

Mercado&

Por que as redes varejistas devem investir na venda via crediário na Black Friday?



Foto: Divulgação

Jeison Schneider,
CEO do Meu Crediário. Possui
larga experiência profissional e
liderança na área de softwares
de gestão de risco para
crediário no Brasil.

Sem dúvida a Black Friday é uma das principais oportunidades para as redes varejistas aumentarem o volume de vendas e atrair novos clientes. Assim como ocorre nos Estados Unidos, a data permite que os lojistas de rua possam realizar promoções com o propósito de queimar o estoque e, assim, abrir espaço para novos produtos e coleções para o Natal.

Porém, em um ano marcado pela pandemia e com 59% dos brasileiros sofrendo com a redução da renda familiar - conforme o relatório Temporada Black Friday realizado pelo Google, os empresários devem encontrar maneiras para os consumidores conseguirem comprar com maior facilidade na data especial. Para isso, uma das opções mais plausíveis para conquistar os clientes é a possibilidade de venda no crediário próprio. Com a estratégia, as redes varejistas podem perfeitamente obter resultados acima do esperado, além de atrair novos compradores e reativar clientes inativos. A seguir, disponibilizo as principais vantagens de realizar a venda nessa modalidade e como convidar os clientes a comparecer na loja durante a Black Friday:

Transforme vendas à vista em vendas a prazo

O estudo do Google já mencionado também apurou que 36% dos brasileiros entrevistados estão interessados em parcelar as compras de maneira mais alongada nessa Black Friday - é a maior porcentagem da pesquisa em anos. Portanto, com um bom marketing, atendimento bem direcionado e

ofertas especiais, a rede varejista terá maior poder de convencimento para fazer com que os clientes comprem no crediário. Além de geralmente contar com um ticket médio maior, as vendas no carnê possibilitam o retorno dos clientes para o pagamento das parcelas, trazendo inclusive o consumidor para a loja às vésperas do Natal.

Faça promoções para clientes de baixo risco

Identifique no cadastro da rede os clientes com menor risco de inadimplência e ofereça promoções especiais. Neste caso, o ideal é que o lojista já tenha todo o cadastro classificado de acordo com o risco de crédito. Ao contar com a lista dos clientes de baixo risco, médio risco e alto risco, o lojista pode selecionar apenas o primeiro grupo e fazer uma campanha específica para atrair somente bons pagadores.

Traga de volta clientes inativos

Em primeiro lugar é preciso saber os clientes que não compram na loja há mais de 6 meses. Entretanto, não basta ser qualquer um. Dê preferência aos clientes que compraram uma vez, pagaram corretamente e nunca mais voltou. Essa é a hora de fazê-lo retornar. Para fazer isso, atraia a sua atenção e encante-o com ofertas tentadoras por meio de e-mail marketing, SMS e WhatsApp. Além disso, seja criativo no marketing e faça o cliente se sentir especial por ter sido lembrado depois de tanto tempo.

Conquiste novos clientes para o crediário

Obviamente novos clientes aparecerão naturalmente na sua loja devido ao grande movimento do comércio na época da Black Friday. Contudo, mesmo que a rede promova o crediário, muitos deles ainda vão preferir comprar à vista ou no cartão de crédito. Não há problema algum nisso, mas aproveite para cadastrá-los mesmo assim. Um formulário simples já basta. Não precisa ser a mesma ficha detalhada para os clientes do crediário. A intenção é obter alguns dados básicos (como nome, idade e sexo), além do e-mail e do WhatsApp do cliente. Com essa ação, a marca pode direcionar futuras campanhas para “vender” o crediário a esse grupo que preferiu outras modalidades de pagamento.

Venda em todo lugar

Além de boas ofertas, para se destacar nesse período onde tantas marcas disputam a atenção do consumidor é preciso oferecer algo mais como, por exemplo, comodidade. Neste ano, algumas redes já estão antecipando o evento e levando os produtos onde seus clientes estão. Isso é possível pelo fato de uma empresa do mercado permitir a venda no crediário na casa do cliente ou no seu ambiente de trabalho da mesma forma como já é feita na loja. O app do sistema faz a análise de crédito e aprovação em poucos segundos, com toda a segurança e tranquilidade para todos os envolvidos. ■



INFRAESTRUTURA

Mais de 110 vias com asfalto novo na cidade; mais de R\$100 milhões investidos em saneamento, nas mais de 90 obras do SAAE.



ANEL VIÁRIO

Duplicação da Av. Castelo Branco; construção da terceira ponte; ligação entre a Av. Davi Lino e o Parque Meia-Lua.



SAÚDE

Reorganização nos atendimentos; horário ampliado em 4 unidades; viabilização de um Hospital de Retaguarda; vacinação de idosos em domicílio; Centro de Imagens; reforma das unidades de saúde; telemedicina.

SEGURANÇA E ATENDIMENTO

COI com 243 câmeras; ampliação dos serviços do AtendeBem Online.



FUNDAÇÃO PRÓ-LAR

942 lotes regularizados; projeto piloto construiu as Casas 'Embrião' para famílias no Jd. Paraíso.



EDUCAÇÃO

7 novas creches (1760 novas vagas); 13 reformas e ampliações de unidades escolares; materiais on-line durante a pandemia; Vale-merenda; aplicativo 'Conecta Família Escola'.



TEM JACAREÍ SEMPRE TRABALHANDO.

ACESSE WWW.JACAREI.SP.GOV.BR E SAIBA MAIS.



Natal Presente no Coração



youtube.com/valesulshopping


VALE SUL
SHOPPING



Livro gratuito até 24/12