

Priscila Marocco

É VISUAL MERCHANDISER, VITRINISTA E ESTRATEGISTA DE VAREJO. GRADUANDA EM DESIGN DE MODA, TEM 17 ANOS DE EXPERIÊNCIA E ATUA COMO DIRETORA CRIATIVA NA 220V VISUAL MERCHANDISING E CONSULTORIA.

contato@agencia220v.com.br



Transforme clientes em fãs

Uma estratégia eficaz para fidelizar clientes, torná-los fãs da sua marca e ainda deixá-los satisfeitos é o overdelivery. O conceito se resume a entregar sempre mais do que o seu cliente espera de você e da sua loja. Significa ir além, surpreender, encantar um pouco mais, gerar uma experiência impactante a ponto de ele se apaixonar pelo conceito do seu negócio.

No caso do varejo de calçados, é possível praticar o overdelivery de diversas formas. O primeiro passo é entender quem é o seu cliente, do que ele gosta e como se comporta. Depois, é hora de colocar a teoria em prática. Confira a seguir cinco dicas valiosas.

1 Aposte em **embalagens** diferentes, com relevo, aveludadas, ou que virem objeto de decoração, por exemplo. Elas causam um bom impacto no cliente.

2 Use um **aroma** específico dentro da loja e aplique no papel das embalagens que acompanham os produtos. Marketing sensorial costuma ser muito assertivo.

4 Um **recado** delicado ou bilhete carinhoso escrito especialmente para aquele cliente demonstra cuidado e faz toda a diferença.

3 Crie mini frascos, sabonetes ou velas aromatizantes com a mesma fragrância e **presenteie** os clientes para que possam usar o cheirinho em casa.

5 Ofereça alguma **vantagem** não esperada, como um bônus por ter comprado determinados pares de sapatos ou por ser um consumidor frequente da loja, por exemplo. Um voucher com desconto também é atrativo, pois convida para uma próxima compra.



O QUE EVITAR

Além de transformar clientes em fãs, é preciso ter um cuidado extra com quem procura a sua loja. Algumas práticas podem, inclusive, fazer um potencial cliente desistir da compra. Cuidado com a poluição visual: peças arrumadas de maneira confusa, produtos amontoados e falta de lógica na disposição dos itens devem ser evitados. Outro ponto a ser observado diz respeito ao atendimento. Ignorar quem chega ao estabelecimento e falta de postura do vendedor (sendo muito invasivo, por exemplo) costumam espantar os clientes.

Também fique de olho em como está a sua comunicação digital. Procure responder a todos os comentários nas redes sociais, dê a atenção necessária a quem está lhe questionando e evite uma prática que incomoda a todos: o “preço inbox”.