

*Esteja com os
seus clientes!*

**Como sempre esteve,
mas agora, em novos meios.**



Clientes e amigos



Precisamos estar preparados.

Alguns especialistas acreditam que enquanto não houver um medicamento ou vacina, o Covid-19 continuará a ser um ponto de alerta.

Portanto, comportamentos que são observados nesse período de quarentena poderão permanecer ainda por algum tempo. Daí, **a necessidade de nos adaptarmos.** Precisamos estar junto dos nossos clientes onde eles estão, **por isso a importância do #FicarOnline** e assim sermos lembrados hoje e no momento pós-quarentena.

Esteja com os seus clientes! Como sempre esteve, mas agora, em novos meios.



Devido ao atual cenário, em Portugal, alguns negócios já registam aumento de 4 a 8 vezes em vendas online e não estamos a falar de bens essenciais!

A adaptação é importante, porque as pessoas estão a se habituar ao comércio online e muitas delas estão a fazer isso pela primeira vez e continuarão a fazer.

Paulo Faustino e Regina Santana, 02/04/2020

Esteja com os seus clientes! Como sempre esteve, mas agora, em novos meios.

*E como é a experiência
do seu cliente com o seu
negócio no ambiente
online?*



Esteja com os seus clientes! Como sempre esteve, mas agora, em novos meios.

É importante considerar

Quando falamos em **comércio online, não tem a ver apenas com possuir um site**. É claro que é uma ótima ferramenta, mas exige tempo, planejamento, investimento e recursos para desenvolvê-lo.

Se já tem um site é o momento de dinamizá-lo. Caso contrário deverá ponderar se é o melhor momento para iniciar o seu projeto de *e-commerce*, pois exige tanto ou mais trabalho e investimento do que uma loja física.

Neste momento diríamos que as **redes sociais são uma boa solução. Simples de colocar em prática**. E foi pensando especialmente nos clientes que ainda não tem loja online que preparamos este material. Acreditamos que também será útil para aqueles que já possuem, pois através das redes sociais poderá gerar tráfego para o site.

Esteja com os seus clientes! Como sempre esteve, mas agora, em novos meios.

O cliente no comércio online

Para alguns clientes, o comércio online ainda causa desconfiança ou algum medo.

**Por isso é importante estar próximo dos clientes para dar atenção e transmitir confiança.
Esteja disponível para tirar dúvidas, fazer chamadas, enviar mais fotos dos produtos.**

Faz toda a diferença!

E isso é possível através das mensagens no Instagram (Direct), Facebook (Messenger) ou WhatsApp.

Esteja com os seus clientes! Como sempre esteve, mas agora, em novos meios.

Não tem segredo. É adaptar o bom atendimento que já é feito em loja para a nova realidade, utilizando as ferramentas disponíveis.

Esteja com os seus clientes! Como sempre esteve, mas agora, em novos meios.

Instagram

O **Instagram** **quadruplicou o número de utilizadores no período de 2013 a 2019**, sendo a Rede Social com maior aumento de público.

Além de ser um canal de comunicação com o seu público, **a sua conta no Instagram também pode ser um canal de vendas.**

Faça do Instagram a sua montra

Publique imagens que valorizem as joias. Assim como **a sua montra tem o objetivo de atrair clientes**, as fotos publicadas no Instagram devem chamar a atenção do utilizador para que tenha interesse em ver mais e até mesmo efetivar uma compra.

Esteja com os seus clientes! Como sempre esteve, mas agora, em novos meios.

Mais interatividade através do Insta Stories

Os seguidores querem interagir com as marcas de uma forma bastante pessoal e com a função Insta Stories (histórias do Instagram) é possível conseguir maior aproximação dos seus seguidores.

São publicações que ficam disponíveis por 24 horas e além de ser uma forma para **exibir mais detalhes de produtos, permite criar vídeos, usar hashtags, taguear outros perfis, criar inquérito** entre outras ferramentas que possibilitam maior interatividade com o seu público.

Com conteúdos diários e que envolvam o público, **quanto mais ativo estiver, mais os seus clientes estarão em contacto com a sua marca.**

Esteja com os seus clientes! Como sempre esteve, mas agora, em novos meios.

Na prática

Este é um perfil real, de uma loja que atua apenas no Instagram.

Não tem site, não tem loja física, o perfil do Instagram é a loja.

As vendas são feitas por mensagem do Instagram (Direct) ou WhatsApp, o envio é feito por serviço de Correio e o pagamento por transferência bancária.



Descrição do produto: Vestido de malha por 99,00

Disponível em várias cores

#roupasfemininas #tendencia #lookdodia #modafeminina #verao2019 #loveit #moda

Dúvida cliente.

A loja respondeu e direcionou para a mensagem do Inatgram (Direct) que permite uma conversa mais próxima / personalizada.

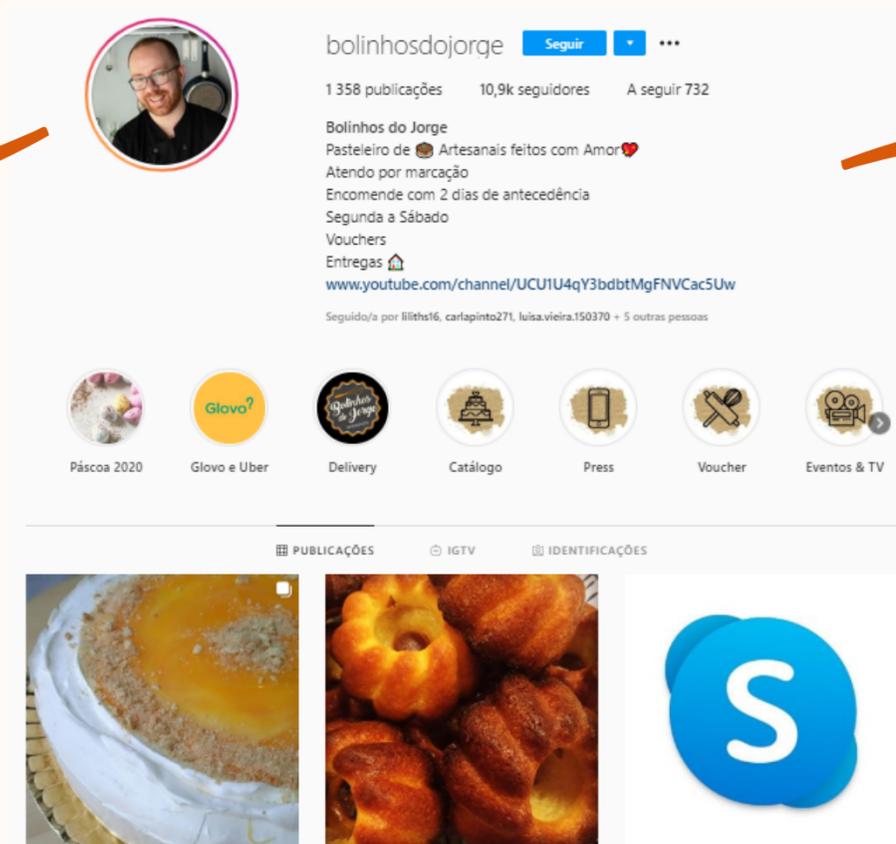
Esteja com os seus clientes! Como sempre esteve, mas agora, em novos meios.

Na prática

Um exemplo interessante é o Bolinhos do Jorge.

Este pasteleiro português já teve uma loja física de rua, mas agora só atende através das redes sociais.

Ativo nas histórias.



Descrição da Bio bastante clara.

Esse campo pode ser aproveitado para informar sobre entregas, formas de pagamento e um telefone de contacto.

Usa os destaques para informações que são relevantes para os clientes, como catálogos de produtos, *feedbacks* com avaliação de clientes, etc.

Esteja com os seus clientes! Como sempre esteve, mas agora, em novos meios.

Facebook

O Facebook é a rede social mais utilizada pelos portugueses, segundo pesquisa realizada em 2019 pela Ernst Young Portugal.

Assim como o Instagram, você pode utilizá-la como uma Montra.

Trabalhar com imagens e descrição dos produtos.

Estar a disposição dos seus seguidores para conversar pelo Messenger ou outros canais de comunicação direta.

Você sabia que o Facebook tem uma opção de "Loja"? Funciona como um *ecommerce* onde você pode criar uma loja com os seus produtos, dentro da sua página no Facebook. É simples de fazer, mas exige um certo trabalho. Se quiser saber mais, temos um material pronto com o passo a passo sobre como criar. **É só responder este e-mail.**

Esteja com os seus clientes! Como sempre esteve, mas agora, em novos meios.

WhatsApp, o vendedor

O WhatsApp é a segunda rede mais utilizada pelos portugueses.

Dissemos que **o Instagram e o Facebook são as montras, então o WhatsApp é o vendedor**. É o momento em que o cliente está consigo na loja. Portanto, assim como acontece na loja, **dê ao cliente toda a atenção necessária**, se necessário envie mais fotos do produto de interesse, vídeos, testemunhais de outras pessoas que já adquiriram a peça.

É ser o vendedor da loja física, mas por mensagens.

E claro, o mesmo vale para as mensagens no Instagram (Direct) e Facebook (Messenger).

Para as empresas há o **WhatsApp for Business**, com características que trazem vantagens aos negócios tais como: inserir a localização da empresa, inserir catálogo de produtos, colocar mensagens de saudação ou ausência, etc.

Esteja com os seus clientes! Como sempre esteve, mas agora, em novos meios.

Ecommerce

A pesquisa realizada pela Ernst Young em abril de 2019 revela que **75% dos inquiridos usaram a Internet nos últimos 12 meses e 37% fizeram alguma compra online nesse mesmo período. É fato que daqui para frente esses números serão muito diferentes.** Então para você fazer a diferença, vamos listar os principais **aspectos que os portugueses buscam para uma boa experiência de compra online:**

- O site precisa ter fácil navegação;
- As transações online devem ser seguras;
- Os produtos ou serviços devem estar com as informações detalhadas e de fácil acesso;
- Processo de compras simples;
- Resposta rápida;
- Variadas opções de pagamento;
- Oferecer acompanhamento online e atualizações sobre o estado das encomendas;
- Armazenagem segura dos dados pessoais.

Esteja com os seus clientes! Como sempre esteve, mas agora, em novos meios.

Ecommerce

O seu *ecommerce* é a Montra e o Vendedor. É o canal completo de vendas. Portanto certifique-se de que as funcionalidades proporcionam ao seu cliente uma boa experiência de compra. Se você já fez compra online, tenha como referência a experiência que teve e leve o melhor para o seu site.

Aproprie-se de estratégias de marketing digital para ter mais visitas.

Nesse momento, **alguns fornecedores estão com planos especiais para soluções em *ecommerce*.** No entanto, por mais que o momento direcione para o desenvolvimento de um site, aja com cautela, converse com profissionais da área, esteja bem informado. **As oportunidades existem, mas é preciso serem bem aproveitadas.**

Começar um projeto de *ecommerce* exige muito trabalho, investimento não só inicial, mas contínuo e profissionais dedicados a este canal.

Esteja com os seus clientes! Como sempre esteve, mas agora, em novos meios.

Oportunidade: Dia da Mãe

O Dia da Mãe é uma data de extrema importância para o nosso segmento, é a segunda melhor data para o comércio de modo geral.

Com isso, devemos aproveitá-la da melhor forma. **Temos tudo para ser uma ótima solução para os clientes**, afinal é possível atender a todos: aqueles que estarão com a mãe nesta data e para quem isso não for possível, **a entrega pode ser feita no endereço de quem irá receber a prenda e ser uma linda surpresa!**

É importante considerarmos que alguns hábitos deverão ser diferentes do que aquilo que sempre vimos. Sabemos que as compras sempre foram feitas na última hora, mas com a nova realidade este ano terá que ser diferente, mas o importante é que o **brilho será o mesmo ou ainda mais especial.**

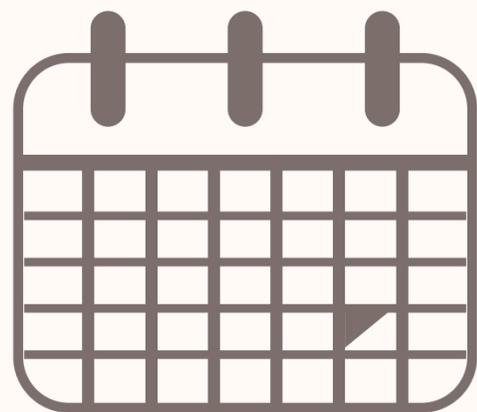
Pesquisa revela que para 74% das pessoas, joias é uma prenda que sempre agrada!

Esteja com os seus clientes! Como sempre esteve, mas agora, em novos meios.

Na prática: Dia da Mãe

Para que o **dia 03 de Maio seja especial**, dessa vez é preciso se planejar de um modo diferente. Comunique aos clientes de forma clara e transparente, esteja disposto a atendê-los e assim será possível **fazer bons negócios, garantindo a satisfação do cliente**. A nossa sugestão é:

Falta menos de 1 mês para a data, então, já comece a informar os seus clientes, seja através das redes sociais e quando possível por chamadas telefônicas ou mensagens.



- Estabeleça um prazo para aceitar encomendas, a nossa sugestão é até o dia 23 de Abril (quinta-feira), assim terá tempo para separar as encomendas, preparar as embalagens, etc.
- Envie as encomendas até o dia 27 de Abril (segunda-feira) para que o cliente receba a tempo.

Esteja com os seus clientes! Como sempre esteve, mas agora, em novos meios.

Check List: Dia da Mãe

- Verifique a melhor opção de envio, busque soluções que garantam acompanhamento do envio e seguros relacionados a extravios.
- Confirme com o cliente o endereço e para quem será entregue, afinal, pode ser que o cliente compre para entregar em outro endereço e em nome de outra pessoa que não aquela que efetivou a compra.
- Assim que fizer o envio, informe o cliente o número de rastreio e ele se sentirá mais seguro.
- Se for uma opção para si, pense em um sistema de "Take Away", disponibilize um dia e horários para que os clientes possam levantar as prendas, tome todos os cuidados necessários recomendados pela DGS e outras autoridades.

Esteja com os seus clientes! Como sempre esteve, mas agora, em novos meios.

Na prática: Dia da Mãe

EXEMPLO DE AÇÃO / MENSAGEM

☆☆ Nós enviamos a prenda da sua Mãe. Para te ajudar, selecionamos 10 joias lindas de XX€ a YY€. Envie-nos uma mensagem, ou se preferir entre em contacto pelo nosso telefone ☎ 999123456 e te ajudamos a tornar essa data especial.♥ #diadamae #joias #datasespeciais #prendas #stayhome.



IMPORTANTE: O Instagram e Facebook têm um limite de texto que é exibido sem que a pessoa precise carregar para ler a mensagem toda, então escreva no início algo que para atrair a atenção.

Para quem tem *ecommerce* não vale a pena colocar a ligação na publicação, exemplo: www.lojateste.pt pois não tem como carregar para o site.

Esteja com os seus clientes! Como sempre esteve, mas agora, em novos meios.

Oportunidades

Caso publique um produto nas Redes, que faz lembrar de determinada cliente, envie para ela uma mensagem através do Messenger (Facebook) ou Direct (Instagram), diga que lembrou dela!
"Olá Ana, espero que você e os seus estejam bem. Viu a nossa última publicação no Facebook? É um colar XPTO e na hora **lembramos de si**. Se precisar de alguma coisa, estamos aqui."

Para quem tem uma base de dados, verifique os aniversários, ligue para os clientes, o momento é delicado, todos já sabem e sentem isso, então **uma mensagem boa é sempre bem-vinda**.

Publique Datas Especiais nas suas Redes Sociais, mas **para clientes mais próximos, vale sim fazer uma chamada ou enviar uma mensagem mais pessoal**.

Esteja com os seus clientes! Como sempre esteve, mas agora, em novos meios.



Esteja junto do seu cliente! Em muitos casos isso significa pegar o telefone e fazer uma chamada.

É importante mantermos-nos ativos para sermos lembrados hoje e sempre.

Paulo Faustino e Regina Santana, 31/03/2020

Esteja com os seus clientes! Como sempre esteve, mas agora, em novos meios.

O que vimos até aqui...

- Esteja online, mantenha-se ativo nas suas Redes Sociais, compartilhe conteúdo que envolva o seu público;
- É a vez do comércio online, temos de nos adaptar a essa nova realidade, que é possível para todos;
- Leve o bom atendimento da sua loja física para o digital, faça com que o seu cliente tenha uma boa experiência com a sua marca também no ambiente online, esteja próximo, seja lembrado hoje e sempre!



Esteja com os seus clientes! Como sempre esteve, mas agora, em novos meios.

Obrigada

Esperamos que esse material possa contribuir com o seu negócio.
Envie-nos uma mensagem através dos nossos canais de contacto com a sua opinião.
Estamos juntos.



+351 932 642 514

+351 967 948 767



@PedrasRiscas



/PedrasRiscasOnline

Esteja com os seus clientes! Como sempre esteve, mas agora, em novos meios.

pedras
riscas
watches & jewels