

8 formas de aumentar as vendas ou subscrições sem perder dinheiro

Reduzir os preços pode ser uma das formas mais rápidas e, eventualmente, mais eficazes de atrair clientes e concretizar negócios. Actualmente, a publicidade com "Descontos", "Saldos" ou "Promoções", provavelmente a mais comum de se ver, online e offline. Mas certamente não é a única! Por outro lado, a redução de preços também pode causar problemas mais ou menos graves, pois o impacto negativo nos seus lucros igualmente rápido.

Situações de ambiente muito competitivo, podem levar a descontos ou reduções sucessivas, que acabam por lhe reduzir sucessivamente a margem de lucro.

Nos dias de hoje, o Consumidor gosta de comprar produtos ou serviços que estejam em "Saldos" ou em "Promoções", por isso, aqui ficam algumas sugestões que pode aproveitar para poder fazer uma acção de "Promoções" sem reduzir os preços, e consequentemente, a sua margem de lucro.

1 - Novo

Ao longo do tempo, a palavra "Novo" ou "Novidade" tem provado ser uma das palavras com mais força na publicidade em geral. Principalmente quando estamos a lidar com produtos sazonais ou de "modas", a utilização destes termos em títulos, cabeçalhos ou chamadas de atenção, consegue atrair a atenção dos consumidores de forma surpreendente.

O "truque" está em conseguir algo que os seus clientes vejam como novidade, ou diferente. Isso pode ser ou não radicalmente diferente da sua oferta "normal" - poder ser uma nova funcionalidade, novas cores, um novo serviço ou uma oferta realmente diferente.

2 - À Troca

O sistema de apresentar algo, com a condição de receber algo em troca, tem resultado bastante bem, especialmente em alguns ramos, como o automóvel e as comunicações, mas podem muito bem ser aplicadas a outros ramos de negócios.

Muito embora, este sistema tenha maior aplicabilidade a negócios físicos (não tanto a negócios online), pode ser muito eficiente.

O que fazer com os produtos que recebeu em troca? Existem produtos que podem ser vendidos a empresas de reciclagem, gerando também algum lucro, ou pode, simplesmente, doá-los e ajudar uma instituição de caridade. Pode até doá-los fora se não tiverem qualquer utilidade - não é realmente importante - a ideia é gerar vendas com um lucro superior ao das vendas com descontos convencionais.

3 - Compre 1, Leve 2

Um sistema de todos conhecido, principalmente ao nível do retalho e em grande superfícies, deve ser utilizado com alguma cautela, de forma, a não se transformar em redução de preços (e lucros). Este tipo de acção, permite-lhe muitas vezes vender produtos a preços mais altos que o preço que o produto teria se tivesse um desconto.

A maior parte dos consumidores não tem a percepção de comprar 2 produtos. Eles pensam que compraram um ao preço normal e que você, generosamente, lhe ofereceu o outro.

Existem algumas variações que pode aproveitar para escolher o que melhor se aplica ao seu negócio: "Compre 1, Leve Outro por 1 Centavo", "Compre 1, Leve Outro por Metade do Preço", etc.

4 - Compre 1 e Leve "outra coisa"

A palavra "Gratuito" é outra palavra com uma conotação forte em publicidade.

Neste caso é, assim, importante o que é oferecido aos seus clientes, desde que seja algo que esteja dentro do contexto, ou algo que o seu público alvo valorize.

Este método tem a vantagem de resultar muito bem, tanto online, como offline.

Ao associar uma oferta, certifique-se que é algo que o cliente vai querer!

Por exemplo: ofereça 5 panos da loja, se ele está a comprar um aspirador... Ofereça antes 5 pacotes de sacos para o aspirador. Esta seria certamente uma oferta que o cliente estaria interessado.

5 - Celebridades

As lojas de livros utilizam muitas vezes as celebridades para promoverem artigos que têm a ver com a venda. Este método funciona muito bem, e, ao contrário do que possa pensar, não requer algum das revistas ou da televisão. Muitas vezes basta

alguma da sua zona ou até um representante do seu fornecedor pode ser transformado numa celebridade. O truque está em conciliar 2 aspectos; 1- quem acha que tem potencial para atrair pessoas para o seu negócio; e 2 - quem acha que vai querer a publicidade gratuita.

6 - Facilidades de Pagamento

As facilidades de pagamento, principalmente em alturas de crise, podem ter um papel fundamental no desempenho das suas vendas. É bastante comum, as pessoas recorrerem ao crédito como forma de comprarem hoje algo que, noutras circunstâncias não poderiam comprar nos meses seguintes ou mais tarde. As lojas da "Rede Popular", por exemplo, têm uma secção na própria loja mas separada, em que fazem os créditos para os clientes que aderiram à compra a crédito. Disponibilizar várias soluções de pagamento, é uma forma de conseguir cativar, no momento, o cliente que está disposto a comprar.

7 - Como Usar

Ensine e ajude os seus clientes a usar o seu produto ou serviço da forma mais benéfica para eles. Pode fazê-lo das mais diversas formas, através de workshops, manuais ou flyers, vídeos, etc. Ao ajudar o seu cliente, ele vai sentir que tem o seu apoio e vai valorizar esse aspecto, pois ele percebe que você não está apenas a impingir-lhe algo, mas sim a ajudá-lo a ultrapassar uma dificuldade ou resolver um problema.

Esta empatia tem tanto poder, que pode fazer com que o cliente lhe compre um produto a si, quando você não tem o produto mais caro que a concorrência.

8 - Benefícios

Destaque aos benefícios do seu produto, em detrimento do seu preço.

Exemplo: Se estiver a vender aspiradores de baixo consumo, mas que por isso, custam 500, quando os "normais" custam 250, faça as contas para o seu cliente. Não enfase ao preço, mas sim ao facto de, em 12 meses ele já ter recuperado em consumos de energia os 250 que pagou a mais na altura, e que a partir daí, ele vai poupar 250 por ano!

Sobre o Autor

João Rodrigues, Marketeer activo com vastos conhecimentos de Internet, gere vários sites em Português, entre eles, o [Directório de Sites BuscaPT](#) e o provider de [Alojamento Web CentroPT](#).