

ONDE ESTÃO OS MEUS CLIENTES NAS REDES SOCIAIS E FORA DELAS?

Atualmente você tem sido estimulado para inserir o seu negócio no mundo digital e se tornar conhecido nas redes sociais, adotar uma postura mais inovadora e ser um especialista em conquistar clientes de maneira rápida, prática e eficiente através de ferramentas digitais. Mas será que é tão fácil assim, encontrar os seus clientes nas redes sociais? E se os seus clientes não forem adeptos da tecnologia, onde encontrá-los?

NAS REDES SOCIAIS

A busca por clientes neste canal pode estar na pesquisa de palavras-chaves relacionadas ao seu negócio. Através destas palavras e tags você pode identificar usuários desta rede social e interessados nos seus produtos ou serviços.

Neste canal você poderá disponibilizar para potenciais clientes o link do seu site e convertê-los em clientes para o seu negócio.

TWITTER



FACEBOOK



Uma das características principais deste canal é o envolvimento que o seu negócio deve promover com o público, através da criação de uma fanpage, ou seja, um perfil comercial. Os clientes aqui podem ser segmentados de acordo as características demográficas como gênero e idade, localização geográfica, comportamentos culturais, perfis de compra e assuntos de interesse.

Sabendo selecionar corretamente o público que você tem interesse em prospectar para o seu negócio, você alcançará um número significativo de pessoas interessadas no seu produto e que podem ser “sensibilizadas” pelos “impulsionamentos” de posts e promoções dentro da sua rede de clientes e além destes. Este tipo de ação poderá ser personalizado de acordo a sua necessidade de divulgação e alcance destas publicações, compreendendo também um determinado espaço de tempo para sensibilização de novos clientes, tudo isso a um custo acessível e customizado de acordo ao orçamento do seu negócio.



INSTAGRAM

Esta rede é uma espécie de catálogo ou revista online do seu negócio, por isso a utilização de imagens e fotos de qualidade dos seus produtos e serviços pode fazer toda a diferença. O mais utilizado aqui para atrair clientes, além dos impulsionamentos que são os anúncios pagos, é a utilização de hashtags de expansão relacionadas ao seu negócio e a publicação que está realizando na sua página. Lembre-se sempre de manter um perfil comercial diferente do seu perfil pessoal, demonstrando assim maior profissionalismo para a sua empresa. Outra dica importante é seguir outros perfis, principalmente os mais influentes, para ser seguido.

FORA DAS REDES SOCIAIS

Nem todos os clientes são adeptos da tecnologia ou novas tendências, existem situações ainda em que o tipo de negócio ao qual você está inserido não possui grande adesão no mundo digital, devendo, portanto utilizar as estratégias tradicionais para a conquista de novos clientes. Aqui apresentamos algumas opções:

FEIRAS E EVENTOS

Participar de feiras e eventos relacionados ao seu negócio é uma ótima oportunidade para conhecer melhor o comportamento do seu público alvo e do mercado em que atua, tendo também a possibilidade de tornar a sua empresa conhecida neste mercado. Nestes formatos de eventos os frequentadores estão com grande expectativa de compra e em busca do fornecedor ideal para atender a sua necessidade. Com base nestas informações, estruture um stand atrativo, em local convidativo, ofereça promoções e desfrute dos bons resultados desta experiência. Fique sempre atento as agendas destes eventos, pois muitas são realizadas semestralmente ou anualmente, mas exigem um tempo para inscrição e cadastramento de novos expositores.

CLIENTES IMPULSIONADORES

Você provavelmente já conhece a expressão “marketing boca a boca” e sabe que seus clientes satisfeitos são os grandes vendedores e impulsionadores do seu negócio. Portanto, é uma grande oportunidade oferecer para estes incentivos para que eles promovam a sua empresa. O público indicado pelos seus atuais clientes são clientes potenciais, pois podem compartilhar de perfis, localização e comportamentos semelhantes. Ofereça descontos, brindes e outros tipos de recompensa para cada novo cliente indicado. Você também pode estender um percentual deste desconto ou incentivo para o seu novo cliente indicado.

VISITAS

Não descarte este tipo de ação para prospectar os seus clientes. Mesmo sendo uma ação que exige um pouco mais de planejamento e disponibilidade financeira, esta ainda trás bons resultados para o seu negócio, principalmente para a apresentação de produtos que exigem o contato físico com o potencial cliente.

E NÃO SE ESQUEÇA!

Sendo nas redes sociais ou fora delas, busque sempre as alternativas que melhor se adaptam ao seu negócio, sabendo que em muitas situações uma forma de prospectar clientes não descarta a outra, pelo contrário, podem ser utilizadas em conjunto para alavancar ainda mais a sua empresa.

