



Conquistar novos clientes



Conseguir destaque diante de um mercado tão rigoroso e competitivo como o dos dias actuais não é uma missão simples. No entanto, com criatividade e acções estratégicas, é perfeitamente possível empreender com sucesso e atrair novos clientes, mesmo as pequenas empresas.

O facto é que a tecnologia e o meio digital equiparam um pouco mais essa disputa e, com boas estratégias de divulgação e análise, dá para aprimorar os processos e oferecer algo que atenda ou até mesmo supere as expectativas do seu público.

CONHEÇA O SEU PÚBLICO-ALVO

Uma forma simples, mas actualmente eficaz para uma pequena empresa atrair novos clientes, é ter um bom conhecimento do seu público-alvo. Com as informações adequadas, é possível criar uma ou mais personas, que são representações fictícias que auxiliam a entender melhor as necessidades e expectativas dos compradores. Isso pode ser feito, por exemplo, por meio da própria base de dados do empreendimento. Pode colher alguns elementos como compras anteriores, ticket médio, gênero, idade, localização, renda média, estado civil, etc. Outra forma é fazer pesquisas com perguntas directas e úteis, que forneçam subsídios às decisões do negócio.

APOSTE NO PODER DAS REDES SOCIAIS

Quem quer descobrir como atrair clientes de forma fácil e pouco dispendiosa não pode abrir mão de uma excelente presença nas redes sociais. Essas mídias são extremamente populares e muita gente não passa um dia sequer sem abrir os seus perfis, o que as torna um lugar perfeito para divulgar a sua marca e prospectar novos compradores.

Uma página no Facebook, por exemplo, pode ser um excelente começo. O Instagram também está em franco crescimento e certamente é uma boa maneira de divulgar fotos e vídeos dos seus produtos ou serviços. Por fim, o LinkedIn pode ser de grande valia para fazer novos contactos e ampliar o networking.

INVISTA EM UM BLOG

Os blogs são outra poderosa ferramenta de marketing digital e ajudam qualquer empreendimento a ter mais credibilidade e até a se transformar em referência no seu segmento. Esse tipo de site possibilita, por exemplo, postar conteúdos relevantes e interessantes, que servem para atrair novos clientes naturalmente para o negócio.

É possível fazer isso de diversas formas, respeitando o nível de relacionamento da pessoa com a empresa. Para quem ainda não está propenso a comprar, artigos mais genéricos sobre a área servem para prospectar sem que as pessoas se apercebam. Já para os mais interessados, textos com as vantagens e diferenciais da empresa são a grande medida.

TENHA UM BOM PÓS-VENDA

Por fim, um dos maiores erros de gestores e empresários dos mais diversos segmentos do mercado é achar que a sua missão está encerrada a partir do momento em que o cliente faz o pagamento. Na realidade, essa é a hora de investir no relacionamento e se diferenciar, em especial por conta de um bom pós-venda.

Procure, num primeiro momento, mostrar apreço e gratidão pela negociação, por meio de um e-mail de agradecimento e com uma pesquisa de satisfação. Depois, não hesite em mandar descontos, brindes e propostas de compras, utilizando a sua base de dados para oferecer algo que efectivamente interessa àquela pessoa.