

E-Book

DATAS COMEMORATIVAS

Uma Estratégia de Comunicação
e Fidelização com Cliente





Índice

1. Introdução
2. Planeje suas Campanhas
3. Entenda o seu Público para escolher a melhor abordagem
4. Use as datas comemorativas para divulgação
5. Utilizar as datas comemorativas no relacionamento com o cliente
6. Não se descuide do Atendimento
7. Ofereça Benefícios diferenciados
8. Utilize Redes Sociais

1.Introdução

O nosso calendário está repleto de datas comemorativas e cada uma delas é uma oportunidade de vender mais e fidelizar clientes.

As datas comemorativas impulsionam o comércio físico e virtual e garantem picos de consumo durante o ano. Até aí, nenhuma novidade. A dificuldade está em se diferenciar da concorrência para atrair os clientes, já que praticamente todas as lojas realizam campanhas específicas para aproveitar a sazonalidade.

O marketing digital atrelado ao marketing de oportunidade voltado para as datas comemorativas é uma forma de unir o útil ao agradável, ou seja, é aproveitar o momento em que as pessoas pensam em determinado assunto para mostrar que seu produto/serviço apresenta a solução ou a promoção certa para o momento.

Você já observou como os shoppings lotam nos feriados, como as empresas procuram constantemente por funcionários temporários e em como a economia aquece em certas épocas do ano?

Esses são algumas das principais vantagens das datas comemorativas: as pessoas e empresas esperam por esses momentos, elas se preparam para eles.

A maioria dos consumidores já estão predispostos a investir nas datas comemorativas. Desde que as empresas saibam utilizar o marketing ao seu favor, datas comemorativas como o dias das mães, natal, páscoa, são as datas em que as empresas mais têm a ganhar.

Essas datas envolvem alegria, família, presentes e auto realização e, acredite: tanto negócios físicos, quanto vendas online e prestação de serviços podem encontrar uma estratégia de marketing para obter sucesso.

De acordo com a CDL (Câmara de Dirigentes Lojistas), as cinco datas comemorativas mais importantes, no Brasil, são: Natal, Dia das Mães, Dia dos Namorados, Dia dos

Pais e Dia das Crianças. Mas outras datas como Páscoa ou o já popular Black Friday também impulsionam muito o mercado de alguns nichos específicos.

Para que os empresas consigam aproveitar as datas comemorativas sem perder o foco do negócio, é preciso estar atento à algumas dicas. Além de adaptar as campanhas de divulgação, vale a pena focar em alguns outros pontos.

Se tanto o mercado de vendas de produtos, quanto de serviços aquecem consideravelmente nas datas comemorativas, obviamente uma empresa que esija, usufruir do que essas datas têm a oferecer para o crescimento das vendas, precisam de um bom marketing.

É exatamente a capacidade da empresa de se posicionar de forma correta e para o seu público certo, que faz com que ela aproveite ou não o potencial das datas comemorativas.

A questão é que, apenas a criação de uma promoção qualquer não representa o atrativo suficiente para você alcançar o objetivo de aparecer e vender mais. É preciso entender o mercado, nesse caso, como o público vê a data e o que ela representa para o mercado atual. Assim desenvolver as ações de marketing de acordo com o momento.

Traçar uma estratégia de marketing corretamente envolve pesquisa, planejamento e desenvolvimento criterioso por parte da sua empresa. Além de oferecer uma promoção, produto ou serviço específico, o seu público-alvo precisa conhecer a sua campanha e sua empresa precisa chegar até eles.

Com ajuda deste E-book que a Comtele elaborou, você conseguirá montar um bom planejamento e execução para estas datas como uso do SMS e E-mail Marketing.



2. Planeje suas Campanhas

Sem planejamento, dificilmente você conseguirá colocar em prática uma campanha que seja efetiva e que se mostre capaz de potencializar os recursos investidos. Isso acontece porque não basta conhecer as datas comemorativas, é necessário descobrir quando as pessoas começam a pesquisar pelos produtos.

Um bom planejamento pode fazer toda a diferença em suas campanhas de marketing. Procure criar campanhas inovadoras e explore os pontos mais relevantes das datas comemorativas.

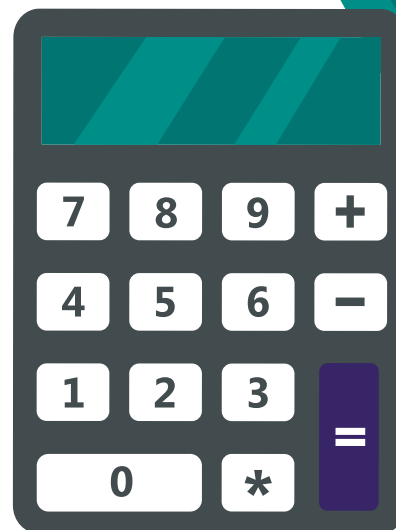
Traçar uma estratégia de marketing corretamente envolve pesquisa, planejamento e desenvolvimento criterioso por parte da sua empresa. Além de oferecer uma promoção, produto ou serviço específico, o seu público-alvo precisa conhecer a sua campanha e sua empresa precisa chegar até eles.

Crie produtos ou embalagens personalizados e exclusivos para cada data. Torne-a especial para o cliente, aguace sua vontade de comprar. Prepare o seu cliente com antecedência.

Mostre ao seu cliente que você planejou algo especial para aquela ocasião, faça-o saber que você possui o produto ou serviço que ele

procura. O contato pode ser feito via SMS, por E-mail Marketing, via rede social, da forma que desejar.

As datas comemorativas movimentam o mercado e aumentam a lucratividade, portanto, não deixe de explorar novas opções de divulgação e faça campanhas interativas via SMS por exemplo, pois tais campanhas conectam o seu cliente direto com sua empresa.



3. Entenda o seu Público

para escolher a melhor abordagem

Toda empresa tem um público alvo, que pode ou não ser bem diversificado. O público-alvo está relacionado ao produto que sua empresa comercializa ou aos serviços que ela presta. Não somente a isso, mas está relacionado também a critérios como a região em que sua empresa está localizada.

A determinação adequada do público-alvo envolve uma série de informações, como comportamento de compra, hábitos de consumo, preferências, dados demográficos e socioeconômicos, poder aquisitivo e outras coisas.

Quanto maior o número de informações reunidas sobre ele, melhores serão as chances de manter um relacionamento produtivo entre sua empresa e o seu cliente.

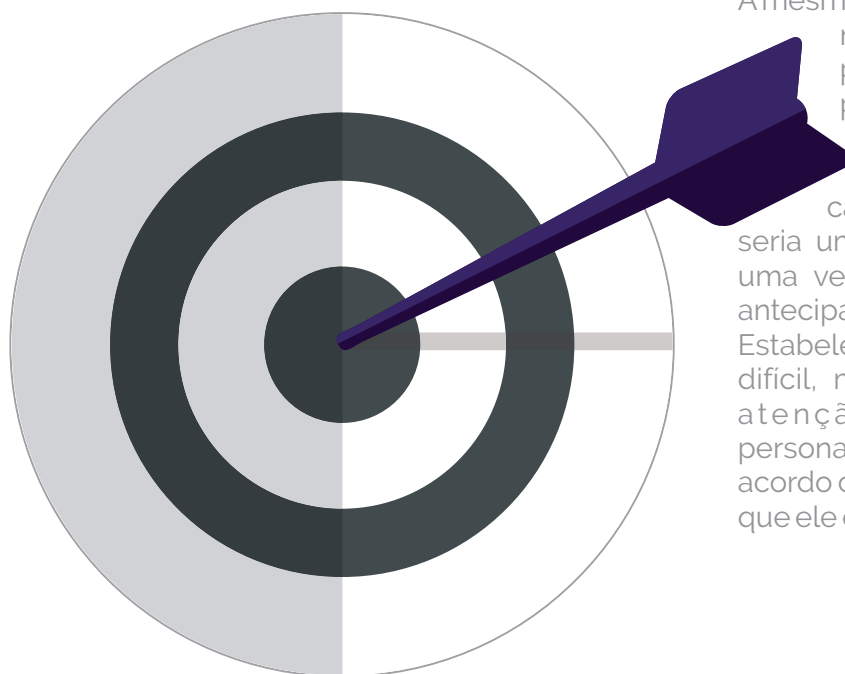
O ideal, é focar em no nicho de cliente que mais irá se identificar com a data comemorativa que sua campanha será direcionada. À medida que seu negócio for desenvolvendo, será possível ir ampliando seus horizontes e diversificando as abordagens. Tudo de forma gradual, organizada e controlada.

Como exemplo de nichos, existem, por exemplo, o público feminino (produtos ou serviços direcionados exclusivamente às mulheres, como determinados produtos de beleza).

Outro nicho é o público infantil, que consome doces, brinquedos, produtos educativos, jogos específicos.

Outro nicho seria o de animais, caso dos pet shops que tanto vendem produtos quanto podem atender casos de doenças.

Já não basta apenas conhecer as datas especiais: o desafio é descobrir quando os consumidores começam a procurar pelos produtos, a fim de encontrar o momento ideal para colocar em prática as estratégias de vendas e de marketing.



Para aproveitar melhor as datas comemorativas, é preciso compreender bem qual é o seu modelo de negócio. Entenda qual é o ciclo de vida do seu produto e a quem ele se destina. Por exemplo: uma loja de shopping faz campanha de moda praia um pouco antes e durante o verão. Já o fornecedor atacadista de moda praia precisa começar a sua divulgação antes mesmo do inverno.

A mesma lógica se aplica aos empreendedores no mundo virtual. O seu produto ensina pessoas a fazer ovos de Páscoa? Então possivelmente você precisa começar a se comunicar com seus compradores ainda em janeiro ou fevereiro. Começar as campanhas durante a própria Páscoa não seria uma boa ideia. Por isso, reforçamos mais uma vez a importância do planejamento para antecipar as suas campanhas.

Estabelecer um diferencial pode ser uma tarefa difícil, mas é possível simplificá-la ao focar a atenção no público-alvo da empresa, personalizando a estratégia de comunicação de acordo com as datas comemorativas e os eventos que ele costuma acompanhar e celebrar.

4. Use as datas comemorativas para divulgação

Não há ação de marketing que sobreviva sem a divulgação adequada e promover as ações comemorativas ajudará a alcançar mais clientes e repercussão.

As opções para isto são inúmeras, e devem ser usadas de acordo com o seu público-alvo: consumidores mais conservadores são alcançados mais facilmente via SMS ou E-mails Marketing disparados periodicamente, enquanto o público mais jovem é atingido por campanhas em redes sociais como facebook, Instagram ou Twitter, por exemplo.

Sua empresa não precisa apenas se prender as datas comemorativas nacionais, pode utilizar também as datas internacionais, para impulsionar suas vendas e sua divulgação.

Quando o produto possui relação com o mercado internacional ou já foi traduzido para outros idiomas, é importante aproveitar as datas comemorativas de outros países. O calendário festivo varia muito ao redor do mundo e, com isso, a sua empresa pode explorar novas oportunidades de vendas.

A lista de datas especiais varia de acordo com a cultura de cada país, mas algumas são celebradas mundialmente

:

- ✘ **Dia dos Namorados**
- ✘ **Dia da Mulher**
- ✘ **Dia da Mentira**
- ✘ **Páscoa**
- ✘ **Dia das Mães**
- ✘ **Dia do Amigo**
- ✘ **Dia dos Pais**
- ✘ **Dia dos Professores**
- ✘ **Halloween – Dia das Bruxas**
- ✘ **Natal**

A forma mais simples de explorar as datas comemorativas no seu negócio é adaptar as campanhas de divulgação. Para que consiga realizar isto, Comtele lista algumas dicas na utilização do uso do SMS e do E-mail Marketing que são:



5. Utilizar as datas comemorativas no relacionamento com o cliente

Como as ferramentas de envio de SMS e E-mail Marketing da Comtele possuem a função de personalizar o envio, você conseguirá desenvolver uma campanha na qual o cliente irá se sentir único e exclusivo, o que fará com, que ele se aproximara do seu produto/empresa.

A empresa que possui lista de e-mail e contatos pode aproveitar algumas datas comemorativas para entrar em contato com seus leads. Durante estes contatos, não é preciso divulgar um produto, obrigatoriamente. A comunicação pode ser apenas uma forma carinhosa de manter a lista de leads aquecida, desejando feliz Natal ou feliz ano novo, por exemplo. É importante lembrar que realizar ações de envio SMS ou E-mail Marketing com o objetivo exclusivo de vendas pode criar uma rejeição nos seus contatos. Por isso, sempre ofereça conteúdo gratuito e de valor aos seus leads.



6. Não se descuide do Atendimento

Bom atendimento sempre agrega valor ao negócio. Não adianta caminhar até aqui e pisar na bola na hora da entrega ou de responder dúvidas e perguntas que chegaram nos canais online de sua empresa.

Com a alta competitividade do mercado, a variedade imensa de ofertas de serviços e a crescente guerra de preços, como despertar a atenção e preferência do seu cliente?

O atendimento é a solução! Os colaboradores carregam grande parcela da responsabilidade no sucesso de todo e qualquer negócio, uma vez que representam a imagem e conduta da empresa, principalmente aqueles que mantêm contato direto e interagem com o cliente.

Um atendimento de excelência conquista, fideliza e retém clientes. Em alguns o atendimento pode até mesmo fazer com que o cliente se torne fiel/fã da marca, como é o caso da Apple, Disney, e outras grandes referências mundiais.

Para atingir o nível de excelência contínua das equipes de forma permanente, é preciso disseminar uma cultura organizacional em que todos compreendam a importância do atendimento e compartilhem verdadeiramente a mesma filosofia, naturalmente se sentindo motivados a entregar um atendimento diferenciado a seus clientes.

Com o grande número de opções no mercado, o que faz com que o cliente opte por uma empresa ou outra é a sua experiência com a mesma. Quanto mais ele se sentir importante, mais preferência dará à marca.

Necessário a empresa conhecer o seu cliente, pois é preciso entender seu comportamento como um todo, compreendendo hábitos, costumes, gostos, entre outros aspectos que permitem entender seu potencial de compra.

Fique atento à imagem que você atribui a sua empresa/negócio com atendimento que fornece a ele.



7. Ofereça Benefícios diferenciados

Somar forças é fazer a diferença. O empreendedor que percebe isso encontra benefícios para ele e para seu cliente.

Auxílio mútuo aumenta as chances de fidelização, reduzem custos em marketing e cria novas ideias e oportunidades.

Mostre para seu cliente que ele está recebendo uma vantagem como recompensa pela fidelidade. Ao oferecer um desconto ou um brinde, por exemplo, deixe claro que ele é especial e você está concedendo um presente em forma de agradecimento, isso gera estímulo para ele comprar mais e obter outros benefícios, além de criar empatia pelo seu gesto.

Para cativar seus clientes e superar a concorrência, é preciso oferecer benefícios. Considere, por exemplo, bancar o valor do frete a partir de um determinado valor, estimular vendas de mais de um produto e criar promoções temáticas. Uma ótima maneira de celebrar as datas comemorativas é presenteando as pessoas. Afinal, durante a maior parte dos feriados e datas especiais, as pessoas estão presenteando umas às outras. Promoções e sorteios aumentam o engajamento e alcance das suas campanhas. A empresa pode incorporar essa estratégia ao seu negócio.



8. Utilize Redes Sociais

Não é novidade dizer que as redes sociais promoveram grandes mudanças no relacionamento cliente x empresa. A oportunidade de falar diretamente com quem consome o produto ou serviço e, entre outras coisas, a de dar ao público um retorno imediato tornou tais canais indispensáveis para quem tem como grande meta crescer no mercado e firmar-se nele.

As redes sociais, que são poderosas ferramentas de marketing de relacionamento, tornaram-se um meio propício para que marcas apresentem suas propostas, exaltem suas vantagens, explorem todo seu potencial criativo para conquistar o cliente mais exigente e, sobretudo, testem a capacidade que têm de lidar com reclamações. É lá onde as pessoas mais falam de seus descontentamentos, visto que esse tipo de atitude, dada a exposição, acelera possíveis correções a fim da garantir a tão desejada satisfação do cliente.

Atualmente é indispensável que uma empresa tenha uma presença online e pratique seu marketing em redes sociais. Porém, é importante reforçar que não basta estar em todas as redes e não utilizá-las de maneira correta.

Já não é suficiente publicar por aí sobre o que você quer falar — seus produtos ou serviços — e sim sobre o que seu público-alvo quer ler. Se alguém está em sua página ou canal, essa pessoa tem expectativas com relação ao conteúdo que irá encontrar ali.

Nas redes sociais, também é importante ter uma identidade e manter uma constância na forma de falar, de modo que o conteúdo tenha “a cara” da marca e os seguidores imediatamente percebam quem está falando.rápida.

.Defina em quais redes sociais faz sentido o seu negócio estar presente. Algumas redes sociais, como o Facebook, por sua abrangência de públicos, exige que boa parte das empresas, independentemente do tipo de negócio, esteja presente.

O Instagram também é uma rede que vem apresentando considerável crescimento. Por ser uma rede mais visual aproveite para fazer muitas fotos

Incentive os seus clientes a se fotografarem usando os produtos e publiquem com alguma hashtag própria.

O Twitter virou parte do dia a dia do internauta brasileiro, hoje é raro um site ou blog que não tenha o botão “siga-nos no Twitter”, a ferramenta se popularizou. As grandes empresas perceberam o potencial de interação com cliente, pois uma empresa pode, por meio da geolocalização, saber quais clientes estão próximos a suas lojas para oferecer promoções, por exemplo. Sua empresa consegue ainda, via Twitter, medir o engajamento de consumidores com o perfil corporativo, pois existe um painel de controle, que permite agendar Tweets e configurar mensagens automáticas e customizadas de boas-vindas.

No fim, o que vale é descobrir onde o seu público está. E muitas vezes a única forma de descobrir isso é testando. Você não vai sair perdendo se criar um perfil em uma rede social e descobrir que o seu nicho de negócio não está lá. Além do aprendizado, as chances de você encontrar o seu cliente lá e conseguir trazer alguns bons resultados para sua empresa são muito maiores

É imprescindível que suas redes sociais sejam atualizadas com frequência, para garantir que seu público não desista de te acompanhar. Não é fácil produzir conteúdo de qualidade todos os dias, por i produzir conteúdo de qualidade todos os dias, por isso é interessante utilizar algumas estratégias para continuar interagindo com seus seguidores e também conhecê-los melhor.

É muito importante manter um calendário de publicações para que isso não se perca com o tempo. No começo pode ser difícil quando ainda não há disponível um arsenal de conteúdos para publicar. Porém, conforme a sua estratégia de marketing virtual for evoluindo, você terá muito mais conteúdos para as suas redes sociais.

Segue algumas sugestões que não não faltar conteúdo na utilização das Redes Sociais:

·Faça perguntas: Perguntar sobre a preferência do público por determinado assunto ou até mesmo

questionar o que mais ele gostaria de ver em sua página é uma forma de gerar interação e engajamento, além de conseguir um direcionamento e ideias para publicações futuras

·Responda comentários: Além de demonstrar cordialidade, sua resposta pode servir para esclarecer dúvidas e incentivar que outros seguidores entrem em contato, o que irá ampliar a interação. Mostrar que há alguém por trás da tela prestando atenção em tudo que é falado em sua página servirá para melhorar o relacionamento entre o público e a empresa. As pessoas gostam de saber que estão sendo “ouvidas”, por isso não deixe comentários sem respostas.

Para finalizar podemos dizer que, se tanto o mercado de vendas de produtos, quanto de serviços aquecem consideravelmente nas datas comemorativas, obviamente uma empresa que deseja deixar usufruir do que essas datas têm a oferecer para o crescimento das vendas precisam de um bom marketing.

É exatamente a capacidade da empresa de se posicionar de forma correta e para o seu público certo, que faz com que ela aproveite ou não o potencial das datas comemorativas.

A questão é que, apenas a criação de uma promoção qualquer não representa o atrativo suficiente para você alcançar o objetivo de aparecer e vender mais. É preciso entender o mercado, nesse caso, como o público vê a data e o que ela representa para o mercado atual.

Assim desenvolver as ações de marketing de acordo com o momento.

E em todas estas etapas a Comtele ajuda você, fornecendo as melhores ferramentas de comunicação, de uma forma personalizada e rápida.



6. A Empresa

A Comtele é uma empresa especializada em marketing virtual e está no mercado há mais de nove anos e os principais serviços oferecidos são:



SMS



E-MAIL MARKETING



TORPEDO DE VOZ

Temos como foco principal criar novas soluções de comunicação para que os nossos clientes consigam sempre transmitir a melhor mensagem aos seus consumidores através da conexão entre os mundos online e offline.

comtele.com.br



/Comtele.mktvirtual



(16)98130-4898



atendimento.mltcorp

COMTELE
A MESSAGING COMPANY