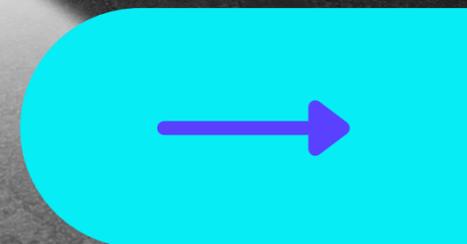


TRANSFORME CRISE EM OPORTUNIDADE COM O DIGITAL



Sumário

01 Introdução

03 Introdução

06 Imprevistos:
prepare-se

08 Satisfação do
cliente

09 Utilize a inovação

11 Casos de suceso

14 Presença nos
canais de venda

20 Como aumentar as
vendas do seu
negócio

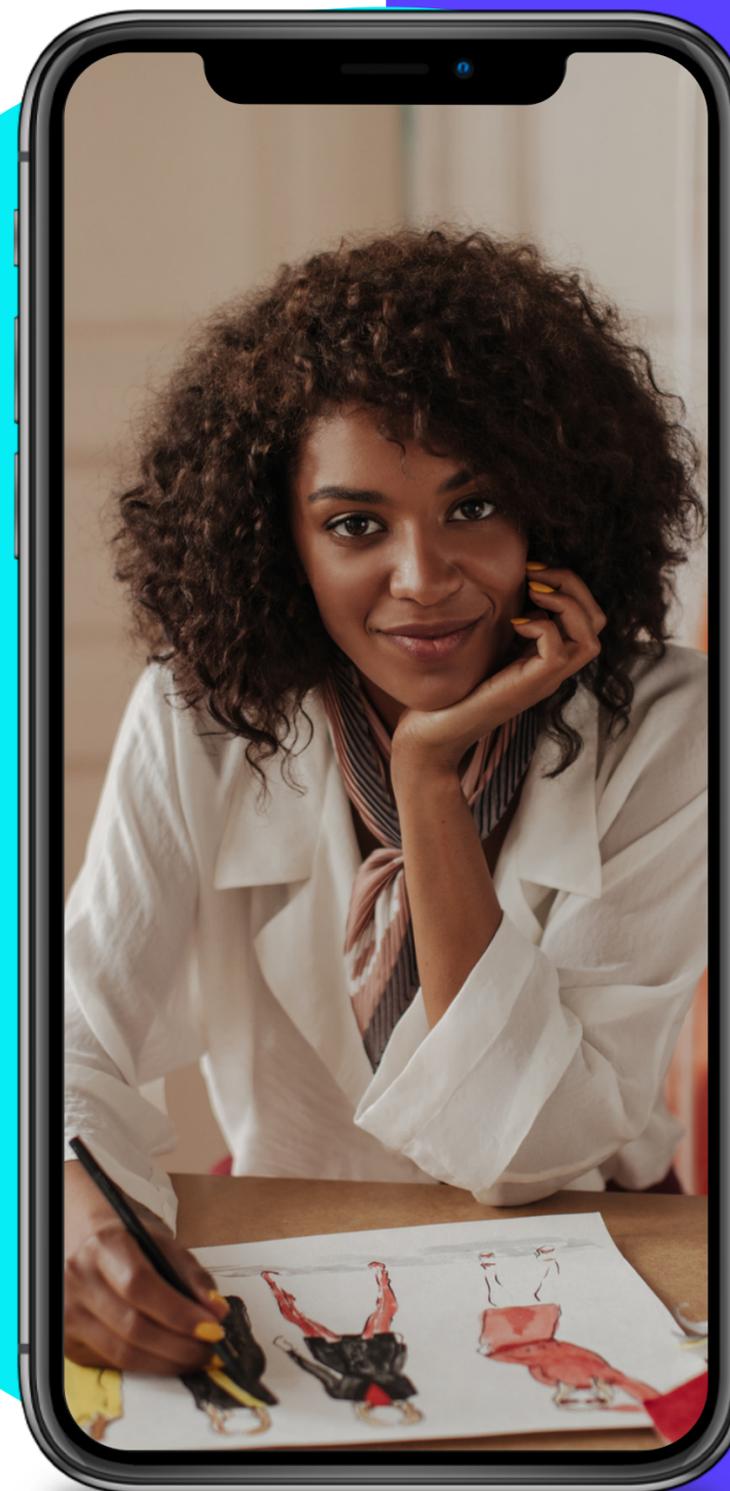
31 Conclusão



INTRODUÇÃO:

Mudanças significativas estão previstas para o **Microempreendedor Individual (MEI)** em 2022. O número de Microempreendedores Individuais (MEI) cresceu no país ao longo de 2020. Ano marcado pela crise gerada pela pandemia. A sensação de fragilidade, vulnerabilidade e impotência tomou conta de pessoas de todas as idades, culturas, raças e religiões. A crise teve proporção global e pegou de surpresa empresas dos mais diversos tamanhos e setores.

Porém com o início de 2022, a esperança voltou a fazer parte da rotina de muitos brasileiros. Algumas tendências voltaram a aparecer e ajudam a compreender para onde o mercado está indo e de que forma os profissionais podem se preparar para protagonizar as projeções.



Mas o que trazemos hoje como lição é que toda crise também gera oportunidades de carreira, ou seja, algumas profissões tiveram uma alta demanda em meio à pandemia. Além disso, também aumentou a possibilidade de utilizar meios digitais e alcançar mais pessoas nesse momento.

Apesar de a crise causar certo pânico entre consumidores e empresários, e de ter suas consequências reconhecidamente negativas, ela também gera oportunidades para quem está devidamente preparado para aproveitá-la.

Nesse sentido, a crise é um ótimo momento para duas ações igualmente relevantes: **ajustar e inovar**. Ao longo do e-book vamos apresentar como muitas empresas estão **transformando crise em oportunidade**. Isso é possível ao buscar formas de enfrentar o momento da melhor forma e se fortalecendo no mercado.





IMPORTANTE

“Cada vez mais teremos uma integração entre comércio, indústria e serviços, nos MEIs”.

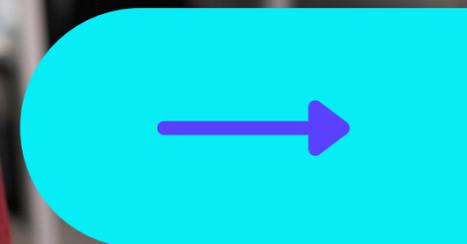
IMPREVISTOS PODEM ACONTECER

PREPARE-SE

Toda atividade empresarial remete a algum risco. Este, em geral, costuma ser de natureza financeira, mas não exclusivamente desta linha. A maior parte dos dias úteis de empreendedores constituirão em desafios, principalmente no início dos negócios. Pode ser algo grande, como um ótimo funcionário que decidiu sair da firma ou um novo concorrente emergindo em sua área, ou algo pequeno, como um prazo que está sendo empurrado por conta de problemas técnicos.

A realidade é que a incerteza é uma constante e tentar programar um caminho certo que cubra todas as variáveis é impossível, e é preciso se preparar para os imprevistos e saber lidar com eles, para se tornar um empreendedor de sucesso. É claro que é importante ter um planejamento estratégico na sua empresa e tentar segui-lo, mas não tenha a ilusão de que é possível se precaver de qualquer problema. E no que diz respeito aos imprevistos, simplesmente aceite o fato de que, em algum momento, você será acometido por eles.

As pessoas que preferem planejar tudo tendem a encontrar mais dificuldade para lidar com o imprevisto, pois esses desafios inesperados podem exatamente interromper planos anteriormente existentes ou aumentar a quantidade de tempo, dinheiro e esforço necessários para completar uma tarefa. Assim sendo, o empresário precisa estar atento ao modo como reage aos revezes, de maneira a planejar o que possa ser arriscado em sua companhia.



ATENÇÃO

"As pessoas buscam produtos e serviços que as ajudem a executar tarefas de sua vida"

-Clayton Christensen
Harvard Business School

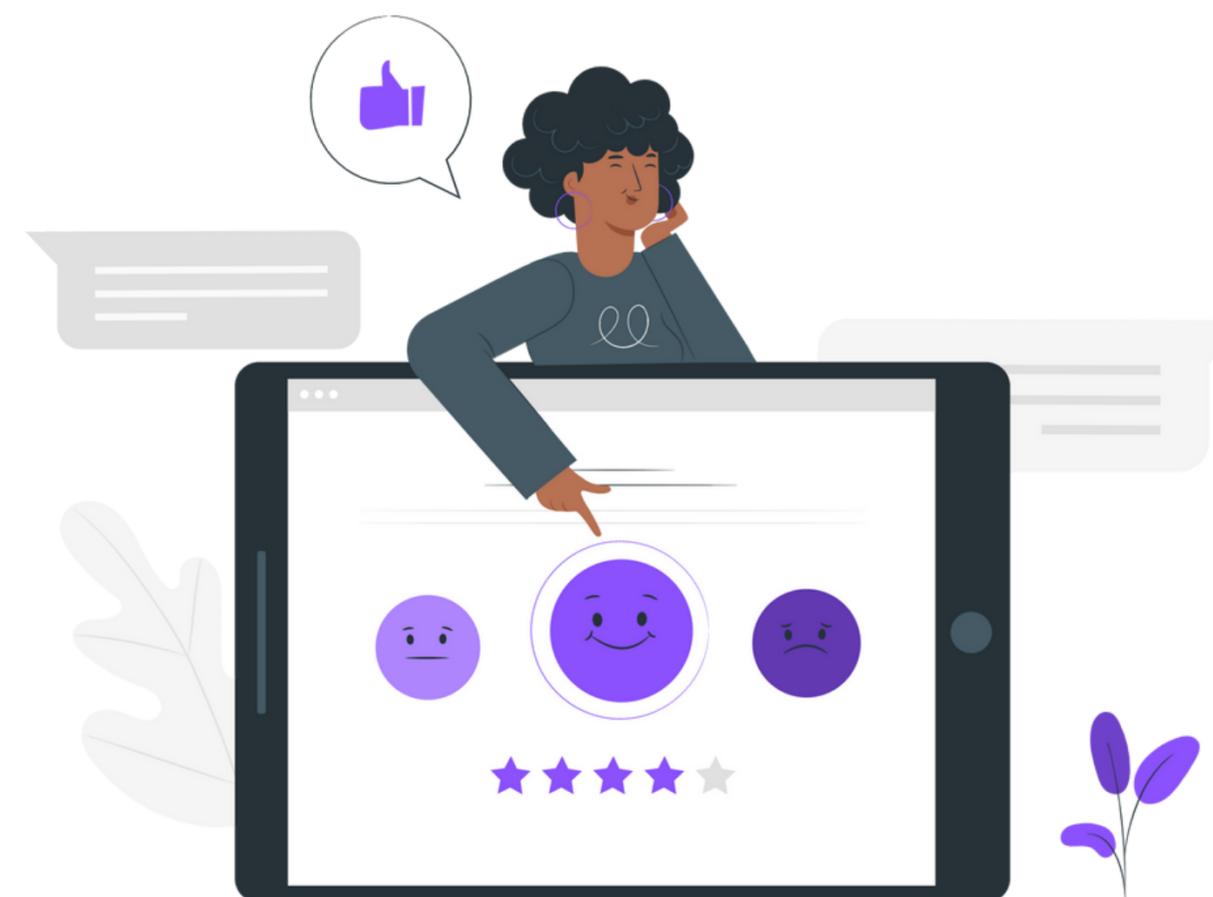
SATISFAÇÃO DO CLIENTE:

Vender cada vez mais e melhor é uma meta desejada por todo empreendedor e, para ter sucesso nas vendas, é preciso pensar sobre o que o seu produto oferece como solução para o seu cliente. Pois, quando uma empresa oferece uma boa experiência na venda ou pós-venda, consegue fidelizar o seu público-alvo e “colher” uma série de benefícios adicionais.

Uma boa experiência, não é só importante, é essencial. Muitos consumidores deixam a empresa por conta de insatisfação com o atendimento, por exemplo, ainda que tenham gostado dos bens ou serviços comercializados.

Por isso é importante atentar ao seu comportamento para entender grupos e organizações selecionam, compram, usam e descartam produtos, serviços, ideias ou experiências para satisfazer suas necessidades e seus desejos. Analisar o que as pessoas mais compram na internet é uma forma de entender as mudanças de direcionamento do mercado.

produtos e serviços



UTILIZE A INOVAÇÃO:

O empreendedorismo inovador tem a ver com a capacidade não apenas de gerenciar o negócio, mas de garantir que ele não permaneça sempre o mesmo. Essa maneira de se reinventar constantemente é a melhor forma de manter-se ativo e criativo. Isso gera melhores resultados para a empresa, inclusive em médio prazo. Porém para que isso seja possível é importante estar sempre atento as principais tendências de mercado e observar os desejos e necessidades do seu público-alvo.

Não importa se você está abrindo um negócio ou se já está consolidado no mercado. O empreendedor nato é aquele que se mantém inquieto por natureza e não se acomoda. Está sempre estudando e buscando novos caminhos para o seu negócio, sem se deixar cair na zona de conforto.

No entanto, antes de passar por esse processo inovador, um empreendedor precisa para alcançar o sucesso, estimular constante a criatividade, seja ela através da criação ou readaptação de um produto ou processo.

Se reivente...

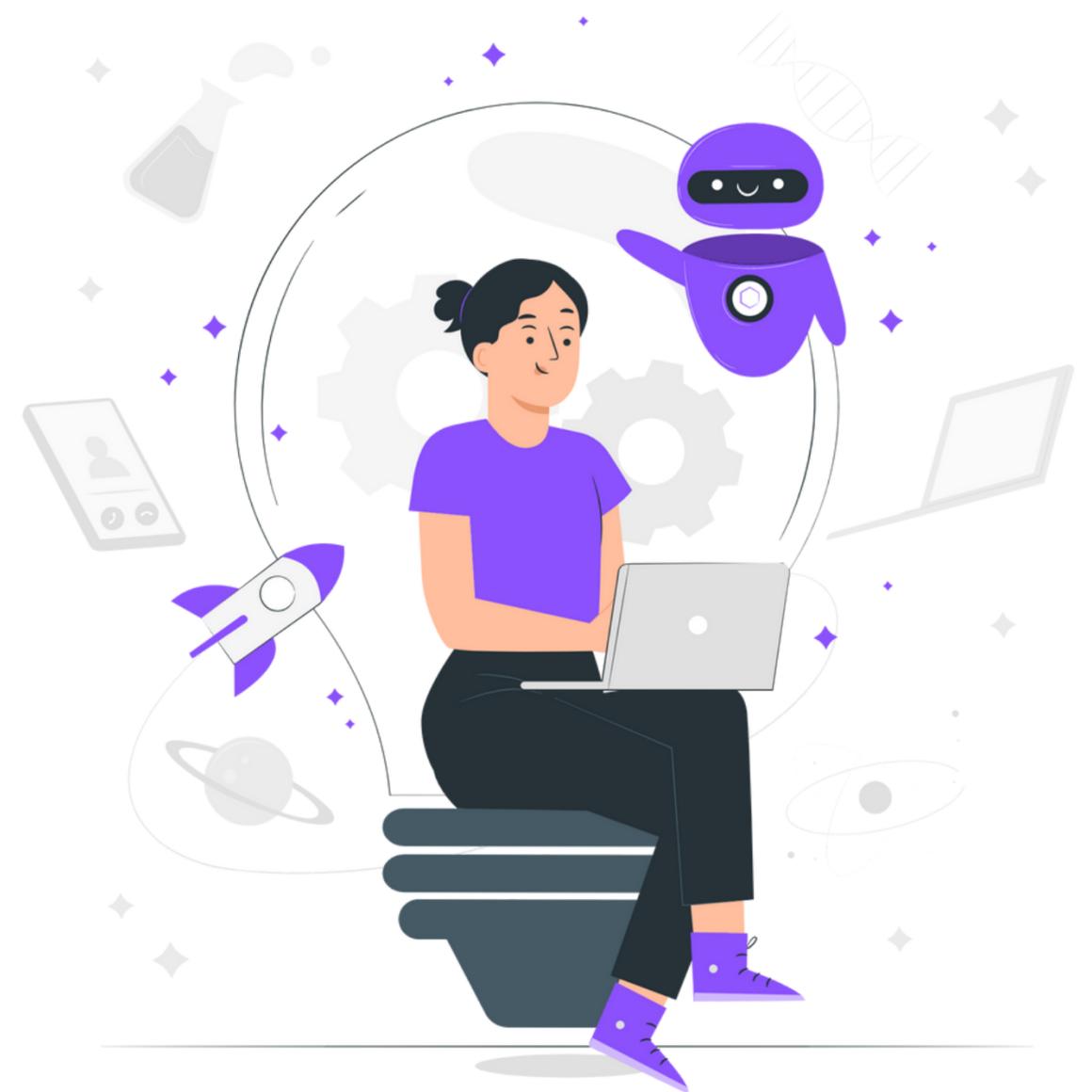


Afinal, muitas das inovações que aconteceram nos últimos tempos são frutos de um melhoramento de produtos e métodos já existentes. Vejam os aplicativos de delivery que surgiram. As comidas já existiam, assim como os restaurantes o que mudou foi a forma de entrega-los. Bem como os bancos digitais, também entre outros.

A inovação deve nascer como uma ideia dentro de cada empresa e ser trabalhada como um objetivo que trará o verdadeiro sucesso para empresa – enquanto oferece valor real e perceptível para consumidores e a sociedade. Para inovar, precisamos nos capacitar.

A seguir, você conhecerá cases de sucesso que utilizaram não só de metodologias inovadoras, mas também das plataformas digitais para obterem o sucesso em seus negócios

Se reivente...



CASOS DE SUCESSO

CASES



Taísa

"Começou de maneira despretensiosa. Pintei um filtro de barro da minha tia e postei nas redes sociais. Milhares de pessoas curtiram e começaram a me pedir para fazer"
Hoje, ela vende para todo o Brasil pelo instagram.



Matheus Ernica

Criou a "Lista de Transmissão" no WhatsApp, no qual atendia 150 clientes da sua própria casa.

CASOS DE SUCESSO

CASES



Marcelo Haase da Silva

“O retorno financeiro foi muito grande. Recebemos os pedidos do ifood, montamos os pedidos e entregamos”



Inês Hoisel

Entendeu a importância das parcerias e as fez com vários digitais influencers e alancou as vendas do seu negócio.

CASOS DE SUCESSO

CASES



Fernanda Silva

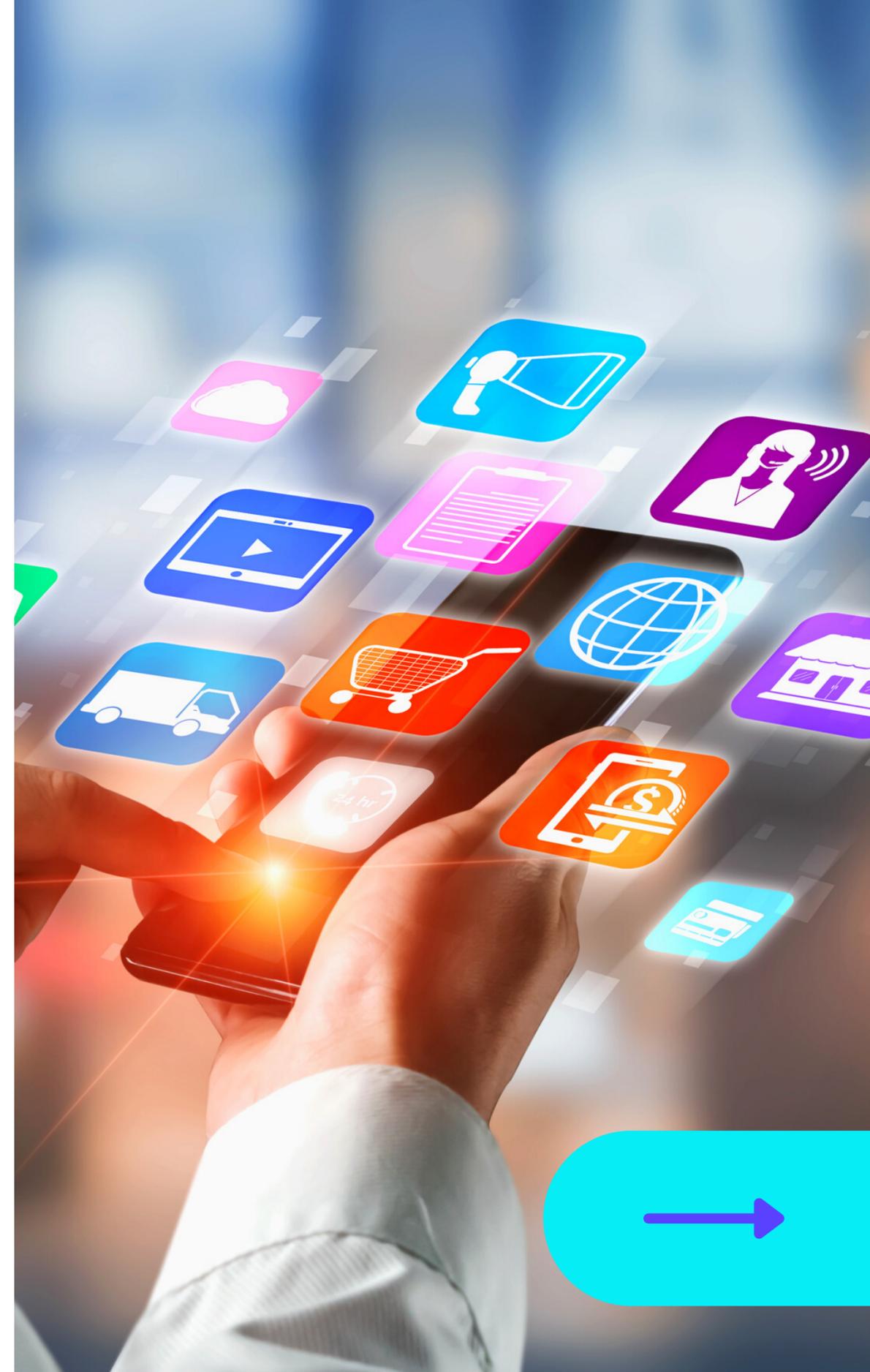
“Prof. Fernanda começou a dar aulas de reforço online e nunca viu tanto dinheiro”

É IMPORTANTE

ESTAR PRESENTE NOS DIFERENTES CANAIS DE VENDA

É importante sempre estar bem posicionado no mercado. Um negócio reconhecido pelo seu público possui mais chances de ser lembrado e ser a primeira opção na hora de escolher um produto. Mas isso não ocorrerá caso a empresa não esteja presente em diferentes canais de venda (principal ponto de contato com o consumidor).

Quando uma marca está presente em múltiplos canais digitais, as possibilidades de haver a compra do produto com a concorrência reduzem. Seja no ambiente presencial, mas principalmente no virtual, a exposição constante da empresa na mente do consumidor faz com que o cliente não só se lembre do negócio, mas que crie uma percepção positiva a respeito dele e aumente o alcance da marca.



CANAIS PRESENCIAIS (Offline) MAIS UTILIZADOS:



PDV/ LOJA FÍSICA

Garantem as vendas através do impulso momentâneo. Oferece uma experiência diferenciada para o cliente e busca sempre trazê-lo para perto. Garante a venda muitas vezes através de um atendimento de qualidade e da aparência convidativa do ambiente.



VENDA DIRETA

Funciona com a venda de modo presencial e através de um representante apresentado o catálogo de produtos e seus benefícios. É muito comum ver esse tipo de abordagem por empresas que possuem um catálogo muito extenso de produtos, como: Herbalife, Avon, Cacau Show etc.



DISTRIBUIDORES

Com a proposta de levar produtos de várias empresas para o mercado, os distribuidores atuam como intermediadores entre produtores e consumidores. Utilizar essa abordagem garante que o seu produto tenha um alcance maior e desenvolva uma atratividade maior pelos seus consumidores.

CANAIS PRESENCIAIS (Offline) MAIS UTILIZADOS:



TELEMARKETING

Um dos canais de venda mais antigos, ele proporciona o relacionamento direto com o consumidor no momento da compra e venda do produto. Oferece a personalização do atendimento e colhe informações importantes direto do cliente.



FRANQUIAS

Por ser um canal de venda mais custoso, está é uma opção para empreendedores que estão mais estabilizados no mercado. Através dele é possível aumentar o alcance e consolidar a marca em diferentes localidades. Assim como seu modelo de negócios expandir e gerar mais receita.



TELEVISÃO

Presente na maioria das casas brasileiras, garante um alcance nacional. É o canal de vendas que mais se investe em ações de marketing no país e está em contato com diversos tipos de consumidores, sejam eles de diferentes idades, gêneros, segmentos etc.

CANAIS DIGITAIS MAIS UTILIZADOS:



APP COMMERCE

As vendas do varejo via dispositivo móvel estão crescendo muito atualmente. Por isso, esta se tornou uma modalidade e compra omnichannel, que tem conquistado cada vez mais, com opções como: retirar ou receber o pedido no mesmo dia.



MARKETPLACE

Similar a um shopping center, só que digital, o marketplace oferece produtos de diversas marcas. Um bom exemplo dessa categoria são lojas como: Americanas, Magazine Luiza, Shein, etc. A maior vantagem de utilizar desses serviços é desfrutar do alcance e a credibilidade desses grandes sites, já que, para um pequena empresa, pode ser difícil conseguir visibilidade.



E-COMMERCE

Um dos canais de vendas online mais conhecidos. Resume-se basicamente a ter uma loja virtual. Nesse caso, que pertence a sua empresa e não um prestador de serviço. Mas atenção, é importante investir em um ambiente virtual seguro, para que o consumidor compre e faça o pagamento sem colocar seus dados em risco.

CANAIS DIGITAIS MAIS UTILIZADOS

MÍDIAS SOCIAIS - PARTE 1



FACEBOOK

Rede social ampla e mais conhecida. Bastante inclusiva, reuni diversas funcionalidades em um mesmo ambiente. Ajuda a estabelecer fortes conexões com o público através de suas comunidades e oferece diversas ferramentas de venda e divulgação.



INSTAGRAM

Rede social que foca extremamente na divulgação através do visual. Disponibiliza ótimos recursos de compra e venda pelo próprio app e garante a divulgação não só por fotos, mas também por vídeos.



GOOGLE ADS

Já imaginou ser anunciado pelo maior site de buscas do mundo. Por aqui é possível expor seus produtos a um público maior, quando o anúncio é pago, são aqueles resultados marcados como anúncio que aparecem no topo e no final das páginas de busca.

CANAIS DIGITAIS MAIS UTILIZADOS

MÍDIAS SOCIAIS - PARTE 2



TWITTER

Mesmo sendo uma rede social antiga, ainda é muito utilizado. Por ele é possível estabelecer uma comunicação mais íntima com seu público e trabalhar o relacionamento da marca. Bem como, divulgação de informações em primeira mão. E pode ser fonte de Leads e vendas para o seu negócio, é possível fazer a divulgação.



TIKTOK

É uma das redes sociais mais usadas no Brasil. Como está em alta as empresas fazem os vídeos para divulgação, e conseguem leads por lá.

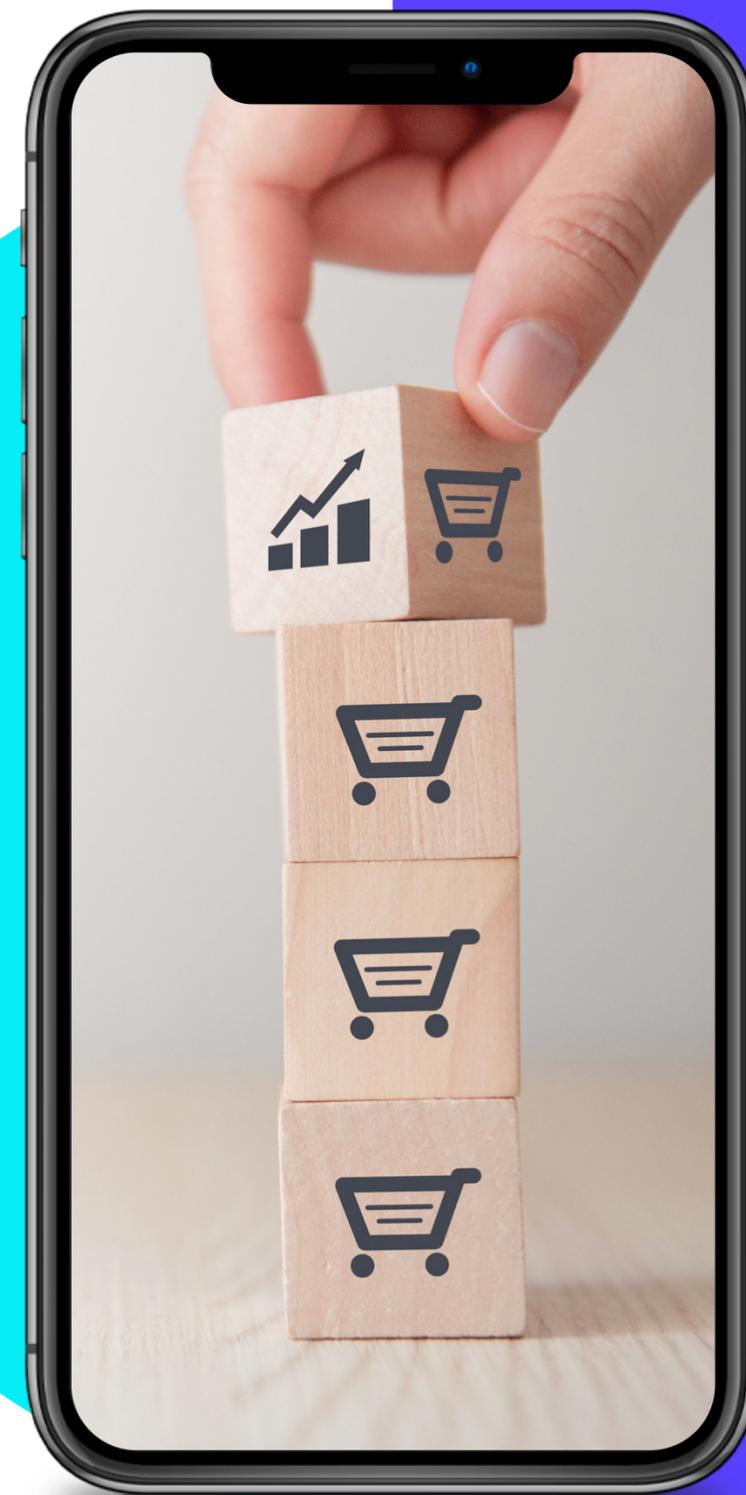


LINKEDIN

É a maior rede social voltada à profissionais. Seja para recrutamento de pessoas como troca de vivências em comunidades e outras atividades ligadas ao mundo corporativo. Exposição de serviços e reconhecimento no mercado.

COMO AUMENTAR AS VENDAS DO SEU NEGÓCIO?

Confira as principais dicas
e ferramentas.



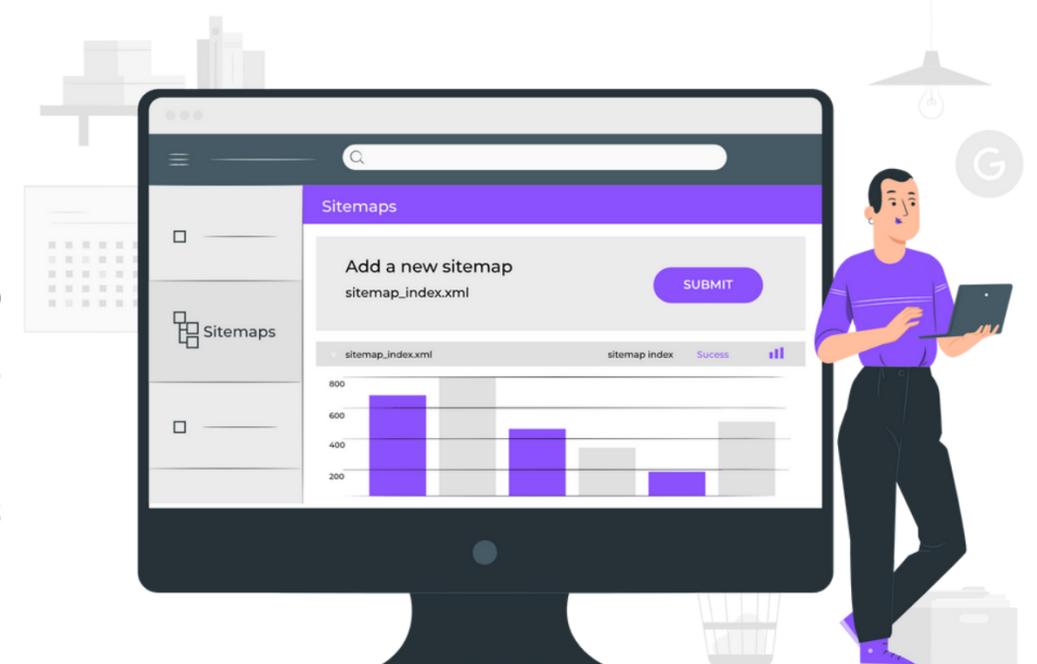
1º

Utilize o Google Trends:

Com ele é possível descobrir os principais termos e assuntos do momento e utilizá-los ao seu favor na hora de elaborar as estratégias e o planejamento da empresa. Seja na divulgação de algum produto ou na comunicação com seu cliente. Além disso, a ferramenta também permite pesquisar palavras-chave relacionadas ao seu negócio e ver aquelas que estão em crescimento (ou em queda) e ainda, comparar termos de busca.

Como uma ferramenta de busca importante na hora de posicionar bem o seu negócio virtualmente, é importante estar atento nas maneiras de utilizá-lo para alavancar o seu negócio, como:

- Utilizá-lo para buscar nichos de mercado;
- Descobrir quais as categorias de produtos estão mais relevantes;
- Buscar palavras-chaves mais pesquisadas no momento e incorporá-las no seu planejamento de marketing e assim criar campanhas em cima delas para anunciar tendências específicas;
- Utilizá-lo para atualização de conteúdos ou criar conteúdos originais em cima dessas tendências.



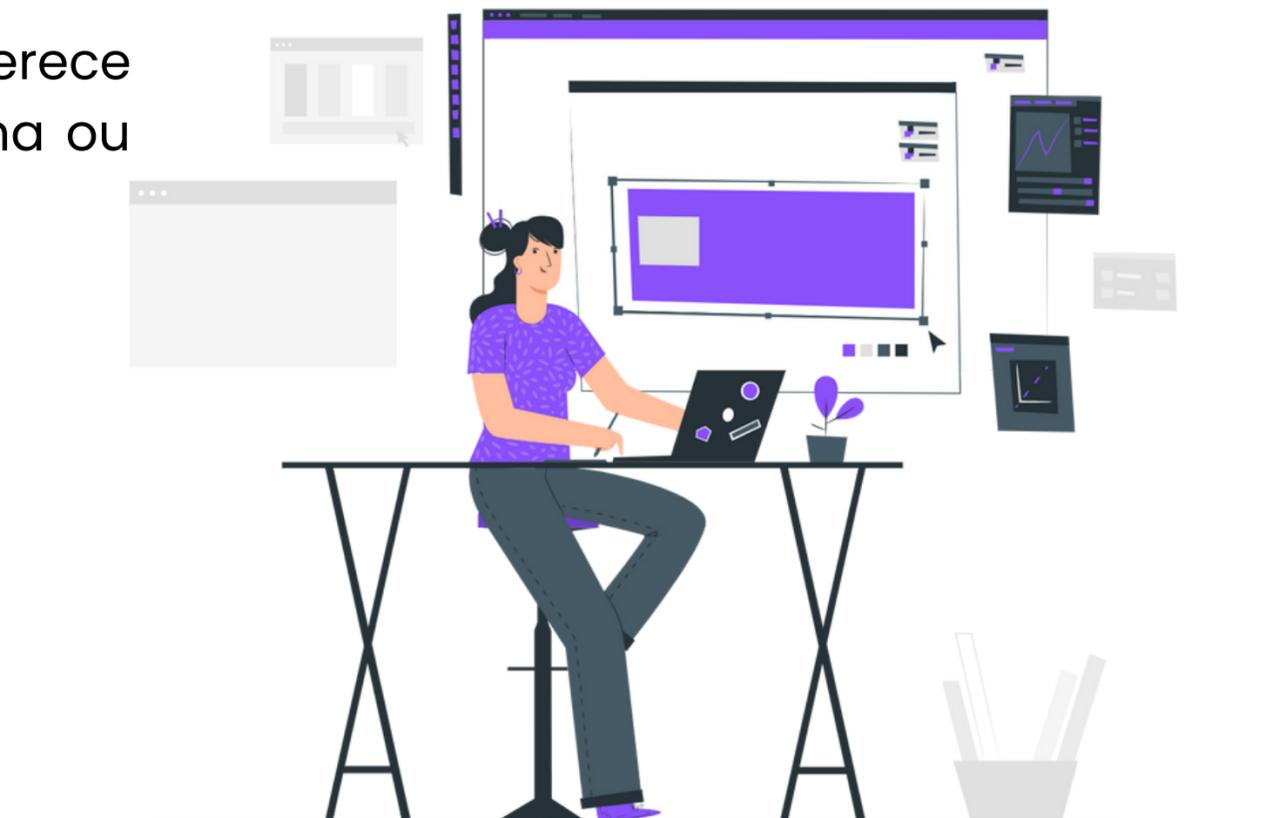
2°

Gerencie com o Facebook Creator Studio:

Uma ferramenta útil para organizar, agendar e publicar conteúdo nas redes sociais. Sua principal função é simplificar o gerenciamento de diferentes páginas do Facebook e perfis do Instagram. Ou seja, ele facilita bastante a vida de empreendedores que possuem uma rotina agitada, pois reduz o tempo e garante gestão simultânea de projetos.

Embora seu destaque seja a centralização de contas, o serviço oferece funcionalidades que também são úteis para quem só tem um página ou perfil, como:

- criar e editar postagens (em texto, imagem ou vídeo);
- monitorar o desempenho (alcance, reações, comentários etc.);
- responder mensagens e comentários;
- agendar publicações;
- fazer anúncios.



3º

Realize um FollowUp de vendas:

Esse tipo de acompanhamento nas vendas realizados por um vendedor é de extrema importância. Pois, através dele que os três estágios da venda podem ser observados (Pré, durante e pós). Ou seja, desenvolver ações que permitam acompanhar seus clientes em potencial, fazendo com que avancem no processo de vendas até fecharem negócio.

Afinal, um negócio não deve se preocupar apenas na atração dos clientes, mas também como preservá-los, a fim de estabelecer um relacionamento mais duradouro. Dessa forma, através dele você será capaz de desenvolver um relacionamento próximo com os seus clientes em potencial, criar valor e, é claro, fechar mais negócios.

Mas esteja atento, pois durante esse período é possível que cliente precise se sentir amparado. Isso vai ser um fator definitivo entre ele fechar ou não a compra. Então esteja atento a forma e o local que você irá abordá-lo. Geralmente esse tipo de contato é feito por canais como: Skype, um email, um telefonema ou até uma mensagem no WhatsApp.



4º

Descubra os melhores horários para postagem no Instagram:

Descobrir os melhores horários de publicação resulta em mais do que só fazer alguns cliques se tornarem dezenas. Esses dados vão te ajudar a entender seu público de maneira profunda. através de mapas de temperatura o comportamento do público em cada uma das redes sociais para criar estratégias eficientes.

Mas é importante estar atendo. Esses horários não são os mesmos em todas as redes. Seus potenciais seguidores são diferentes em cada rede e até mesmo em cada setor do mercado, e entender isso demanda mais estudo do que você imagina. E, por mais que existam boas práticas e indicações de melhores horários para publicação, não existe fórmula mágica para engajar seu público.

Uma dica é se conectar com seus consumidores. Entenda a percepção de sua marca causa neles cotidianamente e elabore estratégias a partir das métricas geradas.



6°

Crie Lives Commerces:

Uma tendência promissora do mundo e-commerce que cria a partir de estratégia uma interação proporcionada pelo streaming de lives para propiciar e alavancar vendas. Por meio desse “comércio ao vivo”, o vendedor promove produtos, serviços e todo o ecossistema de e-commerce.

possibilita que vendedor e consumidor tenha uma maior proximidade que resulta em um maior engajamento e, conseqüentemente, maior conversão. Utilizando de gatilhos mentais como a escassez e a urgência da "única oportunidade" ou até mesmo a autoridade, esses promotores são grandes diferenciais para a conversão.

Para aproveitar disso, as marcas e os sites convidam vendedores treinados, influenciadores e/ou blogueiros para criar um verdadeiro defensor da marca em cima de seus produtos.

Quando o consumidor é direcionado para o varejo significa que haverá um tráfego de qualidade, resultando em parcerias promissoras – principalmente se bem executadas.



7°

Construa clubes de benefício:

Apesar de não serem mais uma novidade e já estarem a um tempo no mercado. Investir nesse tipo de segmento atrai o consumidor por possuir vantagens como descontos em vários tipos de estabelecimentos parceiros a sua empresa.

Criado como uma espécie de programa de incentivo feito por empresas de diversos setores, buscando aproximação e fidelização dos clientes de maneira assertiva e eficiente, esses clubes podem ser úteis para empreendedores pois, com o cadastro do consumidor o negócio obtém informações sobre aquela pessoa, o que aumenta a base de dados, que podem auxiliar futuramente no desenvolvimento de estratégias mercadológicas para melhorar a empresa.

Ou seja, um clube de benefícios servirá para a retenção de novos clientes, fidelização da base existente, alavancagem do seu negócio, e assertividade para futuras decisões e estratégias.



8º

Crie uma assinatura digital:

Esse mecanismo criptografado usado para verificar a autenticidade e integridade de dados digitais. Podemos considerá-lo como uma versão digital das assinaturas manuscritas comuns. Com ela você garante que seus dados assim como os de seus consumidores estejam protegidos. Ela agrega valor competitivo ao seu negócio.

É essa superioridade que vai fazer com que a empresa conquiste e fidelize os seus clientes, de modo a ter chances de se consolidar como potência em determinado ramo mercadológico.

Esses Certificados Digitais figuram como uma das principais ferramentas para o alcance dessa competitividade, uma vez que atuam de forma decisiva na maior parte dos processos eletrônicos que são desenvolvidos. Além disso, também garante a verificação de se um documento não foi adulterado durante o trânsito entre o remetente e o signatário.



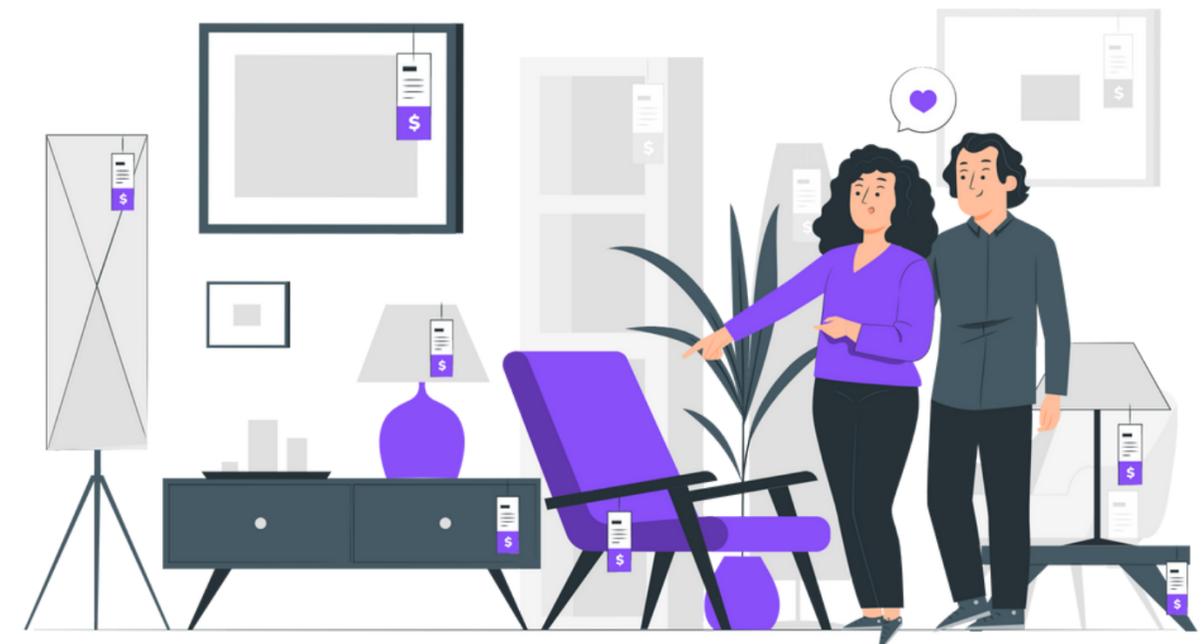
8º

Invista em estratégias como vitrinismo:

Sua vitrine é a parte mais convidativa para o seu negócio. Esse processo de exposição de produtos existe desde que a primeira pessoa precisou oferecer um produto a outra pessoa. Mas, esse conceito reelabora as técnicas utilizadas nesse processo para chamar atenção de um comprador em potencial para um produto que está sendo ofertado por você.

E o vitrinismo é a utilização de ferramentas de marketing, design, artesanato, arquitetura, etc., para direcionar o olhar e o interesse de um possível cliente para os produtos que a sua loja tem a oferecer. Ou seja, ele vai ajudar ao seu negócio a aguçar no cliente, o desejo de compra.

Uma dica é, investir em iluminação, no estímulo do olfato, em cores, manequins e espaços estratégicos. Além disso, pense também nos seus expositores. Evite peças no chão. Isso desvaloriza o produto aos olhos do cliente. Pense em alternativas para expor os produtos de forma criativa e que vá valorizar a peça e, conseqüentemente, a sua loja.



9º

Utilize o visual merchandising:

Estou falando sobre uma estratégia de forte apelo, mas que se revela bastante sutil na arte de incrementar as vendas. Essa é uma técnica de exposição de produtos é quase uma condição obrigatória. Através dele é possível atrair e conquistar o consumidor com experiências diferenciadas, visando a utilização de técnicas que aguçam os sentidos, principalmente o visual, tornando a experiência de compra mais prazerosa e fortalecendo a imagem da marca.

O visual merchandising é uma estratégia que valoriza produtos, marcas e o próprio ponto de venda para atrair clientes e estimulá-lo a fechar a compra. Ele combina marketing e comunicação visual, mas também compreende conceitos de arquitetura e design de interiores.

A proposta é analisar todo o design e a organização do ponto de venda. Ou seja, desenvolver um cenário ideal para que o consumidor se sinta no seu ambiente de compra ideal e incentivar os consumidores a lembrar do negócio através das sensações que ele lhe causou.



CONCLUSÃO:

O empreendedorismo em tempos de crise é uma tarefa desafiante e igualmente repleta de oportunidades. Se, por um lado, o mercado está instável, por outro ele apresenta ótimos nichos de atuação e demandas que podem ser supridas mais facilmente.

Por isso, começar a empreender ou trabalhar para crescer na crise é uma boa possibilidade para o seu negócio desde que haja planejamento, estruturação e uma tomada de decisão altamente informada.

Ao considerar diferentes cenários, manter o foco no negócio e tomar cuidado com as finanças, o resultado é um empreendimento mais robusto e pronto para o sucesso, ainda que em condições adversas.





Obrigado!!

Agora, que tal aproveitar a visita ao nosso blog e conferir alguns conteúdos mais aprofundados sobre o assunto. Vamos lá!