



Dicas sobre comercialização de produto artesanal

Índice

INTRODUÇÃO	3
Comercialização on-line	4
Aspectos da comercialização	7
Referências	13

Introdução

Neste e-book, vamos dar um panorama para que você, artesão, entenda o que é importante saber sobre comercialização de produtos. Vamos ver como os canais de comercialização on-line podem ser explorados e vamos discorrer sobre alguns dos aspectos relacionados à comercialização dos produtos, que não podem ser esquecidos.

Este e-book traz dicas que servem como um roteiro para você ter sempre em mãos quando for definir as estratégias de comercialização para um produto.





Comercialização on-line

Redes sociais

As redes sociais já estão bem difundidas não só entre os jovens e entre a população de centros urbanos, mas também entre os adultos, inclusive aqueles que vivem em comunidades no interior do Brasil.

Desta maneira, as redes sociais, como Facebook e Instagram, podem ser utilizadas para divulgar seu trabalho e construir sua base de clientes. Você pode utilizar as redes sociais como uma vitrine virtual para divulgar seu trabalho e “falar” diretamente com seus clientes, ampliando a visibilidade e a divulgação do seu produtos.

As redes sociais são a forma mais direta e rápida de fazer com que seu trabalho seja conhecido. Para isso, é muito importante que você mantenha um fluxo de postagens diárias, trazendo novidades sobre produtos, técnicas ou até mesmo um fato curioso e relevante da atualidade que possa ter conexão com seu trabalho.



E-commerce

E-commerce é um formato de venda on-line, uma loja on-line e que pode ser criada coletivamente, isto é, você pode se juntar a outros artesãos e, dessa maneira, podem criar uma loja que reúna toda a produção do grupo.

Criar um e-commerce coletivo é uma boa estratégia para aumentar a oferta de produtos, como também, diminuir os custos de implantação que são divididos entre o grupo. Lembre-se que quando uma loja on-line tem um número maior de produtos, com mais opções para o cliente, a chance de efetivar a venda aumenta.

Muitas vezes, o cliente pode estar em busca de um determinado produto e quando se depara com uma oferta mais diversificada, com mais opções, acaba aumentando o seu volume de compra. Além disso, uma loja com uma diversidade maior de produtos tem maior chance de ser lembrada pelos clientes.



Marketplaces

Os marketplaces são uma espécie de shopping centers virtuais, que, ao contrário do e-commerce, não trabalham apenas com uma marca ou um segmento de produtos, mas com várias marcas e produtos diferentes. Os marketplaces são uma opção a mais para vender o produto, porém é preciso atenção ao fato de que, a maioria deles, cobra taxas para manter os produtos na plataforma, como também um percentual no momento da venda.

Alguns marketplaces têm um modelo de negócio diferente, como é o caso do Elo7, que não cobra taxa para manter os produtos na plataforma, mas cobra um percentual sobre a venda. Já o Mercado Azul, um marketplace desenvolvido pelo Sebrae, não cobra taxa de adesão, assim como também não cobra nenhum percentual sobre a venda. Dessa maneira, esse marketplace se torna especialmente atraente para quem quer iniciar a vender por meio destas plataformas.



**Aspectos da
comercialização**



Meios de recebimento

Você, artesão, deve disponibilizar para seu cliente vários meios para que ele possa efetuar o pagamento dos produtos que comprar.

Para iniciar as vendas à distância, é necessário que você tenha uma conta bancária regular. Atualmente, há diversas possibilidades e meios de recebimento, por exemplo: via pix, via WhatsApp – por meio de um recurso que possibilita fazer transferência dentro do próprio aplicativo, via cartão de débito ou crédito, transferência ou boleto bancário.

Você precisa estar preparado para atender as formas mais usuais de pagamento que o cliente solicitar, pois quanto mais você facilitar a vida do cliente, melhor será a experiência da compra. Todas as fases da relação com o cliente contam para que ele fique bem impressionado e tenha uma experiência satisfatória.

Frete

É fundamental ter todas as informações referentes ao transporte dos produtos para enviar as mercadorias aos clientes. Os correios são bastante usados, principalmente por pequenos empreendedores. Porém, é bom ficar atento, porque, os correios tem limitações de tamanho e os valores, na maioria das vezes, não são os mais atrativos. Outro meio de transporte bastante utilizado, principalmente para produtos com medidas superiores a 100cm em cada um das dimensões - comprimento, largura e altura - são transportadoras especializadas. Para isso é importante conhecer as transportadoras que prestam serviço na sua região, para que, quando o cliente solicitar, você possa indicar uma transportadora e fornecer os valores do frete.

Regra geral, a modalidade de frete mais utilizada é a FOB (sigla em inglês que corresponde a “**free on board**”), por ser mais favorável ao vendedor. Nessa modalidade, o pagamento do frete

fica a cargo do cliente, que assume os custos e os riscos do transporte a partir do embarque. Mas isso precisa ser negociado com o cliente na hora de efetivar a venda. Depois que o cliente for informado e estiver de acordo, o valor do transporte da mercadoria, a ser despachada, é pago diretamente por ele à transportadora.



Embalagem

A embalagem deve ser adequada ao tipo de produto. É fundamental embalar o produto corretamente para que não chegue avariado para o cliente.

Plástico bolha, caixa de papelão e até mesmo engradados de madeira que servem para proteger produtos mais frágeis, como cerâmicas, por exemplo, devem ser adquiridos por você. Outro aspecto em relação às embalagens é sempre estar atento para nunca fazer uma embalagem muito maior do que o tamanho do produto, pois isso aumenta o valor do frete e não é sustentável.

Para obter informações detalhadas sobre a etapa de embalagem do produto, acesse o [Manual de Boas Práticas para Embalagem de Artesanato](#), produzido pelo Sebrae.

Etiqueta no produto

Quando o produto é enviado para o cliente, é recomendado que o produto seja enviado com uma etiqueta ou *tag* - nome em inglês que às vezes é utilizado pelas pessoas quando se referem à etiqueta do produto - contendo informações, tais como nome do artesão, contatos mais usuais (WhatsApp, Instagram, Facebook), nome da marca (caso você tenha uma marca), técnica usada para confeccionar o produto, medidas do produto, cuidados a serem tomados com a limpeza ou manutenção do produto, e, por fim, uma mensagem de agradecimento direcionada ao cliente por ter adquirido aquele produto.

Um cliente satisfeito é sempre alguém que pode falar bem do seu produto para outras pessoas. Dessa maneira, ele se torna um aliado para ajudar na divulgação do seu trabalho. O cliente deve ser visto como um canal a mais de divulgação do produto.

Comunicação com o cliente

A comunicação com o cliente deve ser clara, rápida, eficiente, segura e jamais você deve dizer algo sobre o produto que não seja verdadeiro ou afirmar algo de que não tenha certeza. Caso o cliente faça alguma pergunta que você não saiba ou não tenha a resposta na ponta da língua, jogue claro com ele. Diga que vai atrás da informação. Não é feio dizer que não sabe. Mas é péssimo passar informação errada ou esquecer de dar retorno ao cliente.

Desde o primeiro momento em que o cliente entra em contato com você pedindo informação sobre o produto, tudo que você fala e a forma como se comunica com ele influenciam a tomada de decisão em relação à compra. Por isso, nunca deixe o cliente sem informação, para que ele não fique inseguro e desista da compra. Confiança é tudo! Você deve ter sempre uma postura clara, correta e honesta com o cliente.

Pós-venda

Pós-venda é a etapa da venda depois que o cliente recebe o produto. E você deve estar pensando, a venda não termina com o envio do produto para o cliente? Não, de maneira alguma. A venda só termina quando você souber que o cliente recebeu o produto em boas condições, isto é, que ocorreu tudo bem com o transporte do produto até o cliente.

O pós-venda é uma etapa muito importante também para fidelizar o cliente, isto é, para ele se tornar fiel à sua marca e se lembrar dela toda vez que for adquirir um produto que você tenha ou, ainda, se lembrar da sua marca quando tiver a oportunidade de indicar para alguém.

Então, não deixe de mandar uma mensagem para o seu cliente e perguntar a ele sobre o recebimento do produto. Seja cordial e faça perguntas do tipo: se o produto foi entregue; se ele ficou satisfeito; se ele tem alguma dúvida sobre o produto; enfim, procure fazer perguntas que demonstrem o seu interesse e sua atenção ao cliente.

Veja, no infográfico a seguir, um resumo com os principais passos para você realizar uma venda de sucesso. Essa imagem pode ajudar você a não se esquecer dos aspectos apresentados neste e-book. Um roteiro visual que você pode ter sempre à mão para se lembrar.

Aqui, o designer pode usar esse infográfico que fez ou usá-lo com referência para criar outro adaptado ao estilo Sebrae.



Processo de venda

Veja os principais passos para fazer uma venda de sucesso



Comunique-se com seu cliente

Passar informações corretas sobre o produto. Tire todas as dúvidas que o cliente tiver sobre o produto. Não deixe-o sem respostas e não demore para responder.

Produto perfeito

O produto que vou vender tem que estar perfeito! Super bem acabado.



Embalagem adequada

Todo o cuidado com a embalagem do produto. Plástico bolha, caixa de papelão, são indispensáveis para garantir que o produto chegue perfeito para o cliente.

Coloque uma etiqueta no produto

Sempre mande junto com seu produto a "carteira de identidade" dele. Ou seja, uma etiqueta dizendo quem fez, como é feito, medidas técnicas, material usado e também uma mensagem simpática de agradecimento ao cliente.



Pronto?

Mande o seu produto e espere os elogios.

Importante

Não se esqueça de perguntar ao cliente se ele recebeu o produto, se estava tudo certo e o que ele achou. Pergunte se ele pode fazer um comentário positivo sobre seu produto nas suas redes sociais.

Precificação

A definição dos preços dos produtos é um assunto que requer um pouco mais de atenção por parte dos artesãos. Em geral, os artesãos não consideram a necessidade de se ter tabelas diferentes de preço para varejo e para atacado, assim como é muito comum se esquecerem de relacionar todos os custos envolvidos na composição de preço de custo do produto. É muito comum, por parte dos artesãos, pensar que o custo do produto é a soma apenas do valor da mão de obra e das matérias-primas envolvidas na produção. Mas, o preço de custo é formado por vários outros itens que influenciam e determinam o valor de venda do produto.

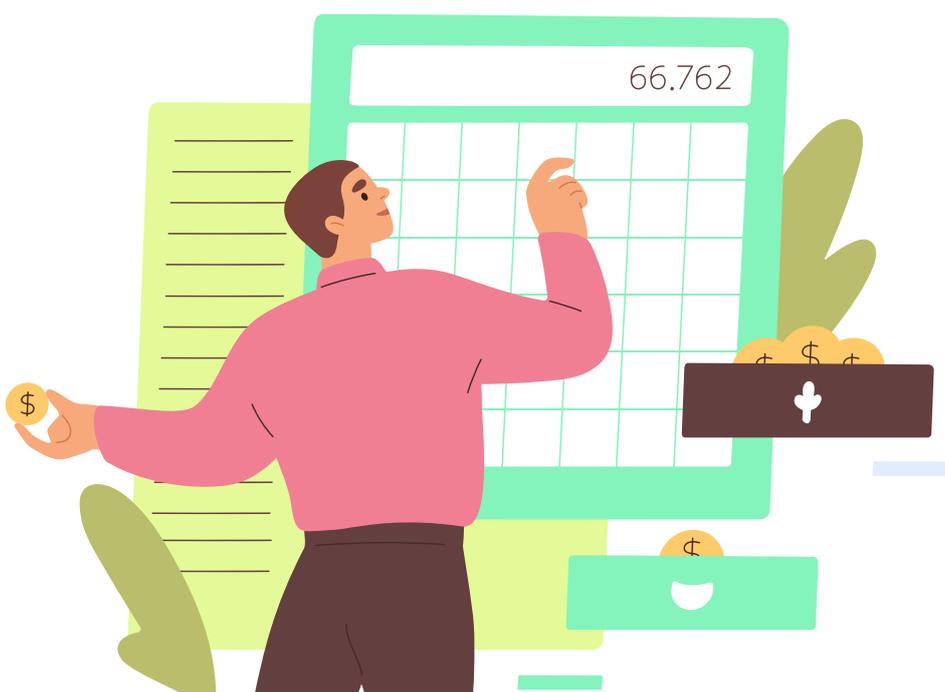
Alguns dos itens para compor o custo: mão de obra, matéria-prima, custo fixo (aluguel, luz, telefone, internet), imposto, comissão de venda, devem estar sempre na cabeça do artesão quando for fazer o cálculo do preço do produto.

Uma dica para facilitar você calcular o preço de custo do seu produto e, em seguida, o preço de venda, é utilizar o aplicativo *apreco* (<https://aprecoapp.com/>). É um aplicativo gratuito, fácil de ser usado e que traz todos os itens que devem compor o cálculo do valor do produto.

Outra dica para você se aprofundar nesse assunto sobre precificação, que é fundamental para o sucesso do seu negócio, é o manual de precificação - “Manual de precificação de objetos artesanais: que preço eu boto?”, que está disponível para download na internet de forma gratuita.

Esse livro, além de ter uma linguagem bem acessível, é didático e específico para o setor de artesanato.

Por fim, sempre é bom lembrar que a comercialização do produto envolve várias etapas. Cuide de cada uma delas com o mesmo carinho que você dedica à confecção dos seus produtos.



Referências

Artesão, aprenda a criar oportunidades de venda para seus produtos. Sebrae, 2022. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/artesao-aprenda-a-criar-oportunidades-de-venda-para-seus-produtos,c73doa088aa3281oVgnVCM10000od701210aRCRD>. Acesso em: 05 de set. de 2022.

Da Silva, C. E.; Grangeiro, R. R.; Gomes Neto, M. B. Manual de precificação de objetos artesanais: que preço eu boto? Universidade Federal do Cariri, 2020, Disponível em: http://sites.ufca.edu.br/ebooks/wp-content/uploads/sites/22/2020/11/que-preco-eu-boto_-1-compactado.pdf. Acesso em: 10 de julho de 2022.

Manual de Boas Práticas para Embalagem de Artesanato. Sebrae, 2012. Disponível em: [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/54222fe9foae-f716boee3a7c11b8314d/\\$File/4178.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/54222fe9foae-f716boee3a7c11b8314d/$File/4178.pdf). Acesso em: 10 de julho de 2022.

 /sebrae

 /tvsebrae

 @sebrae

 @sebrae

