

Competitividade

no e-commerce:

IDEIAS DE PROMOÇÕES QUE DÃO CERTO!

Mesmo para quem tem um negócio on-line, as promoções são fundamentais, para atrair clientes e se destacar no mercado. Mas será que promoções realmente trazem resultados?

Essa pergunta rodeia a cabeça de muitos proprietários de negócios virtuais, pois alguns acreditam que promoções trazem prejuízo, seja devido aos preços mais baixos oferecidos ou devido aos investimentos feitos para promover a própria promoção.



Porém, se bem planejadas, as promoções podem apresentar bons resultados e benefícios, como aumento do alcance da sua marca, captação de novos clientes, mais tráfego para o seu site e, claro, aumento das vendas.



Para que você possa fazer uso dessa estratégia na sua empresa, apresentamos aqui algumas ideias de promoção para e-commerce que realmente dão certo!

Up-selling e cross-selling

Seu empreendimento possui itens que, se comprados em conjunto, proporcionam melhor experiência ao seu cliente? Então que tal deixá-lo ciente disso toda vez que ele for comprar um produto?

Cross-selling é a estratégia de encaminhar para o seu cliente, ofertas de produtos que complementam o uso ou agregam valor para o produto que ela já comprou ou está a comprar.



Já o up-selling acontece quando você expõe ao cliente outro produto ou serviço que seja mais caro ou, então, mais itens que tornarão a compra melhor.

Por exemplo: uma loja virtual que vende celulares, ao perceber que uma pessoa está a ponto de comprar um modelo que já possui uma versão mais nova, pode ofertá-lo por uma diferença de preço um pouco maior. Isso é um up-sell.



Outro exemplo: na mesma loja, alguém compra o celular mais moderno do momento. Mas será que só o aparelho basta? Esse cliente não precisará de capa, película, fones de ouvido, entre outros acessórios? É hora, então, de oferecê-los por meio de cross-sell.

Você pode deixar as ações de up-sell programadas no seu site, para que, a cada início de compra de um produto, uma mensagem apareça, sugerindo um mais moderno ou último lançamento.

O cross-sell pode ser feito da mesma forma, embora também possa funcionar o contato com os clientes por e-mail ou remarketing, sugerindo que eles comprem mais.



Dia de promoção

Sabe aquele produto que seu cliente sempre quis comprar, mas não pôde porque o preço estava acima do orçamento pessoal dele? Ou aquele cliente que quer ter um benefício maior de preço na hora da compra?



Para isso serve o dia de promoção, uma data única em que todos que visitam seu negócio virtual podem ganhar um desconto incrível!

Você mesmo pode determinar a data: pode ser simbólica, como o aniversário da sua empresa, ou estratégica, como aquela época do ano em que as vendas costumam cair.

De qualquer maneira, é crucial divulgar a promoção com antecedência, pois, assim, seu público pode se preparar financeiramente para comprar mais.

Para isso, utilize seu site, newsletters, redes sociais e todos os demais canais em que a sua audiência esteja presente.

Cupons de desconto



Diferentemente do dia de promoção, os tickets costumam ser entregues a grupos seletos de pessoas que conquistaram o merecimento de receber esse presente.

Normalmente, os tipos de clientes que você pode oferecer cupons de desconto são:

- Pessoas que acessam algum evento seu — um webinar, por exemplo — e ficam até o final;
- Clientes que compraram muitos itens;
- Clientes ganhadores de algum sorteio promovido pela sua loja;
- Seguidores de suas redes sociais que podem ser contemplados tanto com cupons quanto com promoções.

Promoção exclusiva para redes sociais

Independentemente do seu nicho de negócio, estar presente nas redes sociais é um ponto essencial para o marketing!

A principal função desses canais é o engajamento: quanto mais curtidas, comentários e compartilhamentos suas postagens tiverem, mais visibilidade dentro das redes você conquistará.



Logo, por que não brincar aqueles que mais agitam suas redes? Esse brinde pode ser um produto de seu negócio!

A grande vantagem desse tipo de promoção é justamente aumentar o alcance das suas redes sociais a partir de ações como:

- Determinar quem receberá o item da promoção por meio de um sorteio envolvendo seus fãs e seguidores;
- Convidar pessoas a curtirem ou seguirem sua loja para, assim, também poderem participar da promoção;
- Convidar o público a preencher um formulário para participarem da promoção — uma excelente forma de captar leads.

Promoções para e-commerce em datas especiais

Essas não podem faltar no seu planejamento de marketing e vendas. Afinal, datas especiais, como Dia das Mães, são aguardadas pelo público, que está disposto a ter um desconto ou benefício na hora da compra.



Monte um calendário com aquelas datas que são mais significativas para o seu negócio e trate de avisar sua audiência quando elas ocorrerão.

Assim, os visitantes do seu site, assinantes de sua lista de contatos e seguidores das suas redes sociais poderão se preparar antecipadamente para aproveitar a promoção.

Lembre-se: Todo empreendedor quer o seu lugar ao sol, mas isso requer um grande comprometimento com o negócio.

Acesse nosso site e redes sociais e confira outros conteúdos que preparamos para você!