

MARKETING E VENDAS

NA RETOMADA



versão: 17 de julho

abrasel

Apoio:

alelo

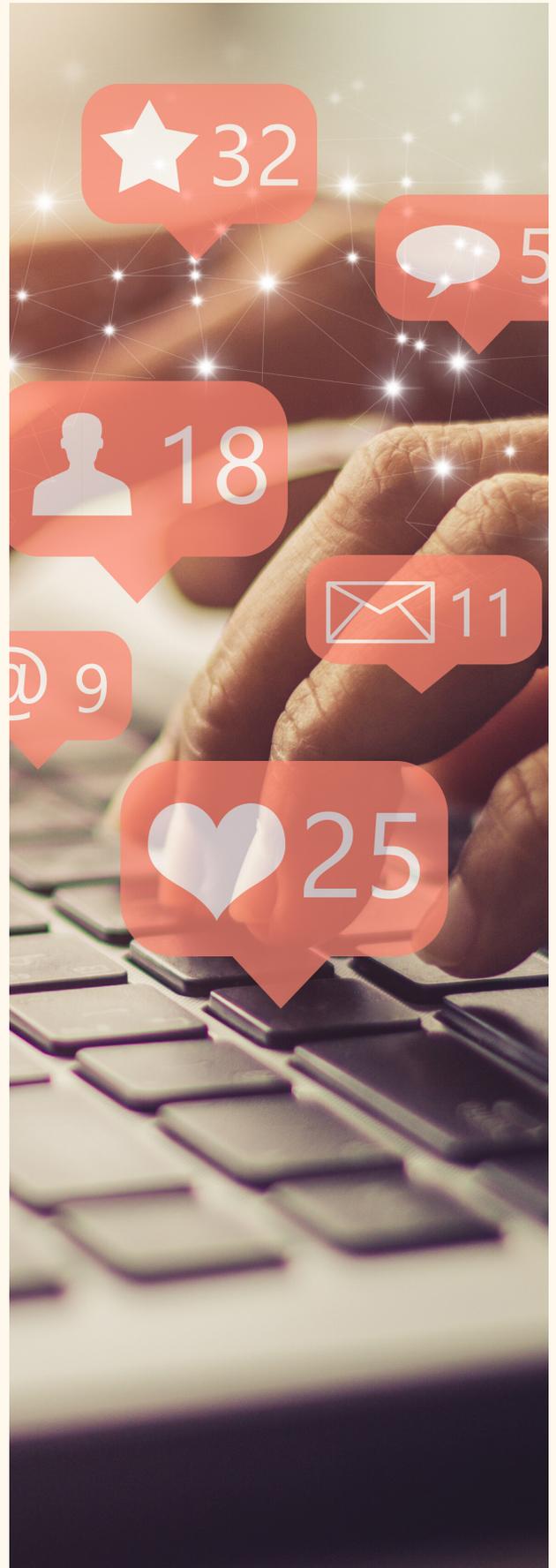
O novo normal

A chegada da crise provocada pela pandemia levou muitas pessoas a falarem de um “novo normal”. Mas o que mudou nesse novo normal? A grande maioria dos clientes que estava acostumada a interagir com o setor de maneira presencial se viu obrigada a estabelecer uma nova forma de relacionamento com os estabelecimentos: **os meios digitais. Isso acelerou uma mudança que já estava em curso, uma vez que um grande número de pessoas passou a adotar novos hábitos digitais nesse período.** É importante entender que o cenário atual antecipou esse processo, mas não mudou a essência do nosso setor: gente gosta de ser cuidada por gente.

No entanto, também acompanhamos grandes oportunidades surgirem nesse ambiente digital, com o aumento substancial de pessoas comprando online para pegar e levar na loja (*takeaway*) ou para receber por meio do delivery. Na outra ponta, os estabelecimentos precisaram rapidamente adaptar seus negócios para sobreviver e manter-se relevantes, buscando ganhos de produtividade e uma maior geração de valor para seus clientes.

Retomada

Nesta cartilha, vamos abordar assuntos ligados a essa rápida mudança que a pandemia impôs aos nossos clientes e, conseqüentemente, às nossas empresas. Também daremos algumas dicas para retomar os negócios, tendo em vista essa nova realidade, onde o digital ganha força e o relacional se mantém essencial.



PRESENÇA EM REDE

Nunca foi tão importante fortalecer o digital

Nesse novo cenário, grande parte das pessoas passou a confiar nos canais digitais para realizar compras, superando receios ligados à segurança de dados e à qualidade dos produtos. Em conjunto a isso, existe uma enorme preocupação da sociedade com a saúde - esses dois pontos devem direcionar a forma como se realiza o marketing do seu negócio e, conseqüentemente, as vendas. **Nunca foi tão importante estar presente no meio digital, pois é lá que grande parte das atenções dos clientes está e onde seu estabelecimento pode encontrar novas e grandes oportunidades.** Lembre-se que ser visto é somente o primeiro passo. É também importante saber o que mostrar para a público e como conversar e gerar valor para seu cliente.

Sabendo que viver a jornada do cliente é fundamental para ser relevante, é importante comunicar que seu bar ou restaurante segue as normas sanitárias e, assim, trazer segurança a ele. Use as redes sociais para isso. **Mostre, sempre que possível, que seu estabelecimento está atento a essas normas e se adequando a elas.** Você pode, por exemplo, postar meio de fotos que deixem claro que essas medidas estão sendo adotadas. Nesse momento em que a saúde é uma preocupação de todos, demonstrar que você está atento e que seu cliente estará seguro ao consumir seu produto é uma ótima forma de fazer o marketing do seu negócio. Claro que é importante que você continue mostrando seus diferenciais, como pratos, preços e ambiente.





HORA DE MUDAR

Um marketing bem executado levará o público a ficar mais atento ao seu negócio, e isso pode melhorar suas vendas. Ações promocionais como preços especiais em horários de menor movimento, pratos servidos apenas em dias específicos ou compras programadas – aquelas que você compra com antecedência para consumir depois – podem ser boas formas de atrair clientes. Tenha sempre em mente que os hábitos de grande parte dos consumidores mudaram e você deve estar atento para atender as novas necessidades de seu público.

AVISE ANTES

Tenha em mente também que o seu negócio, durante algum tempo, não poderá receber o volume de pessoas que recebia antes. Dessa forma, **incentivar que os clientes criem o hábito de fazer reserva é importante**. Imagine que o cliente que está acostumado a chegar em seu estabelecimento e sempre encontrar uma mesa disponível pode não ter mais essa mesma facilidade. Portanto, coloque avisos em seus pontos de contato com o público, como redes sociais, porta do estabelecimento, site, entre outros.

MODELO DE NEGÓCIO

Com o salão fechado ou reduzido, inovar é preciso

O movimento causado pela pandemia também trouxe novas formas de se vender. O **delivery**, que antes era uma opção dos restaurantes, se torna algo por muitas vezes fundamental para a sobrevivência dos negócios. Existem algumas formas possíveis de se fazer presente nesse canal de vendas, podendo ser por meio de aplicativos de terceiros, aplicativos próprios ou as tradicionais tele entregas, nas quais o cliente liga para o restaurante, faz seu pedido e o motoqueiro leva até a sua casa. Cada uma dessas formas tem seus pontos positivos e negativos. Estude a melhor forma de fazer a entrada do seu negócio no delivery e considere também as mudanças necessárias no seu processo de produção para entregar um bom produto, em tempo hábil para seu cliente. Outra modalidade que cresceu recentemente é o **takeaway**, ou pegue e leve, na qual o cliente retira o pedido na loja e leva para consumo em outro espaço. Implantar esse serviço e fazer uma boa divulgação dele pode ajudar a aumentar seu faturamento. Assim como no delivery, existem algumas formas de se fazer o takeaway, como o agendamento e pagamento prévio pelo cliente para retirada ou fazer o pedido na porta do estabelecimento, estando o cliente a pé ou até dentro do seu carro (serviço de drive-thru).



OPORTUNIDADES DIGITAIS E RETENÇÃO

Como atrair e manter seus clientes conectados?

Acompanhar a jornada do cliente (identificar por quais meios de pesquisa as pessoas chegaram até você) tornou-se imprescindível, pois é para o meio digital que a atenção do público está voltada. Nesse novo contexto, estar atento ao ambiente digital é fundamental para se relacionar com seus clientes e gerar oportunidades para seu negócio. Estar presente (e atuante) em plataformas digitais de relacionamento te dará uma potente vantagem competitiva. Para isso, alguns caminhos possíveis são a criação de websites, de redes sociais, contas no WhatsApp e no Google.

Algumas dessas plataformas já são muito utilizadas pelos bares e restaurantes. A adesão a elas é gratuita, com a vantagem de já serem conhecidas e usadas pelos clientes. Mas tenha em mente que a principal função das redes sociais é criar/aprimorar o relacionamento. Portanto, esteja sempre bem atento ao que seus clientes fazem e dizem em suas páginas, respondendo a eles de forma rápida, transparente e cortês. **Relacione-se com seu público no meio digital como você se relaciona no meio físico.** Promova diálogos, divulgue promoções e mostre porque seu estabelecimento é especial. Chame os clientes para conversa no privado caso queira oferecer algo especial para ele.

Na hora de cuidar da sua marca preste atenção aos seguintes pontos:

1. **Localização:** você deve ser facilmente encontrado na internet;
2. **Atualização:** mantenha as suas informações sempre em dia;
3. **Reputação:** preste atenção nas avaliações dos consumidores e responda a todos eles;
4. **Conversão:** aprenda com o feedback dos seus clientes.

Como chamar a atenção do seu público? Separamos três pontos que podem ser fontes de conteúdo:

- Cinco perguntas ou dúvidas que você mais recebe no seu restaurante ou bar
- Cinco coisas sobre o negócio que o seu cliente não sabe, mas deveria saber
- Cinco maiores desafios que você enfrentou ou que tem enfrentado no seu negócio - você pode se mostrar imperfeito e esclarecer seus valores e dores como empresa. As pessoas se conectam com histórias, por isso, conte a sua e mostre porque é especial.

WHATSAPP BUSINESS

Outra potente ferramenta é o Whatsapp. Nesse momento de relacionamento digital, é importante ter o telefone dos seus clientes. Sempre que realizar uma entrega ou reserva, peça o contato do cliente e fique atento aos seus hábitos. Customizar o atendimento se torna algo cada vez mais importante para reter clientes. Organizar o contato de seus consumidores em listas de transmissões especiais (ex: melhores clientes, clientes veganos, clientes que gostam do prato “x”) e enviar promoções e pedidos customizados irá encantá-los. As ferramentas whatsapp também permitem a criação de robôs de atendimento que irão automatizar o atendimento ao seu cliente, deixando-o mais rápido (ex: tecle 1 para delivery, teque 2 para reservas...)

Mas o que nem todo mundo sabe é que existe uma versão especialmente criada para negócios: o WhatsApp Business. Ele permite a criação do perfil empresarial, informando todos os dados essenciais do seu negócio, como endereço físico, site, redes sociais e horário de funcionamento.

Principais funcionalidades:

- **Respostas automáticas:** A criação de robôs de atendimento automatiza o atendimento ao seu cliente, deixando-o mais rápido (ex: tecle 1 para delivery, teque 2 para reservas). Além disso, fora do horário de funcionamento (pré-estabelecido no perfil), a mensagem de ausência não deixa o cliente esperando por resposta.
- **Catálogo de produtos:** é uma ferramenta gratuita, com estética incrível e que permite o compartilhamento de até 10 fotos do mesmo produto com descrição e preço. Este catálogo tem uma grande rede de alcance, pois pode compartilhado pelos próprios clientes.
- **Link curto:** é o URL do seu WhatsApp, que pode ser compartilhado de maneira online (por exemplo, Instagram) e offline (por criação do QRCode).
- **Etiquetas:** é possível etiquetar as conversas e organizar os clientes em listas de transmissão especiais (ex: melhores clientes, clientes veganos, clientes que gostam do prato “x”) e enviar promoções e pedidos customizados que irão encantá-lo.

POR FIM, MAS TAMBÉM IMPORTANTE

Construa um relacionamento e eles virão

No momento de responder os clientes, seja o mais pessoal possível, tome cuidado com o uso adequado do português e das regras gramaticais. O WhatsApp deve ser usado para estreitar o relacionamento com o cliente, então, não exagere na quantidade de mensagens.

Todas essas ações irão te ajudar na retomada e ter uma plataforma digital seguramente facilitará a execução de todas elas. Imagine ter um site onde seu cliente pode se cadastrar e ter acesso a um sistema de reservas no qual ele pode escolher o melhor dia e horário para ir à sua casa, pedir seus pratos favoritos para delivery, agendar o seu *takeaway* e ainda ser recompensado com pontos ou *cashback* por suas compras e que, ainda, te disponibiliza o contato de seus clientes? Hoje em dia, possuir esse tipo de plataforma representa um grande salto estratégico em seu negócio.

Construir esse tipo de plataforma pode demorar e exigir pesquisa de bons fornecedores ou parceiros, mas toda jornada começa com o primeiro passo. Faça o que for possível nesse momento e trabalhe para sempre evoluir sua presença digital. Se prepare para realizar esse movimento! Acredite: ele será fundamental para o sucesso de seu negócio nos próximos anos.



abraseL

redeabraseL.com.br

apoio:

