eBook
Stringhini

7 DICAS

Para Ampliar a Presença da Sua Marca em Pequenos Comércios e Impulsionar Vendas

STRINGHINI
VAREJO INTELIGENTE

A presença no mercado local é crucial para muitas empresas, especialmente aquelas que operam no varejo.

Ter uma marca reconhecida e valorizada por pequenos comércios, como lojas de conveniência, supermercados, farmácias e até mesmo indústrias e material de construção, pode significar um grande diferencial para impulsionar vendas e a lealdade dos clientes.

A seguir, apresentamos 7 dicas para ampliar a presença da sua marca nesses estabelecimentos e impulsionar suas vendas no varejo local.

01 Entenda o Perfil do Seu Cliente Local

O primeiro passo para aumentar a presença da sua marca no varejo local é compreender o perfil dos consumidores da região onde você atua. Cada tipo de comércio tem um público específico com necessidades e expectativas próprias.

Ao personalizar sua abordagem, seja nas lojas de conveniência, supermercados ou farmácias, você estará mais preparado para conquistar esse público.

→ **Exemplo:** Se sua marca fornece produtos de cuidados pessoais, como cosméticos ou medicamentos, em farmácias, observe quais são os itens mais procurados e ofereça promoções ou amostras grátis desses produtos.

02 Utilize Parcerias Estratégicas

Firmar parcerias estratégicas com pequenos comércios pode aumentar sua visibilidade local. Tais colaborações permitem que sua marca se beneficie do relacionamento já estabelecido do comércio com os consumidores.

Além disso, ao colaborar com esses estabelecimentos, você pode explorar novas formas de promoção e aumentar suas vendas.

→ **Exemplo:** Em uma loja de conveniência, você pode fazer parcerias com empresas de bebidas ou lanches para realizar ações de cross-marketing, oferecendo descontos em produtos complementares.

03 Promoções e Descontos Direcionados

Oferecer descontos exclusivos para clientes de determinados locais ou realizar promoções sazonais é uma excelente maneira de atrair mais consumidores para o seu produto e aumentar as vendas em pequenos comércios. As promoções podem ser feitas de forma estratégica para garantir que sua marca se destaque entre os concorrentes.

→ **Exemplo:** Em supermercados, ofereça descontos em produtos de marca própria para atrair clientes que, de outra forma, optariam por marcas concorrentes. Isso cria uma percepção de vantagem e impulsiona as vendas.

04 Promoções e Descontos Direcionados

A experiência de compra tem se tornado um dos maiores fatores para fidelizar clientes. Criar um ambiente agradável no ponto de venda e proporcionar uma experiência diferenciada pode ser o fator-chave para que os consumidores voltem a comprar. Além disso, não se trata apenas do produto, mas da maneira como ele é apresentado e vendido.

→ **Exemplo:** Em lojas de conveniência, invista em expositores chamativos e estrategicamente posicionados, além de promover degustações ou demonstrações ao vivo de seus produtos para envolver o cliente.

05 Treine Sua Equipe Local para Representar Sua Marca

A equipe de vendas de pequenos comércios tem um papel fundamental na forma como sua marca será percebida pelos consumidores.

Ao treinar os funcionários desses estabelecimentos, você pode garantir que eles tenham um bom conhecimento sobre seus produtos, o que aumenta as chances de vendas.

Isso pode ser feito por meio de workshops, materiais educativos e até mesmo programas de incentivos para os colaboradores.

→ **Exemplo:** Em indústrias e lojas de material de construção, disponibilize treinamento sobre o uso correto dos seus produtos e ofereça vantagens para os vendedores que destacarem essas qualidades para os consumidores.

06 Aposte na Personalização das Ofertas

Personalizar ofertas conforme as necessidades do cliente local é uma maneira eficaz de aumentar a relevância de sua marca. Ao analisar as preferências dos consumidores em diferentes tipos de comércio, você pode criar campanhas direcionadas para atender a essas expectativas.

→ **Exemplo:** Em farmácias, ao perceber que determinada região tem um número elevado de idosos, você pode oferecer descontos em medicamentos de uso contínuo ou produtos voltados para o público da terceira idade. Isso faz com que sua marca seja vista como mais atenta às necessidades do local.

07 Esteja Presente nas Mídias Locais

Por fim, a presença digital e em mídias locais é fundamental para ampliar a notoriedade da sua marca. Por meio de ações em rádios, jornais locais e nas redes sociais, sua marca pode atingir um público mais amplo, sem perder o foco no mercado local. Além disso, investir em anúncios digitais pode ajudar a atingir consumidores que já compram em comércios físicos da sua área.

→ **Exemplo:** Faça parcerias com influenciadores locais para divulgar suas promoções em supermercados ou farmácias. Essas ações têm um grande impacto, especialmente em cidades menores, onde a proximidade entre marca e cliente é mais forte.

Tome Decisões Mais Inteligentes no Seu Varejo! 🔥

Entre em contato agora com nossos especialistas e descubra como usar o varejo inteligente para vender mais e melhor.