



**UM MANUAL COM AS MELHORES TÉCNICAS  
DE FIDELIZAÇÃO PARA MARCAS AUTORAIS**





# Introdução

Uma **marca autoral** possui peças com características exclusivas direcionadas a um público específico. Além disso, a produção ocorre em baixa escala, sempre priorizando a mão de obra local. Nesse tipo de negócio, o criador acompanha toda a cadeia produtiva, desde a escolha da matéria-prima até a entrega ao consumidor final.

Vale destacar que os acessórios confeccionados têm traços culturais e de afetividade, além de carregarem consigo a identidade do autor. Embora essas marcas consigam **fidelizar os compradores de forma natural por meio da autenticidade das peças**, é importante pensar em outras maneiras de reter os clientes.

Desse modo, elaboramos este manual para apresentar a você as melhores técnicas de fidelização para marcas autorais. Continue a leitura!



# Qual é a importância de fidelizar clientes?

Fidelizar os compradores significa construir um **relacionamento de confiança** com eles, a ponto de torná-los fiéis à sua marca, adquirindo os produtos ou serviços novamente, além de indicar aos parentes e amigos.

É interessante ressaltar que os consumidores leais ajudam a **aumentar o ticket médio** do seu negócio. Esse conceito está relacionado ao valor médio gasto por cliente em um determinado período.

Quanto mais esse público confiar na sua marca, mais ele vai querer comprar. Por isso, de modo geral, a clientela fiel tem um ticket médio alto e isso é excelente para elevar o faturamento da sua empresa. Desse modo, preocupe-se em sempre buscar formas de otimizar a experiência do comprador.

Destaca-se que um cliente satisfeito tende a recomendar a sua empresa a outras pessoas, como familiares e amigos. Ele se tornará um promotor da sua marca, fazendo o famoso **marketing boca a boca**, que ainda é uma estratégia muito eficiente para captação de novos clientes.

Se você conseguir superar as expectativas dos consumidores, eles não terão motivos para procurar outro profissional. Desse modo, voltarão de maneira frequente ao seu estabelecimento e trarão outros potenciais compradores. Isso vai aumentar a sua carteira de clientes, elevar a sua lucratividade, além de melhorar o seu posicionamento perante o mercado.

Você também terá um **gasto menor com anúncios**, pois o consumidor fiel promoverá a sua marca de forma espontânea. Sendo assim, você tem a opção de destinar a quantia poupada para investir em outras áreas do seu negócio, como a capacitação da equipe de atendimento.

Vale dizer que, hoje, os clientes usam as redes sociais para expor as experiências que eles tiveram em uma determinada empresa. Nesse sentido, um comprador satisfeito falará bem de você, aumentando a credibilidade da sua marca no meio digital. Além disso, essas **avaliações servem como provas sociais**, ajudando você a conquistar outros prospects.



Também é possível **reduzir o ciclo de vendas e o Custo de Aquisição de Clientes (CAC)**. Quando o freguês confia na sua empresa ele fecha outros negócios com mais rapidez e de forma espontânea, sem que você precise investir muitos recursos para que essa venda aconteça.

Além do mais, **a clientela fidelizada é capaz de fornecer feedbacks valiosos sobre os seus produtos**. Por terem um conhecimento aprofundado sobre a marca, conseguem ressaltar os aspectos positivos com mais clareza, além de mencionar alguns pontos de melhoria.

Conseguimos perceber que o processo de fidelização é tão importante quanto o processo de captação. Portanto, as marcas autorais também devem utilizar técnicas para reter clientes e, assim, conseguirem melhorar ainda mais os seus resultados.

## Quais são as dicas para marcas autorais fidelizar clientes?

É importante mencionar que fidelizar os consumidores é uma estratégia que precisa ser aperfeiçoada todos os dias. Você precisa se preocupar em manter sempre o cliente no centro de todos os processos do seu negócio. Dessa forma, ele terá as suas necessidades e desejos atendidos e sentirá vontade de voltar à sua empresa outras vezes.

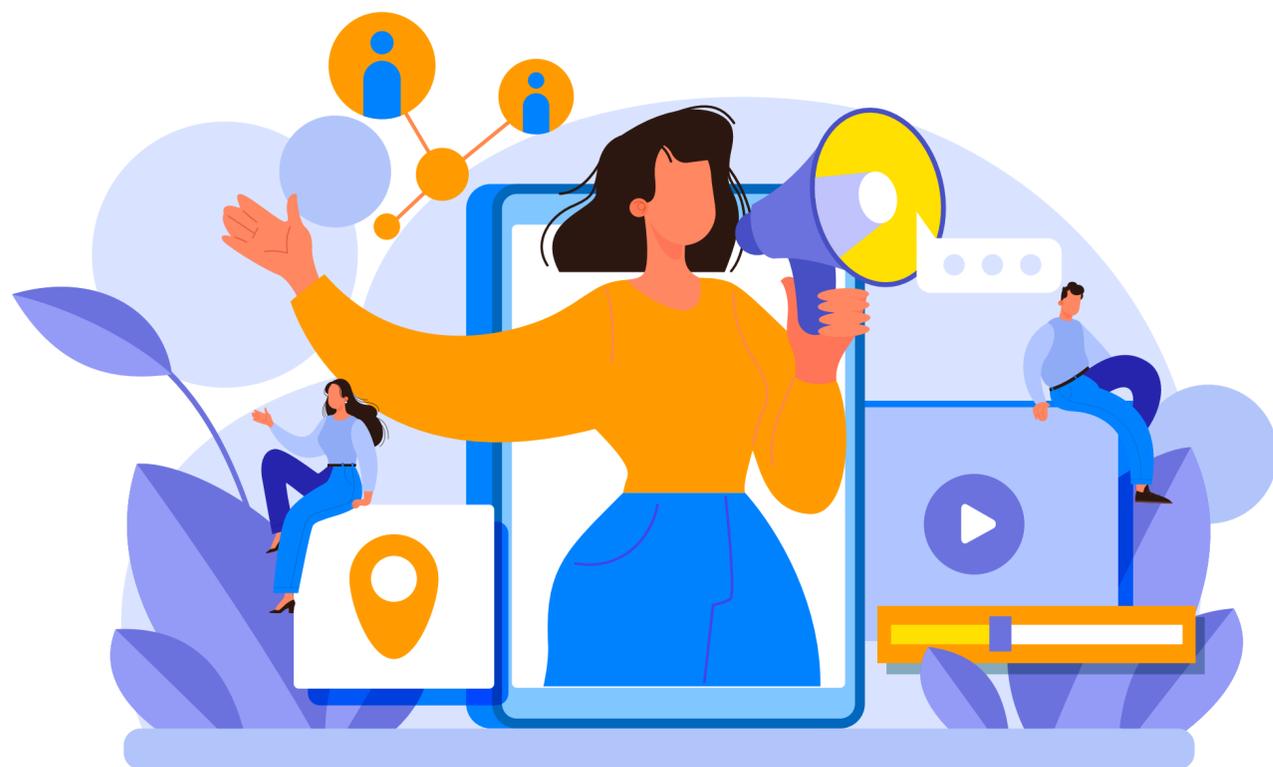
Existem várias técnicas que ajudam você a estreitar os laços com os seus compradores, tornando-os fiéis ao seu negócio. São estratégias que vão muito além de oferecer uma boa experiência ao usuário. Confira, a seguir, algumas **dicas para fidelização dos clientes da sua marca autoral.**



## CONHEÇA A SUA EMPRESA

É fundamental que você defina as características da sua marca, os diferenciais, a sua missão, a sua visão e os seus valores. Além disso, reflita sobre a forma como você deseja que o público reconheça a sua empresa.

Determine os pontos fortes, fracos, além das ameaças e oportunidades geradas pelo ambiente externo (Análise de SWOT). Quando você faz isso, torna-se mais fácil tomar decisões assertivas, identificar os seus limites e os recursos que você dispõe para oferecer a melhor experiência ao seu cliente.



## INVISTA EM STORYTELLING

**Storytelling** é uma técnica muito usada no marketing digital. Tem a finalidade de ajudar você a contar uma história de forma cativante e dentro de um contexto.

Essa estratégia aproxima o cliente da sua marca, fazendo com que ele se sinta parte do negócio. Isso mexe com as emoções do consumidor e a empresa passa a ser lembrada de uma forma especial.

Além disso, investir em Storytelling proporciona a um diferencial competitivo e humaniza a sua marca, pois as pessoas conseguem saber quem está por trás dos processos.

Sendo assim, é essencial que você **compartilhe as histórias do seu negócio**. Use, por exemplo, o Instagram Stories para mostrar os bastidores da sua empresa, o seu processo de confecção das peças, a entrega de um produto ao cliente, a sua equipe, os momentos de descontração no ambiente de trabalho etc.



## APRENDA COM OS CASES DE SUCESSO

**Busque inspiração e aprenda com outras marcas autorais**, que estão tendo sucesso no mercado. Vale dizer que considerar as experiências de outros empreendedores ajuda no aprendizado constante e no aperfeiçoamento da sua técnica.

Podemos mencionar algumas [marcas nordestinas](#), citadas pela jornalista Daniele Falcão, que lançou a plataforma Nordestesse. Trata-se de um programa que reúne empreendedores locais da região nordeste do Brasil.

Temos o caso da Helena Macedo e da Cecília Miranda, criadoras da **Potiguar Tramei**. É uma empresa que transforma as tradicionais cadeiras de macarrão em peças exclusivas. Elas já produziram para alguns hotéis em Fernando de Noronha e grifes.

É possível mencionar a **Rush**, liderada por Shirley Vasconcelos e suas filhas Catherine e Louise. Trata-se de uma marca criada em Olinda, que produz peças de moda praia, utilizando materiais biodegradáveis com a finalidade de preservar a saúde do meio ambiente.

Outro case é o da **Marina Bitu**, que se destacou por confeccionar vestidos plissados. Essas peças são inspiradas em um instrumento musical muito usado no nordeste: a sanfona.

Também podemos citar a história da Lu Pessoa de Queiroz, que modernizou a **Casa Caiada** em Pernambuco, fundada pela sua avó. Esse local ficou bastante conhecido por conta dos tapetes florais e azulejos portugueses.

Hoje, a casa conta com pinturas de nus femininos, trazendo a poesia por trás das artes apresentadas.

Outra marca de sucesso é a **Usoassim**, criada em 2016 pela Laís Dutra e pelo Álvaro Roberto. A empresa produz peças de roupas versáteis, leves e divertidas e personalizadas para o seu público.

Por fim, citaremos a **Firulinha**, fundada em Recife, pela Angela Lamenha. Essa marca tem cerca de 8 anos de história. Possui peças autorais, coloridas e confortáveis, destinadas à moda adulta e infantil.

## FAÇA UM BOM PÓS-VENDA

Engana-se quem acha que a venda é a última etapa do ciclo. Para fidelizar os clientes é importante **realizar um ótimo pós-venda**. Isso envolve oferecer suporte, caso o comprador tenha algum problema com o produto, permitir a troca da peça, estar disponível para tirar dúvidas etc.

Também é essencial fazer a nutrição desse consumidor, oferecendo materiais ricos, enviando produtos semelhantes ao que ele adquiriu, para despertar nele o interesse de fechar novos negócios com a sua marca. Então, jamais abandone o cliente depois do fechamento de uma venda.



## USE OS DADOS A FAVOR DO NEGÓCIO

Para satisfazer o seu público, é preciso que você identifique as necessidades dele, os principais desafios e ofereça soluções customizadas. Para fidelizá-lo é importante superar as suas expectativas.

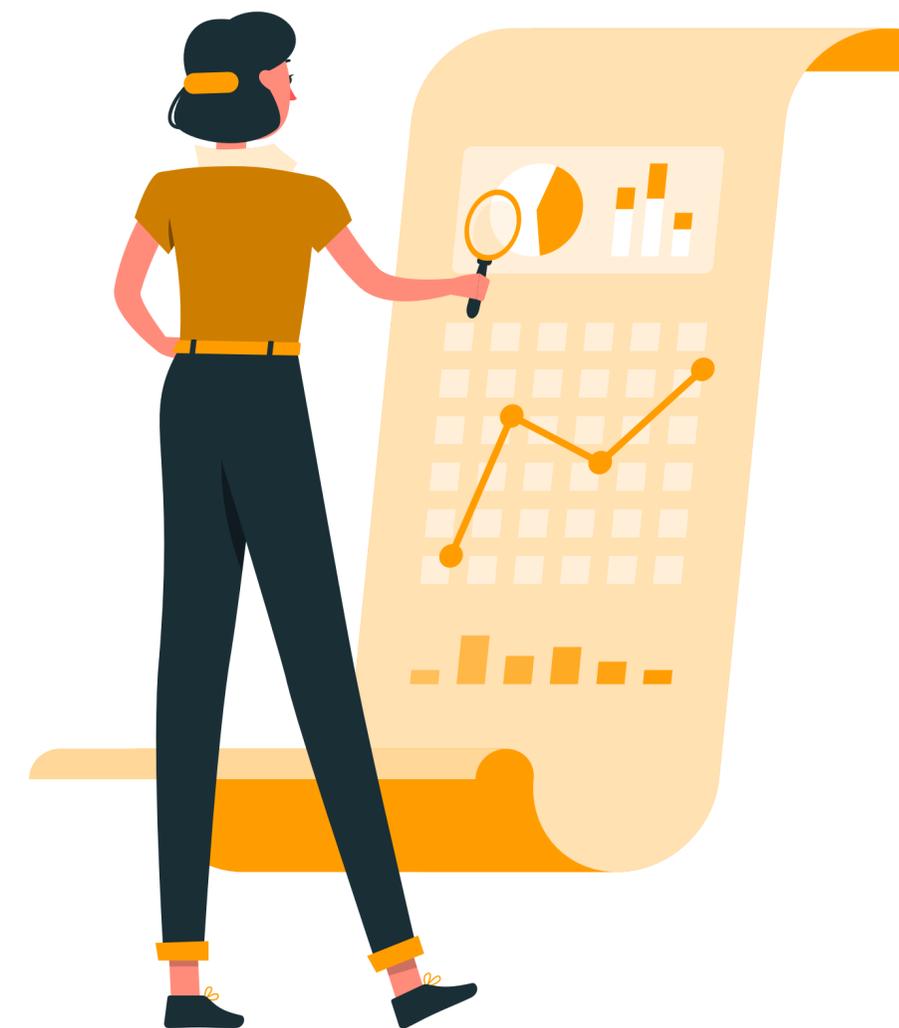
Portanto, para coletar esses dados, faça um questionário no Google Forms, por exemplo, e aplique com os seus clientes. Também é necessário que você tenha um **sistema de CRM** para fazer o cadastro dessas informações e registrar o histórico do consumidor.

A partir daí, você conseguirá estudar o comportamento dos seus compradores e usar esses dados para tomar as melhores decisões.

## CONTE COM AJUDA DE PROFISSIONAIS

Aplicar técnicas para fidelizar clientes exige planejamento, portanto você tem a possibilidade de contar com a **ajuda de profissionais especializados** para ajudar você em todo o processo de fidelização.

Vale ressaltar que esses especialistas definirão as melhores estratégias para você aplicar no seu negócio, mostrando o que será feito, como será feito e por quê. Com isso, você consegue atender às expectativas dos consumidores e conquistar o sucesso do seu negócio.





## Quais são os benefícios de aplicar essas dicas?

Além de conquistar novos compradores, você também precisa se preocupar com aqueles que já fazem parte da sua empresa. É interessante destacar que o custo para fidelizar é mais baixo do que o custo de aquisição de clientes. Dessa maneira, é essencial começar a investir nessas estratégias.

Ao aplicar essas técnicas de fidelização, você consegue **melhorar a satisfação dos consumidores** da sua marca, pois eles têm as suas expectativas atendidas, além de perceberem o quanto são especiais para você.

O consumidor passa a sentir-se parte integrante do negócio, dos processos e, conseqüentemente, a satisfação dele será maior. Por meio das ações do pós-venda, é possível oferecer suporte ao freguês e deixar claro que ele poderá contar com você sempre que precisar.

Assim, você consegue potencializar os resultados da sua empresa, atraindo mais clientes de forma natural, além de reduzir os custos com marketing e propaganda.

A clientela fiel tende a comprar mais e de maneira consistente, pois ela confia na sua marca e está satisfeita com as suas peças. Essa movimentação comercial ajuda na **recorrência das receitas** da sua empresa.

Além do mais, o seu negócio tem a oportunidade de se **destacar dos concorrentes e ser visto como referência no mercado**. Vale lembrar que algumas empresas empregam todos os esforços para adquirir novos clientes e acabam esquecendo de definir estratégias para fidelizar os já existentes.

Por meio dos consumidores leais, pode-se identificar padrões de compras, uma vez que eles têm um histórico de atividades no seu estabelecimento. A partir dessas informações, é possível melhorar a experiência do cliente, oferecendo-lhe um ótimo atendimento e produtos que sejam do interesse dele.

Você também consegue **estimular a interação do público com a sua marca**. Um comprador fiel vai falar bem de você, participar de discussões nas redes sociais, fazer comentários positivos, ajudando você a aumentar a sua autoridade.

Outro benefício é o aumento do **poder de barganha com os fornecedores**. Ter uma clientela fiel maximiza o seu valor perante o fornecedor. Desse modo, ele facilitará a venda da matéria-prima, proporcionando vantagens, como preços menores, melhores formas de pagamento, entre outras.





## Conclusão

Ao longo deste e-book percebemos que aplicar técnicas de fidelização de clientes também é muito importante para as marcas autorais. Esse processo proporciona diversos benefícios para o seu negócio, tais como: maior satisfação do consumidor, aumento da lucratividade, conquista de novos compradores, redução do custo de aquisição de clientes etc.

Sendo assim, sempre busque maneiras de construir relacionamentos duradouros com os compradores, fazendo-os adquirir os seus produtos outras vezes, além de indicá-los aos amigos e familiares.



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.