

Felicidade nos Negócios - Como manter um relacionamento sério com o seu cliente

Concentrar todos os esforços na busca de novos consumidores pode ser tentador. Mas são os seus atuais clientes que vão manter o seu negócio prosperando.

Segundo um artigo publicado no site da revista americana Entrepreneur, o segredo para manter um cliente ativo é manter uma política efetiva de comunicação com ele. "Um follow-up efetivo começa imediatamente depois da venda, quando você entra em contato com o cliente para dizer obrigado e descobrir se ele ou ela ficou satisfeito com o seu produto ou serviço", afirma o texto.

Follow-up é uma expressão em inglês que significa acompanhar ou fazer o acompanhamento. Quando alguém realiza um follow-up, significa que está fazendo uma avaliação de algo que já foi feito, para obter uma resposta. O termo, muito usado no meio empresarial também deve fazer parte do vocabulário da sua empresa, não importando o tamanho ou o segmento que você atua.

Segundo o Sebrae, manter um cliente custa cinco vezes menos do que conquistar um novo.

Um cliente se torna fiel de maneira relativamente simples: quando



ele percebe que suas necessidades são sempre satisfeitas e atendidas com qualidade superior à oferecida pela concorrência. Essa qualidade é percebida tanto nos próprios produtos, nos serviços e no atendimento, como no ambiente físico e na imagem do estabelecimento. Ou seja, tudo com que o cliente tem contato dentro da loja.

Ainda falando em quantidade, já ficou comprovado que as experiências ruins (produtos que não satisfazem, atendimento inadequado, serviços mal prestados) são divulgadas 12 vezes mais do que as boas experiências. É isso mesmo: Um cliente não satisfeito bota a boca no mundo!

É por essa e por outras que convém se dedicar em fazer com que o momento da compra seja uma experiência agradável para o cliente, desde a sua chegada até o pós-venda, quando ele deve ser estimulado a voltar à loja.

E como fazer deste namoro um relacionamento duradouro? Há algumas maneiras efetivas de fazer um follow-up que garanta que o seu negócio esteja sempre presente na mente do cliente.

- Deixe os seus consumidores bem informados sobre aquilo que você está fazendo para eles. Isso pode ser feito na forma de uma newsletter enviada aos clientes atuais ou pode ser mais informal, como uma

ligação telefônica. Não importa o método que você use, a chave é indicar para eles os excelentes serviços que você está oferecendo. Se você nunca fizer isso, eles poderão nunca notar.

Para os clientes de longa data, que tal escrever algo pessoalmente? "Eu estava sentado aqui na minha mesa e me lembrei do seu nome. Continua viajando muito? Chegaram novos modelos de malas que podem ser ideais para você."

Mantenha o tom pessoal na comunicação. Mensagens de voz e e-mails facilitam o contato, mas o toque pessoal se perde. Se você está tendo dificuldades para entrar em contato, deixe uma mensagem informando que quer falar pessoalmente ou que irá passar no escritório para um café quando houver um tempo na agenda.

Lembre-se de ocasiões especiais. Mande regularmente cartões de aniversário, de boas festas etc. Presentes também são uma ótima forma de fazer follow-up. Você não precisa gastar uma fortuna para demonstrar o quanto se importa. Use a sua criatividade para inventar presentes que têm relação com o seu negócio ou com o negócio do seu cliente.

CERTIFICADO DIGITAL - Adquira conosco. Ligue: 4784-9022



COMPRAR OS PRODUTOS MAIS VENDIDOS COM VALOR REDUZIDO



RENOVAR O CERTIFICADO DIGITAL COM CUSTO REDUZIDO



REALIZAR O PAGAMENTO ATRAVÉS DE NOVAS BANDEIRAS DE CARTÃO DE CRÉDITO/DÉBITO E TRANSFERÊNCIA BANCÁRIA



EFETUAR PAGAMENTO EM CARTÃO DE CRÉDITO COM PREÇOS REDUZIDOS



DESCONTOS ESPECIAIS PARA ASSOCIADOS

O que você deve "fazer agora" para que sua empresa viva mais do que você?

Tenho visto nos últimos tempos muitos fundadores, donos de empresas familiares, deixarem passar a hora certa de promover melhorias decisivas na gestão do seu negócio. Vejo, também, que falham ao não incluírem a gestão da família nas suas preocupações.

Creio que isso acontece por que eles se acostumaram, desde o início, a tocar tudo sozinho e quase sempre com acerto. Por isso, se acomodam e vão prejudicando o desempenho da empresa até chegar o momento em que perdem o controle estratégico da organização.

Como consequência dessa omissão ocorrem dois fenômenos inevitáveis:

O mercado mostra não haver espaço para empresas despreparadas. Os consumidores se encarregam de eliminar as empresas que não evoluíram.

A ausência de pactos e regras de conduta entre os familiares influenciam prejudicialmente a gestão do negócio.

É preciso, portanto, adotar um



modelo de gestão compatível com o estágio de amadurecimento em que a empresa familiar se encontra. Aceitar o fato de que quanto mais a empresa cresce, menos o fundador consegue controlar sozinho as complexas e diversas atividades. A saída é profissionalizar a gestão.

O fundador precisa entender que para que a sua obra seja maior do que ele próprio é preciso planejar, agora, as condições ideais para a continuidade e a perpetuação da empresa. Assim ele deve:

Tratar em fóruns distintos, separadamente, os assuntos da empresa e os assuntos da família. E, lembrar que o patrimônio é a base de sus-

tentação de ambos.

Alinhar os comportamentos dos familiares à nova visão do negócio e da família.

Evitar o loteamento de cargos aos parentes.

Qualificar todos os familiares para exercerem adequadamente seus papéis na organização. Tanto os que trabalham nela quanto os que não trabalham. Definir os direitos e os deveres de cada membro.

Mostrar a diferença entre ser herdeiro e ser gestor.

Não permitir que a folha de pagamento da empresa aumente com a contratação desnecessária de familiares.

Administrar os conflitos entre ge-

rações de modo que seja somada a experiência dos mais velhos com a ambição dos mais jovens.

Praticar conceitos de Governança para aumentar a transparência e a eficiência na gestão.

Para que sua empresa ultrapasse gerações e se perpetue como um legado aos seus familiares, proporcionando frutos duradouros a todos, você precisa planejar e testar uma adequada distribuição do poder.

Planeje a sucessão enquanto você está no comando dos negócios.

Equilibre, conforme a maturidade do negócio, uma distribuição da riqueza que considere o adequado sustento da família sem sacrificar o crescimento da empresa.

Escreva, desde já, um plano de transição para ir sendo aplicado ao longo dos anos, na medida em que a empresa vai evoluindo e exigindo mudanças.

Respeite o projeto de vida individual de cada familiar.

Desenhe o seu projeto de vida para os anos futuros, depois de sair da gestão do seu negócio.

Luiz di Petta

Fone atendimento ACIA:
4784-9022

SOMENTE em casos de falha ligue: 4712-4022

Como usar as redes sociais a favor do seu comércio

Hoje em dia, os consumidores estão cada vez mais atuantes na rede. Seguindo uma tendência global, antes de fechar uma compra em uma loja, os clientes já pesquisaram tudo na internet: preços, qualidade e, principalmente, a reputação do estabelecimento.

Não adianta gastar fortunas com propagandas na TV, por exemplo, se a empresa lidera as queixas no Reclame Aqui ou se é taxada negativamente nas redes sociais. É preciso ter em mente que o cliente desta década não se deixa influenciar apenas pela publicidade.

Pensando nisso, fizemos o artigo de hoje para você, lojista, que precisa de dicas para potencializar a sua presença nas redes sociais. Confira!

A importância das redes sociais

Todo lojista deve ter em mente que as redes sociais já são um canal sólido de comunicação com o seu cliente, não importa o tipo de produto que você venda, nem o tamanho do seu negócio. E o Brasil é referência no uso de redes sociais, perdendo apenas para os Estados Unidos.

Em pesquisa divulgada pelo Ibope em parceria com Youpix, apenas no ano passado, 92% dos acessos brasileiros na internet foi via redes sociais. Facebook, YouTube, Instagram e Twitter lideram o ranking de usuários por aqui, antes mesmo dos sites de notícias.

Conheça melhor a sua clientela

Para que uma loja consiga se destacar na concorrência, em primeiro lugar, ela deve conhecer muito bem os clientes. As redes sociais podem ser boas aliadas para esse fim, já que através delas é possível ter acesso a dados importantes sobre o comportamento dos consumidores do seu estabelecimento. Com esses perfis em mãos, fica mais fácil criar estratégias para atraí-los a sua loja, como promoções e eventos, por exemplo.

Fale diretamente com o seu cliente

Use as redes sociais para melhorar o relacionamento da sua loja com os seus clientes. Fale diretamente com eles nas redes sociais do seu comércio através de uma linguagem mais próxima e clara.

Atente-se para o fato de que, hoje em dia, as redes sociais, principalmente o Facebook e o Twitter, têm se tornado um canal de ouvidoria. Por isso, nunca deixe o seu cliente sem respostas. Entenda as suas críticas e se prontifique para resolver as demandas que surgirem nas redes sociais antes que o cliente recorra aos sites de reclamação. Não se esqueça de que cliente que reclama é porque quer voltar a comprar.

Engaje o seu público

Além de falar sobre os seus produtos ou serviços, você deve pensar em uma estratégia de engajamento com o seu público. Poste dicas e artigos sobre temas relacionados a sua área de vendas, assim você não será visto apenas como o “vendedor”, mas também como um comércio que ensina e diverte o seu público.

Crie um blog para essas postagens e use as redes sociais para disseminar esse material. Esse tipo de ação estreita os laços da sua loja com os clientes, já que eles terão acesso aos conteúdos que realmente os interessam e deixarão comentários e avaliações que serão disseminados pela



própria rede, ampliando o alcance do seu negócio.

Ofereça benefícios

As pessoas gostam de ser agradadas. Por isso, ofereça promoções, brindes e sorteios para os usuários das suas redes sociais. Os seus clientes ficarão motivados a interagir com o seu negócio e a compartilhar a sua marca para os seus amigos. Mas atenção: cumpra sempre o que prometer. Dessa forma, você vai conseguir atrair cada vez mais clientes para a sua loja, já que consumidor satisfeito volta e ainda faz indicações para o seu círculo pessoal.

E você, usa as redes sociais a favor do seu comércio? Como tem sido?

Delete e fale

Como superar a mania de se comunicar por texto

IDENTIFIQUE O PROBLEMA

Se perceber um descolamento da imagem que as pessoas fazem de você por e-mail e pessoalmente, pode ser um sinal de que você é mais extrovertido atrás das telas. Desconforto ao falar pessoalmente e ao telefone é outro indício.

TREINE EM SITUAÇÕES CONFORTÁVEIS

Comece a substituir o hábito de enviar mensagens pelo de fazer ligações

telefônicas. Exercite a dificuldade que você tem de conversar cara a cara em ambientes em que se sente mais confortável, como entre amigos.

FILTRE O NÍVEL DE URGÊNCIA DA DEMANDA

Opte por enviar mensagens em situações que não exigem urgência ou para assuntos delicados. Utilize o texto também como uma forma de registro do que foi combinado pessoalmente ou por telefone.

ESCREVA SEU PENSAMENTO

Uma maneira de conseguir assumir um controle maior das emoções é começar a escrever o que você está sentindo antes de conversar com alguém. Assim você organiza melhor suas ideias e treina o autocontrole.

SEJA CLARO E SINTÉTICO

Uma característica importante adquirida com a utilização de aplicativos de mensagens é a capacidade de ser pragmático e conseguir resumir as

informações. Aproveite essa aptidão para transmitir mensagens claras durante a fala.

USE A HABILIDADE DE ABSORVER IDEIAS

Nas redes sociais e nos aplicativos de comunicação somos bombardeados por várias informações ao mesmo tempo. Reúna esses dados de fontes diferentes e os correlacione - recurso muito útil durante a argumentação.

Fonte: Você S/A

Soluções para melhorar a comunicação

TENHA UMA META

Antes de começar uma conversa, pense no resultado. Ter foco no objetivo final faz com que a discussão tenha foco e rapidez. Quando começar a falar, diga a seu ouvinte o que você pretende. "Revele, em uma ou duas frases, o que será tratado", diz Reinaldo Polito, professor de expressão verbal do Instituto Reinaldo Polito, de São Paulo.

INCLUA SEU INTERLOCUTOR

Um bom jeito de ser ouvido com atenção é mostrar a seu interlocutor que ele faz parte da solução. Isso ajuda a pessoa a se comprometer. Para incluir o outro na conversa, use o pronome "nós", que deixa claro que há algo a ser compartilhado. "Use o 'você' somente para elogiar", diz Vera Martins, da Assertiiva, consultoria de São Paulo.

MANTENHA O RESPEITO

Ao conversar sobre algum assunto mais delicado, demonstre respeito. Olhe nos olhos de seu interlocutor e leve os argumentos dele em consideração. "Fale com a pessoa, não para a pessoa", diz Reinaldo Passadori, do Instituto Passadori, especializado em educação corporativa, de São Paulo. Demonstre que a conversa não é unilateral e que você também está aberto a ouvir. Tome cuidado para manter a firmeza, mas evite a agressividade.

PERGUNTE MAIS

Procure compreender a perspectiva da outra pessoa, fazendo perguntas para esclarecer o assunto. Repetir as palavras do interlocutor ajuda a conferir se você interpretou o que foi dito corretamente. Para direcionar a conversa, formule questões objetivas quando tiver dúvidas, do tipo: "Quando isso aconteceu?". Se o assunto precisar de esclarecimentos, use perguntas amplas, como: "Por que você chegou a essa conclusão?".

ESCUTE DE VERDADE

Quando uma pessoa fala, nem sempre os outros escutam. Prestar atenção é uma qualidade importante do comunicador. Uma maneira de evitar devaneios durante uma conversa é olhar para a pessoa e não interrompê-la.

Evite planejar mentalmente uma resposta enquanto o outro ainda estiver falando — isso também distrai. Ouvir atentamente não significa virar estátua. Dê sinais de que está prestando atenção. "Acene com a cabeça e use expressões de acompanhamento, como 'sim' e 'entendi'", diz Reinaldo Polito.

Fonte: Você S/A

Clube do Desconto é simples e vantajoso. Participe!

ACADEMIAS

MILLENIUM ACADEMY

20% de desconto na mensalidade para associados e funcionários
Av. Santa Rita, 45 - São Roque
Centro Comercial Cidade
Tel. 4784-1760

IMPRESSÃO

MI BALÕES DECORATIVOS

(impressões em balões) - **10%** de desconto para associados. Estrada São Roque / Araçariguama, 144 - Tel. 4712-7235

PETS / VET.

DOGS WASH

20% de desconto nos serviços de ofurô. Associados e funcionários.
Rua Prof. Joaquim de Oliveira, 116
São Roque - Tel. 4784-3488

CABELEIREIRO

ELZA CABELEIREIRA

10% de desconto em todos os serviços do salão (exceto manicure e sobrancelha). Atendimento com a massagista Paula Junqueira. Para associados e funcionários.
Rua João XXIII, 17 - São Roque
Tel: 4712-6195 | 9 9630-1702

CLUBE

GRÊMIO UNIÃO SANROQUENSE

Isenção do valor do título para associados
R. José Bonifácio de Andrada e Silva, 452 - São Roque
Tel. 4712-2088

INGLÊS

NOVIDADE FISK SÃO ROQUE

35% de desconto mensalidades. 50% de desconto matrícula. Material gratuito para associados e funcionários
Av. Antonino Dias Bastos, 660
Centro - São Roque
Tel. 4784-6844

PLANET TALK

LANGUAGE CENTER

Cursos de inglês para associados e funcionários
50% de desconto
Rua José Brenha Ribeiro, 24
Centro - São Roque
Tel. 4784-2200

CURSOS

FAC SÃO ROQUE

• Cursos de Graduação
40% desconto na 6ª parcela

• Cursos Pós Graduação

15% desconto mensal

• Cursos Pedagogia para Licenciados

15% desconto mensal

Para associados e funcionários
Rua Padre Marçal, 30
Fone: 4719-9300

DENTISTAS

DR. RIOVALDO CASTELANI

DRA. ANA CAROLINA CASTELANI

10% de desconto exceto prótese e implantes
Associados e funcionários
Av. Tiradentes, 491
São Roque - Tel. 4712-3601

DR. CELSO DOS SANTOS ABREU

10% de desconto - exceto próteses - Associados e funcionários
Rua Cap. José Vicente de Moraes, 37 - São Roque - Tel. 4784-1340

DRA. JULIE L. D. M.

RABELO NEVES

20% de desconto nos tratamentos odontológicos
Associados e funcionários
Av. João Pessoa, 420
São Roque - Tel. 4712-3801

DR. GUSTAVO

CARVALHO ROSA

10% de desconto nos implantes odontológicos
Associados e funcionários
Rua Dr. Stevaux, 25
Centro - São Roque
Tel. 4712-6904

CLÍNICA DENTÁRIA

RODOVIÁRIA

15% de desconto em tratamentos e implantes (exceto ortodontia e prótese)
Associados e funcionários
Av. Santa Rita, 11
Tel. 4784-5013

DRA ALINE NERY DE LIMA

10% de desconto para associados e funcionários.
Especialista em cirurgia e traumatologia. Buco maxilo facial
Rua Santa Isabel, 9
São Roque - Tel. 4784-6682

PSICOLOGIA

DRA. SANDRA C. DE ANDRADE

30% de desconto para associados e funcionários.

Rua Filomena Belmonte, 237 B
Jardim Brasil - São Roque
Fone: 4712-5013 / 9 7452-0351

FISIOTERAPIA

DR. LÚCIO FERREIRA DOS SANTOS

Planos especiais para empresas, em grupos.
Pilates (4 a 6 pessoas) -
Massagem - Acupuntura.
Saiba mais! Fone: 4784-4945.
Rua 7 de Setembro, 115
São Roque

FARMÁCIA

FARMÁCIA AMUMINAS

Medicamentos a preço de custo

Torne-se um associado e obtenha R\$ 1,00 de desconto na mensalidade (exclusivo para sócios da Acia São Roque).
Rua Pedro Vaz, 94 - Centro
Fone: 4712-8780 / 4712-8877

INFORMÁTICA

CTI - INFORMÁTICA E INGLÊS

Isenção de Matrícula - **20%** de desconto nas mensalidades para informática e idiomas
Associados, funcionários e dependentes.
Rua Rui Barbosa, 519
Centro - Tel. 4712-9720

PEOPLE COMPUTAÇÃO

10% de desconto para empresas e seus funcionários
Av. Antonino Dias Bastos, 650
Centro - São Roque
Tel. 4784-5550

TROFÉUS

TROFÉUS SÃO ROQUE

Troféus, medalhas personalizadas, shows pirotécnicos, fogos de artifícios.
10% de desconto em todos os produtos.
Rod. Raposo Tavares, Km 63,5 - N1.628 - Jardim Marieta
São Roque - Tel. 4712-8154
99931-4381
trofeu@trofeusaoroque.com.br

ENSINO

ANGLO SÃO ROQUE

25% de desconto na mensalidade escolar para proprietários e funcionários das empresas associadas.
Rua Padre Marçal, 20 - Centro
Tel. 4784-9510