



Rick Chester
Empreendedor

SEMANA DO MEI 2021

UMA NOVA
VISÃO PARA
O FUTURO
DO SEU
NEGÓCIO

**MERCADO DIGITAL
VENDA MAIS
NO ON-LINE**



O QUE SÃO CANAIS DE VENDA ?
Entenda para ter os melhores resultados



Adotar os canais de venda adequados para seu o negócio é imprescindível para ter sucesso na estratégia de vendas, independentemente do segmento de mercado ou do tipo de público que você costuma atender.

Há pouco tempo, ter um local físico para expor seus produtos e receber os clientes já era mais que suficiente para comercializar suas soluções. Contudo, esse cenário vem mudando bruscamente com o passar dos anos.

Neste artigo, demonstraremos a definição exata de canais de venda, os principais tipos e como potencializar esse processo em seu negócio.

Acompanhe para saber mais sobre o assunto!

MAS AFINAL, O QUE SÃO CANAIS DE VENDA?



Basicamente, trata-se de meios que as empresas utilizam para colocar suas soluções à disposição do seu público alvo. Por meio deles, é comercializam-se produtos ou serviços, independente entre a área de atuação.

Atualmente, os empresários podem contar com diversos canais de venda que fazem parte de dois grupos específicos: os que estão no mundo online, como sites, redes sociais, WhatsApp, e-mail marketing, entre outros; e o tradicional meio off-line, que são as lojas, quiosques, entre outros estabelecimentos físicos. Dispor de vários canais é fundamental para o sucesso do negócio. Afinal, as vendas dependerão deles para existir.

É por meio desses pontos em que o cliente terá contato com o seu negócio. Logo, mais que conhecer cada um deles de forma profunda, é essencial saber como utilizá-los.

Além disso, é fazendo uso de canais de venda de forma correta que você atrai o seu público para o estabelecimento, gerando oportunidade de encantá-lo e, conseqüentemente, vender seus produtos ou serviços.



QUAIS OS PRINCIPAIS TIPOS DE CANAIS DE VENDA?



WhatsApp

O WhatsApp é uma ferramenta de troca de mensagens instantâneas que ganhou um grande protagonismo no meio empresarial. Por meio dele, tem-se uma interação direta com o seu cliente e personaliza-se o atendimento como se ele estivesse dentro da loja.

A utilização desse canal de venda passou a ser, praticamente, uma obrigatoriedade no período da pandemia de coronavírus, quando as empresas tiveram que inovar seus processos de venda para se manter no mercado. Esse canal de venda pode ser utilizado para envio de promoções, tirar dúvidas e concretizar vendas online, utilizando plataformas e gateways de pagamento existentes no mercado atualmente.



E-commerce

O e-commerce é um velho conhecido dos brasileiros, e já existem centenas de empresas tendo muito sucesso nesse canal de venda. Basicamente, consiste em um site em que é possível promover os seus produtos para os clientes.

Nele, o consumidor consegue reunir todas as informações da solução, inserir uma ou mais delas no carrinho virtual, fazer o pagamento e programar o endereço de entrega. Esse canal de venda preza pelo autoatendimento e é uma excelente alternativa para espalhar seus produtos por todo o Brasil.



Redes sociais



No Instagram, é possível apostar no apelo visual de fotografias, linkar seu perfil ao seu site e utilizar o recurso de precificação dos produtos/serviços expostos na foto. Na criação de vídeos e na ferramenta Stories é possível a retratação de momentos "por trás dos bastidores", em uma estratégia de aproximação com o cliente.

Além disso, também é possível firmar parcerias e contratar influencers para promover suas soluções. Eles são pessoas que contam com um perfil com muitos seguidores, consequentemente, potenciais clientes. No Facebook, a grande força é a ideia de comunidade. Nesse caso, é possível criar grupos e páginas para reunir pessoas com interesses em comum.

Além disso, a rede social abre espaço para discussões mais profundas, os famosos "textões", pois esses internautas consomem mais conteúdos textuais. O recurso de vídeo, que também é bastante explorado. Ambas apresentam a possibilidade de criar anúncios altamente segmentados para aparecer no Feed do cliente.

E-mail Marketing @

Apesar de muitas pessoas afirmarem que o e-mail marketing não é tão eficiente quanto antigamente, centenas de empresas utilizam esse canal, logo, a afirmação pode não ser tão real quanto parece. Afinal, por meio desse canal de venda, é possível aquecer uma lista de possíveis clientes e levá-los até seu site, sua rede social ou loja física.



Loja Física



Por falar nela, não há como descaracterizar a importância de uma boa e bem estruturada loja física. Esse elemento é ainda mais importante quando uma empresa já está bem estabelecida em determinado local. A criação de uma loja física exige alguns elementos essenciais, tais como: espaço bem localizado, design adequado ao perfil de seus clientes, estoques, equipes de venda, limpeza e outros elementos.

Todos eles, obviamente, demandam custos que podem ser elevados em determinados casos. Por isso, além de cuidar da questão do marketing e das vendas, o empresário tem que dedicar extrema atenção à gestão financeira do seu negócio e verificar se dispor de uma loja física, realmente, é necessário para suas vendas

Catálogo

Os catálogos ainda estão sendo utilizados por muitas empresas no Brasil e podem ser um canal de divulgação e marketing interessantes para o seu negócio. Esses elementos devem ser distribuídos em locais específicos, próximos de estabelecimentos em que passam pessoas que têm chances de ir até a sua empresa fazer negócios



Por exemplo, uma loja que comercializa produtos e materiais utilizados em escolas ou universidades pode distribuir seus catálogos nesses estabelecimentos, principalmente, em períodos de retorno às aulas. Você precisa extrair o máximo de aproveitamento desses itens, pois a elaboração, impressão e entrega demandam custos que precisam ser considerados.

COMO ESCOLHER OS CANAIS DE VENDA DA MELHOR FORMA?

Com tantos exemplos de canais de venda, fica difícil para o gestor escolher. Afinal, se esses pontos não forem muito bem escolhidos é provável que a empresa gaste seus recursos na implementação deles e não tenha os resultados esperados.

Nesse sentido, o empresário deve identificar os canais de venda ideais para o seu negócio e desenvolver todo o seu trabalho de marketing para focar neles.

Mas, como fazer isso? Vamos aos passos que devem ser seguidos.

1º *Conheça bem o seu público;*

Talvez a dica mais importante para definir os canais de venda ideais para o seu negócio seria conhecer bem o seu público. Afinal, é ele que decide o melhor local para se engajar com o seu estabelecimento. Portanto, você deve pesquisar sobre as preferências dos seus clientes, para que, assim, possa ter mais clareza sobre os canais de venda que podem ser disponibilizados para eles. Dessa forma, você evita gastos desnecessários com a criação de pontos que não são essenciais.

2º *Faça testes;*

Também vale a pena fazer pequenos testes para entender a receptividade dos seus clientes quanto à oferta de canais de venda em específico. Por exemplo, experimente oferecer produtos ou serviços por meio do WhatsApp e veja qual será a reação dos seus clientes. Com o resultado desses pequenos testes, em conjunto com a ampla pesquisa feita sobre a preferência dos seus clientes, será fácil definir o canal de venda mais adequado para o seu estabelecimento.

3º *Desenvolva uma estrutura focada nos canais de venda;*

Feito isso, você chegará a uma definição sobre os canais de venda que devem ser implementados em seu negócio. Agora, é o momento de focar e estruturar esse ponto, fazendo com que ele cumpra com o seu papel de atrair pessoas, encantar e vender

Rede de Afiliados



Por fim, temos as redes de afiliados. Essa é uma estratégia interessante, pois o empresário transmite a um terceiro toda a responsabilidade de captar o cliente e efetuar a venda, pagando apenas uma comissão por todo esse trabalho.

As redes de afiliados cresceram muito a partir dos anos de 2010 e 2011. Atualmente, existem milhares de pessoas que fazem esse trabalho de forma profissional. Os meios mais utilizados para a divulgação são aqueles que existem apenas no mundo online, como redes sociais, blogs, sites, entre outros.

COMO SE PREPARAR PARA LIDAR COM OS CANAIS DE VENDA?

Lidar com vários canais de venda ao mesmo tempo não é simples. Afinal, existem estratégias totalmente distintas para cada um deles. Por exemplo, em uma loja física, é obrigatório ter um local agradável, climatizado e com produtos alocados de forma estratégica para chamar a atenção dos clientes.

Em redes sociais, podem existir meios diferentes de fazer marketing e vendas em cada uma das ferramentas. Por exemplo, as estratégias adotadas no Facebook são diferentes do Instagram e YouTube, por exemplo.

Nesse contexto, você deve ter colaboradores treinados para lidar com cada um desses pontos de venda de forma específica e exclusiva. Além disso, é imprescindível dispor de ferramentas tecnológicas que facilitam a gestão de canais de venda, especialmente, os que existem no meio online.

Outro detalhe que você precisa ter muito cuidado é com relação ao profissionalismo dos seus canais de venda. Crie páginas, perfis, canais, sites ou blogs profissionais. É terminantemente proibido fazer postagens de momentos aleatórios da vida pessoal, expressar opiniões ou enviar mensagens de forma exagerada aos seus clientes. Muitas pessoas não têm sucesso em canais de venda específicos, principalmente os online, pelo fato de não fazerem isso de forma profissional.

Como você pôde perceber, possuir diversos canais de venda pode fazer toda a diferença em um negócio. Portanto, não negligencie o poder dessa diversificação e utilize as dicas deste conteúdo para implementar esses pontos em seu estabelecimento.



0800 570 0800



@sebrae



/sebrae



PATROCINADORES

