

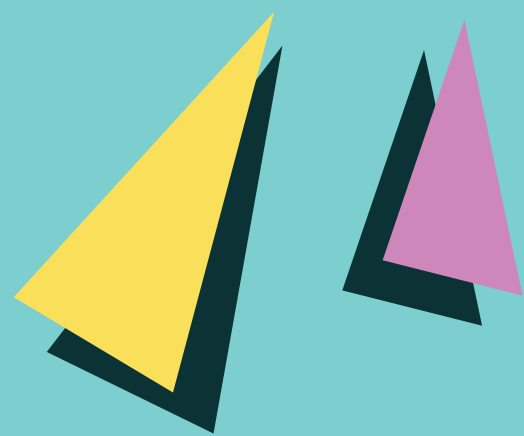


GUIA

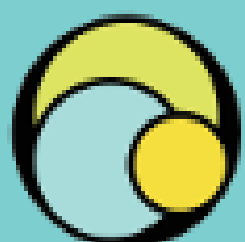
DE



**AÇÕES
PROMOCIONAIS**



PagSeguro



PagBank

Um negócio sempre tem como desafio o crescimento. Começar pequeno e sonhar grande é uma realidade, e para superar esse obstáculo, o jeito é ter

ESTRATÉGIA

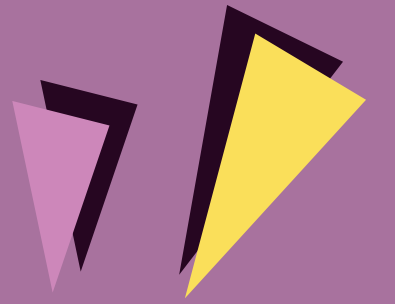
E quando falamos de estratégias de crescimento, não tem como fugir do tema divulgação e ações promocionais. Esse é o tipo da coisa que não deve ser feita só porque todo mundo faz. A ideia é fazer bem feito, gerar resultados e aumentar o faturamento.

MARKETING PROMOCIONAL

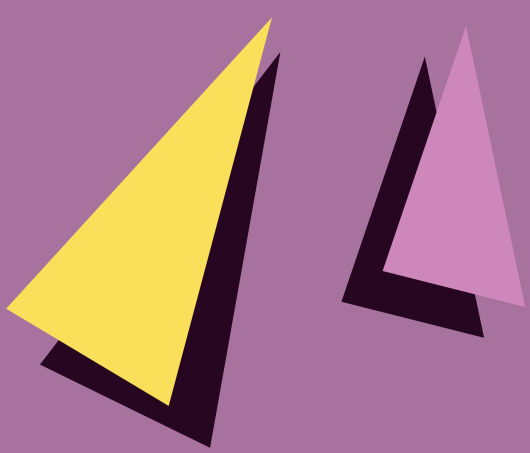
Para fazer marketing promocional é importante conhecer o comportamento do seu cliente e suas preferências de compra, além de oferecer para eles uma compra fácil, sem desafios e, claro, com promoções que realmente estimulam o consumo e trazem benefícios, tanto para o negócio quanto para os clientes.

Neste e-book, você verá informações bem importantes sobre as ações promocionais, e como estamos perto do Natal, você pode aproveitar o que aprender e colocar em prática para aquecer suas vendas de final de ano, mas saiba que as dicas podem (e devem) ser usadas o ano todo. Boa leitura!

01



ENTENDENDO
O MARKETING
PROMOCIONAL



O marketing promocional concentra estratégias e promoções que um empreendedor pode usar em seu negócio para:



1. Melhorar a divulgação do negócio;



2. Atrair mais clientes e dar o pontapé inicial na fidelização;



3. Aumentar as vendas.

A ideia do marketing promocional é despertar o interesse e vender mais. Para chegar lá, é preciso levar informações aos clientes, ou seja, deixá-los a par dos preços, dos produtos, das formas de pagamento e muito mais.

Exemplos de marketing promocional

1. Oferecer uma degustação de algum produto;

2. Distribuição de amostras grátis;

3. Distribuição de brindes;

4. Promoções personalizadas.

Quer ver algumas ações de marketing que fizeram sucesso? [Clique aqui e conheça algumas!](#)

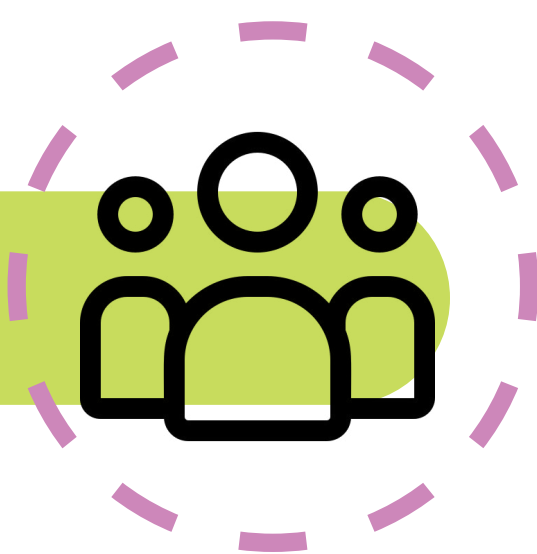
Vantagens para o seu negócio

Promoções despertam a curiosidade



As pessoas gostam de novidades. Uma boa promoção vai atrair interessados. Mesmo que eles não comprem nada, a partir de agora eles conhecem um pouco mais sobre a marca e os produtos. Isso pode servir para conquistar a confiança e garantir vendas no futuro.

Atração de novos clientes



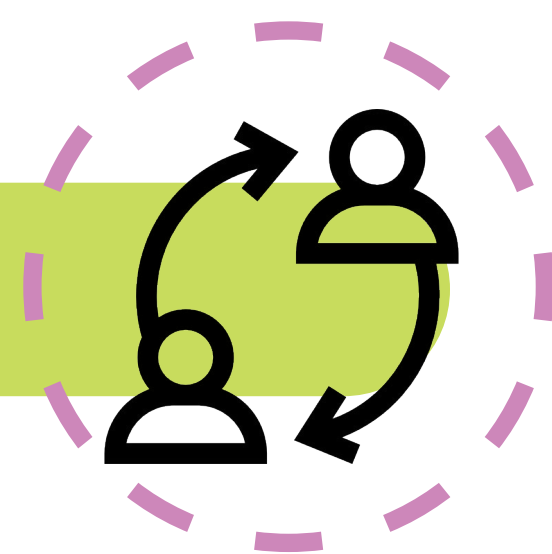
Boas promoções atraem e convencem. Quando seu negócio faz um bom trabalho de marketing promocional, o resultado natural é a captação de novos clientes.

Fidelização



Seus clientes podem usar as promoções para comprar novamente e garantir vantagens na compra. O resultado de uma compra com benefício costuma ser a fidelização, afinal, se o cliente fica satisfeito, ele não terá motivos para comprar em outro lugar!

Captação de informações estratégicas

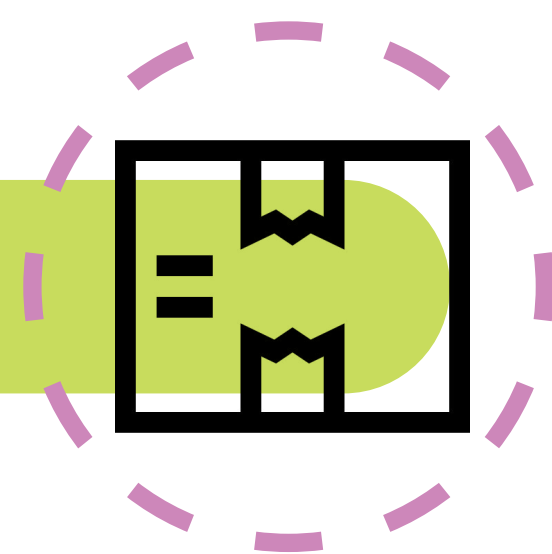


Já pensou em criar um desconto que só é liberado após o cliente preencher um pequeno cadastro com e-mail, telefone ou outros dados que sejam do seu interesse?

Essa troca simples concede vantagem para os clientes e te dá algo muito importante: dados para conhecer melhor quem são esses clientes. Com base nessas informações, você pode criar promoções personalizadas e que se encaixam melhor ao perfil dos consumidores, aumentando assim o sucesso das suas ações promocionais.

Dados oferecem inteligência para o seu negócio e melhoria para sua estratégia de vendas. Muitas empresas usam as ações promocionais para conseguir esses dados de uma forma amistosa, trocando um benefício para o cliente por informações importantes.

Diminuição do estoque



O marketing promocional ajudará você a tirar produtos parados do estoque. Boas promoções estimulam vendas e ajudam a diminuir a quantidade de produtos sem saída.

Aumento no faturamento



Se você faz boas promoções e capricha na divulgação, as vendas virão naturalmente. E mais vendas significa mais dinheiro entrando no caixa. Simples assim.

Como colocar tudo isso em prática?



1. Planejar;



2. Atrair;



3. Vender;



4. Surpreender;



5. Fidelizar;



6. Avaliar os resultados.

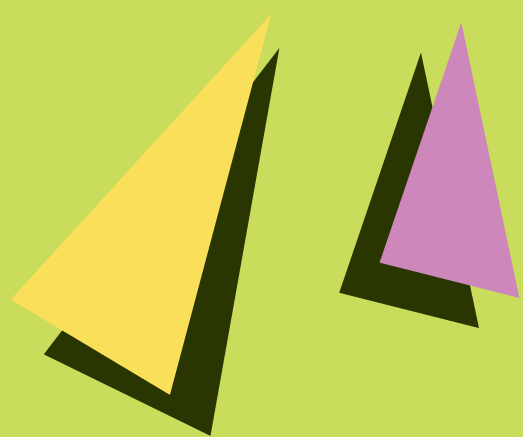
As etapas dão sentido para a jornada promocional, pode ser dividida em três momentos: o antes, o durante e o depois das vendas.

Acompanhe os capítulos a seguir e saiba o que fazer para que sua ação promocional seja um sucesso do início ao fim.

02



PRÉ-PROMOÇÃO



Essa etapa vai diminuir seu esforço. Uma promoção bem planejada vai trazer resultados para o seu negócio de forma natural, diminuindo o trabalho que você tem para fechar uma venda.



Planejamento: o começo de tudo!

Antes de qualquer promoção, é preciso planejar como ela vai funcionar, caso contrário ela pode ser um grande fracasso, ou ser um grande sucesso, mas não ajudar muito no seu faturamento.

Para evitar erros, comece a considerando os seguintes pontos:

Conheça o perfil do consumidor

É hora de pensar como seus clientes pensam, ou seja, você precisa se colocar no lugar deles para

- 1.** Como eles compram;
- 2.** Qual a frequência dessas compras;
- 3.** Onde preferem comprar (online, loja física, compra online com retirada na loja etc);
- 4.** Como preferem pagar;
- 5.** Quais tipos de produto/serviço eles mais querem.

Escolha qual promoção vai ser feita

Se você conhece seu público e fez um esforço para entendê-lo melhor, fica mais fácil entender que tipo de promoção dá resultado.

Para quem vende produtos caros (como roupas importadas), talvez seja melhor oferecer um desconto no valor do produto em vez de criar uma promoção para quem comprar mais de uma unidade.

Novamente, é preciso pensar como um cliente para entender aquilo que realmente é vantajoso para ele e focar no que tem apelo forte o suficiente para que ele tome a decisão de comprar.

Que tipo de ação você deve fazer para atrair clientes e garantir boas vendas?



LOJAS FÍSICAS

- 1.** Ofereça condições de parcelamento especiais;
- 2.** Crie promoções para estimular a compra (ex: leve 2, pague 1);
- 3.** Antecipe as promoções da loja;
- 4.** Capriche na vitrine!
- 5.** Treine bem os funcionários para atender cada vez melhor;



LOJAS VIRTUAIS

- 1.** Use as redes sociais para compartilhar cupons de desconto e conteúdos;
- 2.** Coloque os principais produtos em destaque no site;
- 3.** Faça anúncios no Google, Facebook e/ou Instagram;
- 4.** Reforce o atendimento online;
- 5.** Diminua o custo do frete.

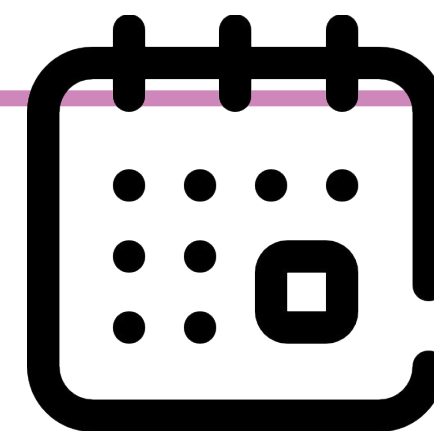
Atenção: 58% dos clientes gostam da praticidade do e-commerce e do atendimento das lojas físicas. Aposte em ações híbridas:

- Venda online e faça retirada na loja;
- Crie sorteios;
- Trabalhe com delivery na sua cidade.

*Opinion Box

Faça um calendário promocional

Um calendário de promoções ajuda a não perder datas importantes. Reserve um tempo do para marcar todas aquelas datas que costumam movimentar o comércio. Aqui vão alguns exemplos:



**FEVEREIRO/
MARÇO**

CARNAVAL

ABRIL

PÁSCOA

MAIO

DIA DAS MÃES

JUNHO

FESTA JUNINA
DIA DOS NAMORADOS

JULHO

FÉRIAS ESCOLARES

AGOSTO

DIA DOS PAIS

OUTUBRO

DIA DAS CRIANÇAS

NOVEMBRO

BLACK FRIDAY

DEZEMBRO

NATAL

Tenha objetivos claros

Promoção precisa de objetivo bem definido, então, você precisa definir quais são eles e ficar de olho nos resultados para saber se a ação promocional deu certo ou não. São exemplos de objetivos de promoções:



1. Aumentar o faturamento em 10%;



2. Vender para 20 novos clientes;



3. Vender 50 unidades do produto A.

Não se esqueça de organizar também como você vai medir esses resultados!

Organize a divulgação

Parte do planejamento da promoção exige que você escolha onde serão divulgadas as ofertas, quanto tempo elas vão durar e como o cliente poderá comprar aproveitando os benefícios da ação.

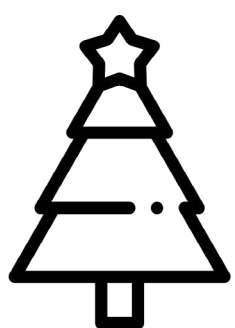
Dica extra

Essa etapa do trabalho é focada em atrair novas pessoas, comunicar bem as promoções (para a maior quantidade de pessoas possível) e incentivar a interação, de preferência o cadastro de informações de clientes (isso serve para você conseguir dados importantes que ajudam a entender o cliente).

Para conseguire esses cadastros, junto com a divulgação da promoção, tente oferecer algo a mais, como um desconto exclusivo para quem faz cadastro no seu site (ou na própria loja física) e tente criar um senso de urgência, veja alguns exemplos:



1. Cadastre-se para não perder nossos próximos descontos;



2. Últimas horas para receber as promoções de Natal em primeira mão;



3. Faça seu cadastro hoje e aproveite descontos exclusivos nas suas compras de Natal.

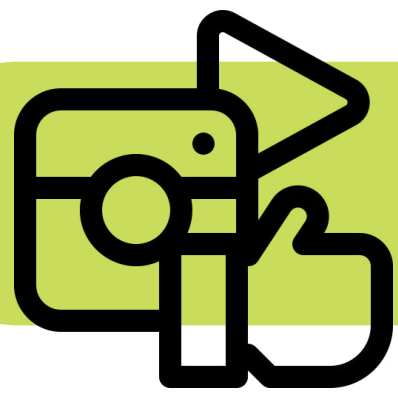
03



DURANTE A
PROMOÇÃO



Sua promoção está no ar e as vendas vão começar. Veja agora o que você pode fazer enquanto suas promoções estão valendo.



Siga divulgando

As pessoas estão sabendo da promoção, mas não custa reforçar. Continue divulgando para aumentar o alcance das suas ofertas.

Vale mandar e-mail com as ofertas, fazer anúncios pagos (pode ser no Google, no Facebook, Instagram ou até a distribuição de panfletos na sua cidade) e postar com mais frequência nos seus perfis comerciais nas redes sociais.

Se você vende online e tem uma loja virtual, coloque a promoção em destaque no site para deixar o acesso às ofertas bem simples e rápido.

[Veja aqui algumas ferramentas de marketing para caprichar na divulgação!](#)



Faça uma surpresa!

Lembra da etapa 'surpreender' da jornada promocional? Agora é hora de pensar nela. Durante a promoção, você pode oferecer um brinde para os clientes que aproveitaram as ofertas ou até oferecer uma vantagem bem legal, como o cashback.

De acordo com uma pesquisa, 58% dos clientes são influenciados a comprar se houver um cupom de desconto ou cashback. Aposte nesse benefício inesperado para deixar os clientes ainda mais satisfeitos.

*Ecommerce Brasil



Pense nas entregas

Já pensou em como entregar os produtos para seus clientes? Com as entregas, você pode fazer vendas pelo telefone e até usando aplicativos de mensagem como WhatsApp e o Facebook Chat.

As entregas podem até ser vistas como um custo, porém, se elas ajudarem você a vender mais, é um investimento e não um gasto. Se você vende gostaria de entregar com delivery, pode contar com o Link de Pagamento e o Pede Fácil para facilitar todo o processo de vendas e entregas.

Com o Pede Fácil você monta um Menu Digital de produtos para aumentar a divulgação das suas ofertas e, ao mesmo tempo, pode controlar todas as entregas e até pedir motoboys da Loggi para começar o seu delivery.

[Clique aqui e conheça mais sobre o Pede Fácil](#)

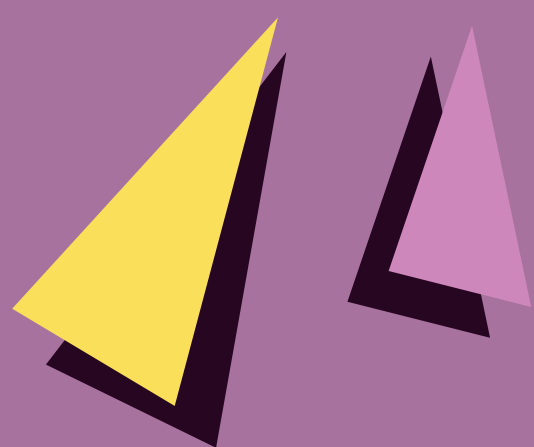
Usando o Link de Pagamento, você pode vender sem nenhuma dificuldade pelo WhatsApp, Facebook ou Instagram mesmo sem ter um site. O cliente só precisa passar a relação de produtos que ele vai comprar e você monta um link com o valor da compra. Na hora do pagamento, seu cliente pode dividir o valor em até 12 vezes, mas você recebe tudo de uma só vez.

[Clique e descubra mais sobre o Link de Pagamento.](#)

04



APÓS A PROMOÇÃO



O trabalho não acaba junto com a promoção. Agora é hora de refletir, analisar e planejar as próximas ofertas. A etapa de pós-venda também é muito importante para você melhorar seu relacionamento com os clientes e conquistar a confiança de quem está comprando pela primeira vez.

Confira os principais benefícios do pós-venda:



DIFERENCIAL COMPETITIVO

Nem todo mundo faz o pós-venda, e quem faz consegue sair na frente nessa corrida para conquistar a confiança dos clientes.



EMPATIA QUE CONQUISTA

O cliente que recebe um bom atendimento no pós-venda consegue perceber a preocupação do negócio com sua satisfação. Essa empatia ajuda a conquistar a confiança do cliente e contribui para criar uma boa relação com ele.



CREDIBILIDADE

O pós-venda dá credibilidade para seu negócio. O cliente percebe esse diferencial e consegue entender que você trabalha sério e com um foco muito simples: a satisfação dele.



BOCA A BOCA

O marketing que mais funciona é o boca a boca. É impressionante como as indicações entre pessoas dão resultados. E sabe qual é o melhor jeito de fazer seu cliente falar sobre o seu negócio? Caprichando no atendimento e pós-venda.

Quem se dedica ao cliente não passa despercebido. Conforme você vende e atende bem, surgirão novas oportunidades de transformar um cliente satisfeito em indicador.

Como se relacionar com clientes após as ações promocionais

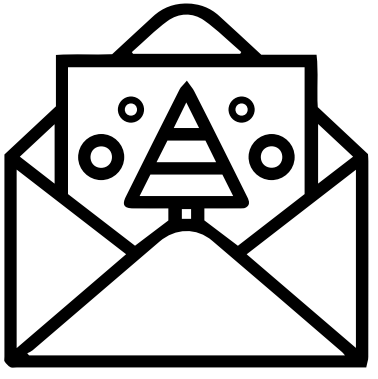
O marketing promocional depende do relacionamento com os clientes para criar oportunidades para novas divulgações.

Você precisa se relacionar com as pessoas que tiveram contato com suas promoções, mas nem todo mundo deve receber o mesmo tratamento. A melhor solução é dividi-los entre quem comprou e quem não comprou.

COMO SE RELACIONAR COM QUEM APROVEITOU AS PROMOÇÕES?

Seja online ou presencialmente, você precisa seguir se relacionando com quem aproveitou as suas promoções. Veja algumas dicas que funcionam tanto para as vendas online quanto presenciais:

Mantenha o relacionamento (e agradeça!)



Não esqueça quem comprou! Mande um e-mail agradecendo pela confiança, encaminhe uma mensagem de Natal no WhatsApp ou simplesmente se coloque à disposição em caso de dúvidas ou problemas.

O importante é acompanhar o cliente mais um pouco para saber se ele está realmente satisfeito. Fazendo esse contato, você ganha a confiança e, ao mesmo tempo, mostra uma dedicação bem grande, o que ajuda muito na fidelização. Nunca se esqueça que marketing promocional anda lado a lado com o marketing de relacionamento!

Mande novidades



Não deixe a relação parar na primeira compra! Siga mandando novidades para os clientes e, se possível, ofereça um desconto exclusivo para estimular uma nova compra. Esse desconto pode ser usado inclusive para aquecer suas vendas em janeiro, já que após o Natal, o volume costuma cair um pouco.

“Puxe assunto”



Alguns comércios mandam e-mails para os clientes em um tom de reencontro, algo como “faz tem que não vemos você por aqui, sentimos sua falta!”

Esses e-mails servem como gancho para oferecer uma nova oferta ou simplesmente para que o cliente lembre de você.

Vale muito a pena atrelar esse tipo de estratégia a um cupom de desconto ou promoção exclusiva, assim você consegue analisar se a sua comunicação com eles foi realmente eficiente e se transformou em uma nova venda!

COMO SE RELACIONAR COM QUEM NÃO APROVEITOU AS PROMOÇÕES?

Esse grupo precisa de um outro tipo de abordagem, afinal, sua primeira estratégia não foi suficiente para convencê-los.

Mas isso não quer dizer que você perdeu tempo, em alguns momentos você deu o primeiro passo para conseguir um novo cliente, mas precisa de um novo esforço.

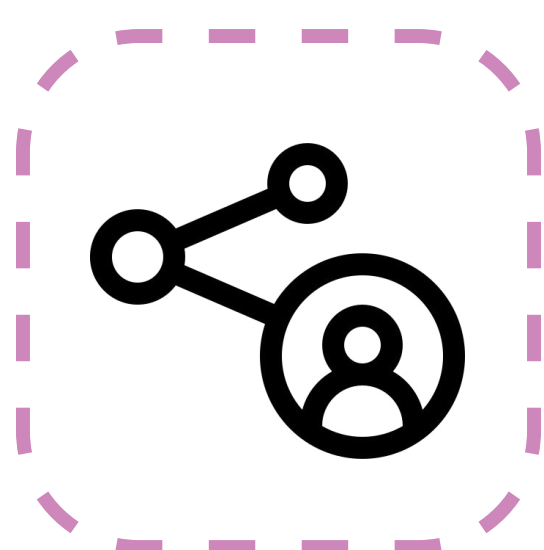
Continue ofertando



Se o cliente não comprou, mantenha a comunicação divulgando ofertas e promoções. Se você tem os contatos deles, não tenha medo de começar outra vez. Tentar de novo não é um problema, o problema é insistir demais.

Vale até pensar em um desconto exclusivo para quem não comprou, algo como “o Natal já passou, mas você ainda pode comprar com os melhores preços, confira nossas ofertas especiais para você”.

Use as redes sociais



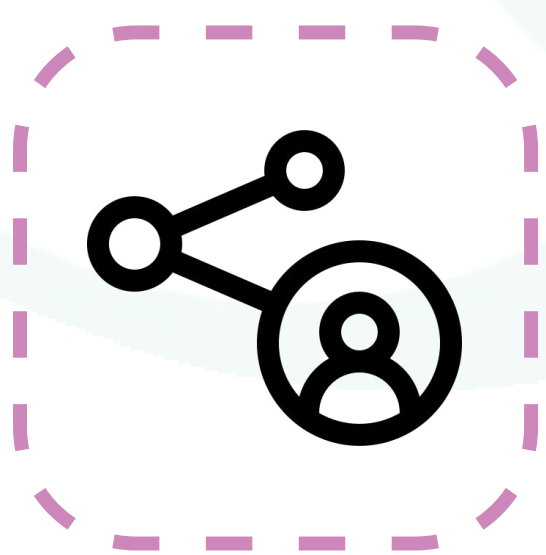
Conseguir o contato de quem comprou é mais fácil, porém, como conseguir encontrar as pessoas que não aproveitaram suas promoções?

Nas redes sociais, você pode ter seguidores que te acompanham, mas que não compram. Isso acontece em todas as empresas e seus perfis, ou seja, eles são o canal perfeito para encontrar (e fazer contato) com quem não comprou.

E você nem precisa falar diretamente com eles, faça posts para falar de produtos, conte um pouco sobre o seu negócio, interaja com eles e, no momento certo, divulgue uma nova promoção!

[Dica: aprenda a usar as redes sociais para vender mais. Clique aqui e confira as dicas!](#)

Mande informações




Às vezes, você perdeu a venda porque o cliente ainda não te conhece muito bem. A saída é dar informação para depois colher vendas. Aproveite os contatos das pessoas que não compraram e encaminhe informações sobre os produtos, curiosidades sobre eles e até algumas informações sobre o seu negócio.


Deixe a criatividade falar mais alto. Importante mesmo é criar uma comunicação que seja leve, descontraída e sem apelo de vendas, como se você puxasse assunto com alguém que não te conhece muito bem. Pouco a pouco vocês irão se conhecer melhor e isso pode resultar em vendas no futuro.

Como se relacionar com clientes após as ações promocionais

Marketing promocional exige um bocado de etapas e preparação, certo? Separamos todas as dicas em uma tabela para facilitar sua preparação:



PRÉ PROMOÇÃO	
OBJETIVO PRINCIPAL	<ul style="list-style-type: none">● Atrair atenção das pessoas.
O QUE FAZER?	<ul style="list-style-type: none">● Planeje a promoção;● Use dados para entender melhor o cliente;● Faça um calendário para não perder datas;● Organize a divulgação.



PERÍODO DA PROMOÇÃO	
OBJETIVO PRINCIPAL	<ul style="list-style-type: none">● Vender.
O QUE FAZER?	<ul style="list-style-type: none">● Reforce a divulgação;● Surpreenda seu cliente com um benefício;● Elabore um sistema de entregas.

PERÍODO DA PROMOÇÃO

OBJETIVO PRINCIPAL	<ul style="list-style-type: none">● Conquistar a confiança e manter relacionamento.
O QUE FAZER?	<ul style="list-style-type: none">● Faça pós-venda;● Mantenha quem comprou e quem não comprou sempre informados;● Faça novas promoções.

DICA FINAL



O objetivo aqui é ajudar você a planejar e executar boas promoções o ano todo e trazer algumas dicas de relacionamento que vão melhorar seus resultados. Mas perceba uma coisa: a tecnologia facilita muito esse trabalho.

O primeiro ponto é em relação às informações dos clientes. Nós falamos, dentre outras coisas, sobre mandar pesquisas, disparar e-mails e vender pelo WhatsApp com o Link de Pagamento. Tudo isso vai exigir que você tenha o contato dos clientes, e para organizar esses dados, vale muito a pena usar um sistema ou uma planilha para guardar esses contatos.

Nossa sugestão é usar o **PagVendas**. Ele é a nossa ferramenta tudo em um para você acompanhar as vendas em tempo real, gerenciar os contatos dos clientes, montar uma Loja Online e analisar os resultados das suas promoções.

O PagVendas vai servir como um gerente digital do seu negócio, diminuindo o tempo que você gasta com algumas tarefas básicas e abrindo espaço para você planejar suas ações promocionais e se dedicar ao relacionamento com clientes. Além disso, com o PagVendas você consegue ver relatórios de vendas em poucos cliques.

Se você já trabalha com uma [Moderninha X](#) ou [Moderninha Smart](#), saiba que o PagVendas já está dentro da maquininha. O PagVendas também pode ser acessado via aplicativo ou pelo seu computador.

[Clique aqui e conheça mais sobre o PagVendas](#)

As melhores ferramentas para suas vendas!

Nós estamos aqui para ser o braço direito do seu negócio, tanto para promoções quanto na hora de vender. Além do PagVendas e todos os recursos que ele oferece para organizar seu trabalho, você ainda tem à disposição:

- 1.** O Link de Pagamento para vender online pelas redes sociais sem maquininha e sem um site;





2. O Pede Fácil para criar um Menu Digital e organizar seu delivery;

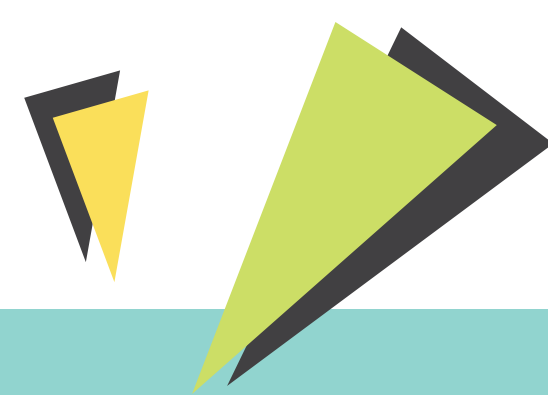


3. As melhores maquininhas, que aceitam as principais bandeiras de cartão de crédito e débito e vale refeição, além dos QR Codes Elo, PagSeguro e Pix.



4. O Envio Fácil, ideal para quem vende online e precisa de um frete mais barato.

Todos fazem parte do **Pag pro Pequeno**, o nosso time de ferramentas para deixar seu negócio mais moderno e equipado com as melhores tecnologias para vender, se relacionar com os clientes, receber as vendas e muito mais.



Fica a nossa dica final: organizar as ações promocionais do seu negócio e as estratégias delas é bem mais fácil quando você pode usar a tecnologia a seu favor! Para ter acesso a tudo o que o Pag pro Pequeno oferece é muito fácil e só precisa de um movimento gratuito: abrir uma conta PagBank.

Baixe grátis o super app, abra uma conta e descubra como nós estamos ao seu lado para fazer seus resultados serem cada vez melhores!