destacar vários outros benefícios, mas não é esse o objetivo do e-book. O mais importante é entender que, **quando bem planejadas e executadas**, estratégias de compra e venda tornam o negócio mais cativante aos clientes e rentável aos seus proprietários.



**QUAIS SÃO AS
PRINCIPAIS
ESTRATÉGIAS DE
VENDA NO VAREJO?**

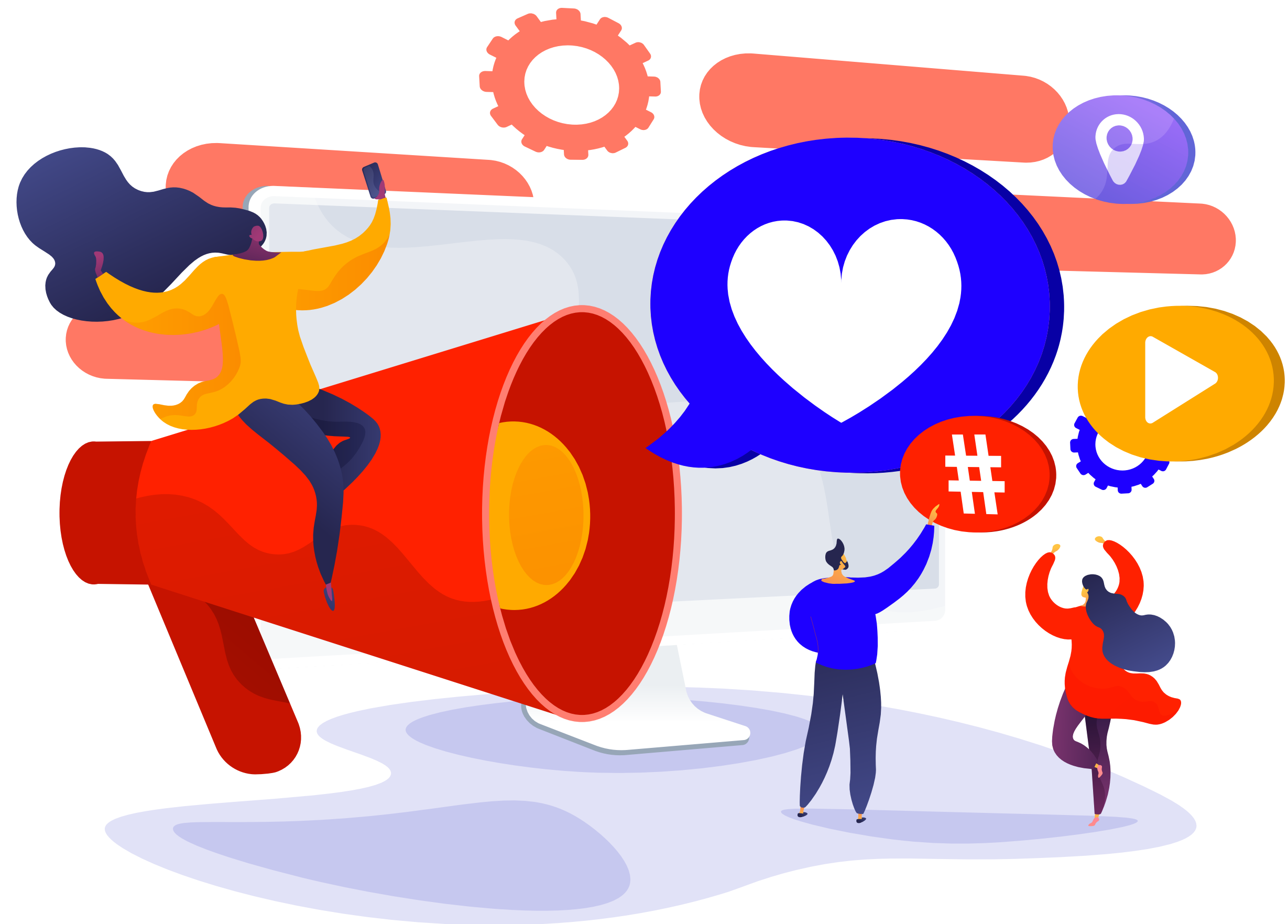
Sem vendas, as várias outras atividades da loja simplesmente não se justificam. Por isso, é preciso investir na construção de boas estratégias de venda, de modo que peças de roupas e acessórios sejam comercializadas em maior frequência e volume. Mas quais estratégias são essas e como adotá-las? **É o que explicamos ao longo dos próximos tópicos.** Acompanhe!

PROMOVA UM BOM FLUXO DE MARKETING

O sucesso nas vendas depende, em grande medida, **da quantidade de consumidores que chegam até sua empresa.** Por vezes, tais consumidores são chamados de leads ou clientes em potencial. Para atraí-los, é útil melhorar seu fluxo de marketing.

Aqui, a ideia é pensar em como vai **chamar a atenção dos clientes** e despertar o desejo de consumir seus produtos. Há muitos caminhos possíveis, como anúncios em redes sociais, sites de busca ou mídias tradicionais, além de ações de marketing dentro da própria loja.

Na prática, é útil fazer três coisas: primeiro, definir o orçamento de marketing, de modo que saiba quanto está disposto a gastar; depois, **esclarecer o perfil dos clientes que deseja atrair;** e então adotar os melhores canais para se comunicar com tais clientes.



APLIQUE PROMOÇÕES E DESCONTOS PROGRESSIVOS

A promoção é uma importante aliada da venda, pois fornece ao consumidor a **sensação de vantagem na compra e economia de dinheiro**. Existem muitos tipos de promoção, como queima de estoque, liquidação relâmpago e preço por tempo determinado, entre outras.

Nesse aspecto, **é interessante trabalhar com descontos progressivos**. Políticas do tipo “compre duas e leve a terceira de graça” estimulam o cliente a comprar mais produtos para reduzir o preço final, o que pode ser benéfico tanto ao consumidor quanto ao lojista.



INVISTA EM TÁTICAS DE VENDA CRUZADA (CROSS SELLING)

Outra importante estratégia é investir em vendas cruzadas. Já ouviu falar no assunto? Do inglês cross selling, **refere-se à oferta de produtos complementares ao que o cliente está comprando**, de modo que consiga gerar valor ao consumidor e vender itens adicionais.

Imagine o seguinte exemplo: determinado cliente está experimentando uma calça jeans. Então, sutilmente, **você oferece alguns itens adicionais**, como um cinto que acabou de chegar na loja e uma camisa básica. Perfeito! Conseguiu estimular uma venda cruzada.

É importante deixar claro que venda cruzada não se trata de “empurrar” produtos, tendo como único intuito a venda — o que pode afastar o cliente. **Mantenha o foco na satisfação do consumidor**, utilizando o cross selling para fazer vendas melhores e mais completas.

FORMULE PREÇOS ESTRATÉGICOS E ATRAENTES

O preço é um **fator estratégico para o sucesso da venda**, então é preciso trabalhá-lo muito bem. Se o preço é baixo demais, pode passar a impressão errada do produto e gerar prejuízo à loja. Por outro lado, se for alto demais, pode inibir clientes e prejudicar suas vendas.

Para chegar ao melhor preço de venda dos produtos, **é importante considerar três coisas:** os custos iniciais, a percepção de valor dos clientes e o preço praticado pelos concorrentes próximos. Assim, terá mais chances de precificar de forma estratégica e atraente.



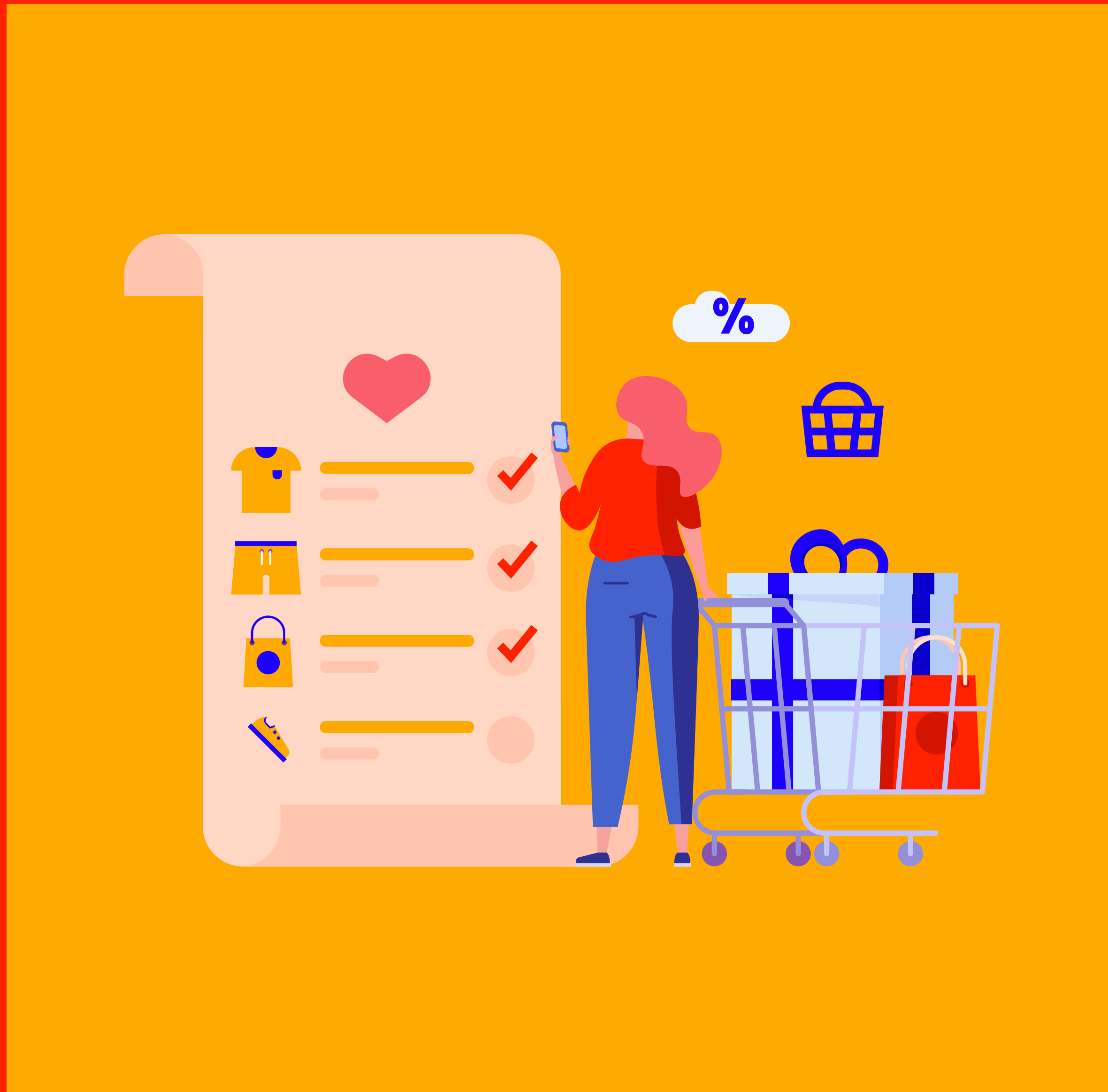
ADOTE PARCERIAS ESTRATÉGICAS PARA VENDAS

Com boas parcerias, a loja ganha destaque e, também, transmite confiança e prestígio. Isso implica diretamente na **experiência com a marca e no volume de vendas**. Existem muitos parceiros em potencial, como fornecedores, influenciadores digitais e os próprios clientes.

Os fornecedores, por exemplo, podem transformar-se em parceiros estratégicos e **prover produtos exclusivos à loja**. Também pode fornecer condições especiais, como preços mais baixos e maiores prazos de pagamento, vantagens que podem ser repassadas aos clientes.

Influenciadores digitais podem tornar a marca mais humana e amigável, permitindo que se comuniquem melhor com determinado público-alvo. Já os **clientes podem atuar como promotores da marca**, falando bem dos produtos para seus amigos e/ou familiares.





**QUAIS SÃO AS
PRINCIPAIS
ESTRATÉGIAS
DE COMPRA NO
VAREJO?**

Lembre-se sempre de uma coisa: o sucesso da venda começa no processo de compra. Se você **adquire o produto certo, pelo preço certo** e com o fornecedor certo, conseguirá reduzir seus riscos (possibilidade de surpresas negativas) e ampliar seus ganhos. Em vista disso, ao longo dos próximos tópicos, vamos explicar as principais estratégias de compra. Veja!



ACOMPANHE TENDÊNCIAS E OUÇA SEUS CLIENTES

A melhor estratégia de compra é fazer a compra certa. Parece redundante, mas tem algo de muito valioso aí: **é preciso estar atento às tendências de mercado e ouvir seus clientes**, de modo que adquira produtos realmente desejados. Sem isso, nada feito!

Tendências de mercado podem ser acompanhadas de muitas formas. Por exemplo, faça visitas técnicas aos seus fornecedores, participe de desfiles, leia mais sobre a indústria da moda e acompanhe as novidades do mercado. Assim, terá mais chances de estar à frente.

Outro ponto importante é conversar mais com seus clientes, atentando às demandas, **dores não supridas e oportunidades** que podem ser exploradas. Em termos de moda, sua loja deve ser uma resposta às necessidades dos consumidores. Tenha atenção.

PENSE NA VARIEDADE DO MIX DE PRODUTOS

Os consumidores são muito heterogêneos e, ainda que você planeje atender um público específico, deve fornecer opções variadas e complementares. Por isso, aqui, nossa dica é: **diversifique suas compras para construir um ótimo mix de produtos.**

Essa diversificação pode ser em termos de **categoria** (peças, acessórios, perfumaria etc.), de **estilo** (elegante, esporte fino etc.) e **preço de venda**. A ideia não é atender todos os consumidores, mas, dentro do seu público-alvo, entregar opções suficientes.



INVISTA EM NEGOCIAÇÕES DO TIPO GANHA-GANHA

É muito difícil falar em estratégia de compra sem tocar em fornecedor. **Você precisará lidar com diferentes fabricantes**, distribuidores e representantes do mundo da moda, o que pode ser desafiador. Então, é importante saber negociar.

Aqui, o mais importante é não entrar em uma mentalidade perde-ganha, na qual apenas uma das partes sai vitoriosa. Uma boa negociação promove resultados mútuos, garantindo que comprador e fornecedor sejam beneficiados. Logo, **há um resultado ganha-ganha**.

Para tanto, não foque exclusivamente no preço. Lembre que existem outras coisas em jogo e que podem compor a negociação ideal — **como tempo para entrega, exclusividade na revenda, custos com frete, modal de entrega e prazo de pagamento**.



BUSQUE O MELHOR PREÇO POSSÍVEL

Apesar de o preço não ser o único fator em jogo, não é apropriado negligenciá-lo. Um custo de compra muito elevado pode resultar em preços de venda ao seu cliente mais elevados e pouco atraentes, **além de reduzir suas margens financeiras** (lucro).

Para conseguir um preço mais atraente, faça um breve estudo do mercado. **Quais outros fornecedores vendem o produto e por quanto, em média?** Use essa informação na etapa de negociação para forçar os preços para baixo, reduzindo seus custos de compra.



IDENTIFIQUE E CORRIJA SEUS PRINCIPAIS ERROS

Outra importante estratégia de compra é o aprendizado. Na medida em que você identifica e corrige erros, **aprendendo a comprar com mais qualidade**, pode construir uma loja bem-sucedida, estabelecer parcerias de longo prazo e lucrar muito mais.

Grosso modo, o processo de aprendizado segue 4 etapas: planejamento, execução, controle e ação — **o que comumente é chamado de ciclo PDCA**. Aqui, a ideia é planejar os passos seguintes, executar com o time, controlar (monitorar) os resultados e agir corretivamente

Note que o movimento de planejar, executar, controlar e agir **permite que sua empresa melhore continuamente**, fazendo compras mais precisas, por preços mais atraentes e adequados ao público-alvo. Assim, conseguirá obter resultados incríveis.



CONCLUSÃO

Como pôde observar, ótimas estratégias de compra e venda podem resultar em múltiplos benefícios à sua loja. Por exemplo, ao melhorar o relacionamento com os clientes finais, ao potencializar os resultados operacionais e ao otimizar a aplicação dos seus recursos.

Entre as principais estratégias de venda, **podemos destacar o uso do fluxo de marketing**, a adoção de técnicas de cross selling, a criação de parcerias estratégicas e o investimento em descontos progressivos. Assim, conseguirá ampliar volume e qualidade das vendas.

Por outro lado, em termos de estratégia de compras, é essencial monitorar tendências de mercado, investir na diversificação dos produtos, **entrar em negociações do tipo ganha-ganha** e melhorar continuamente. Desse modo, terá o produto certo pelo preço certo.

Independentemente do momento (compra ou venda), **talvez o mais relevante seja nutrir uma alta orientação para o cliente**. Coloque seu consumidor em primeiro lugar e, antes de tomar qualquer decisão, pense na satisfação e na fidelidade do seu cliente.

Lembre que o Sebrae-PE pode ajudar sua loja a aplicar todas as dicas citadas neste e-book, seja com conhecimentos adicionais, seja com mentoria ou consultoria especializada. Por isso, **não deixe de entrar em contato conosco** e conferir as soluções que separamos para você!





O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é **uma entidade privada desenvolvida com o intuito de auxiliar os empreendedores na gestão e no crescimento dos negócios**. Temos unidades em todo o território nacional e uma ampla experiência de mercado.

Buscamos construir oportunidades em conjunto, oferecendo capacitações, oficinas, consultorias e diversos serviços para auxiliar empresários a alcançarem a prosperidade nos negócios. Atuamos nas frentes de **fortalecimento do empreendedorismo e no estímulo à formalização dos empreendimentos**, buscando a criação de soluções criativas junto aos empresários.