

Caminhos do

Empreendedorismo

FORTALEZA, DEZEMBRO DE 2024

COMO INOVAR E EXPANDIR O SEU NEGÓCIO



O QUE VOCÊ VAI LER:

4 Métricas e KPIs

12 Inteligência de mercado

6 Inovação nos segmentos

14 Transforme clientes em promotores

8 Cross-selling e up-selling

16 Personalize experiências e relacione-se

10 Jornada do consumidor



INTRODUÇÃO

Na batalha para conquistar e fidelizar seu cliente, cada passo conta. Mas antes de arriscar e investir em um novo mercado, empreendedores devem evitar seguir tendências sem avaliar pontos básicos, como a capacidade de “dar conta do recado”.

“É importante que você esteja fazendo a gestão da operação atual do seu negócio, mas sempre de olho, buscando, através da inteligência de mercado, novas perspectivas e possibilidades de investimento e atuação do seu negócio”, recomenda Gal Kury, consultora de Marketing e Estratégia e professora em MBAs de Marketing do IBMEC Business School e da Unifor.

“A gente sempre recomenda que haja um estudo de viabilidade de mercado. Lógico e obviamente, a identificação de novos mercados ou nichos depende sempre de pesquisa de observação também”, reforça. Em entrevista ao O POVO, a especialista deu dicas para quem deseja levar o negócio a um outro patamar por meio das vendas. Selecionamos e organizamos as estratégias. Confira!



DEFINA MÉTRICAS E ACOMPANHE KPIs

Os indicadores-chave de desempenho (KPIs) permitem medir o sucesso das estratégias adotadas no seu negócio e identificar pontos de melhoria. Fazendo isso, você garante que os seus esforços estejam alinhados aos objetivos definidos e que os investimentos tenham o retorno esperado. A dica é identificar o que funciona e ajustar suas estratégias continuamente.

O QUE MEDIR?

Performance de vendas, ROI de campanhas, taxa de conversão e retenção, taxa de conversão, ticket médio, custo de aquisição de clientes (CAC), e lifetime value (LTV).

COMO FAZER?

- Monitore periodicamente os resultados de campanhas e ações de vendas;
- Compare os dados históricos para entender tendências;
- Use dashboards para consolidar informações de forma visual e prática.

POR QUE É IMPORTANTE?

“O que não pode ser medido, não pode ser melhorado.” – Robert Kaplan.

INOVE DENTRO DO SEU SEGMENTO



Inovação não é apenas criar algo revolucionário; é também melhorar processos, produtos ou serviços. Olhe para práticas bem-sucedidas, mesmo de outros setores, e adapte ao seu negócio. Por exemplo, um mercado de bairro pode inovar ao oferecer delivery noturno, atendendo a uma necessidade específica da região.

COMO COMEÇAR?

- Analise seus concorrentes e identifique gaps no mercado;
- Teste pequenos ajustes, como novos formatos de entrega, promoções ou formas de pagamento;
- Escute seus clientes para encontrar ideias sobre necessidades ainda não atendidas.

USE

CROSS-SELLING E UP-SELLING



Cross-selling: é a estratégia de oferecer produtos ou serviços complementares ao que o cliente já está comprando.

Up-selling: consiste em incentivar o cliente a adquirir uma versão mais avançada ou cara do produto que ele já está interessado.

COMO USAR?

- Cross-Selling: ofereça produtos complementares (ex.: “Leve também”);
- Up-Selling: sugira versões premium do produto;
- Monte kits promocionais, como “pague menos ao levar 3 itens”;
- Utilize gatilhos psicológicos:
Urgência: “Somente hoje!”
Escassez: “Últimas unidades!”
Conveniência: Monte kits ou combos atrativos;
- Treine a equipe de vendas para identificar oportunidades durante a compra.



FOQUE NA

JORNADA DO CONSUMIDOR

Nem todos os canais ou estratégias funcionam da mesma forma para diferentes públicos. Por isso, é importante compreender o comportamento do consumidor antes de definir onde investir. Use feedbacks e pesquisas para ajustar a jornada e oferecer experiências personalizadas. Apostar em plataformas de automação e análise de dados, como soluções em nuvem, ajudam a entender melhor os padrões de comportamento.

COMO MAPEAR A JORNADA?

1. Identifique os pontos de contato do cliente com sua marca: redes sociais, site, loja física, etc;
2. Observe como ele busca informações e fecha pedidos;
3. Adapte seus canais de venda às preferências dele.

EXPANDA COM

INTELIGÊNCIA DE MERCADO



Antes de entrar em novos mercados ou nichos, é necessário realizar um estudo de viabilidade. Pesquise antes: avalie se é possível implementar a ideia e os desafios do novo mercado ou nicho. Avalie se sua empresa possui recursos, competências e estratégias adequadas para superar as barreiras de entrada.

PASSOS PARA A EXPANSÃO:

1. Avalie o tamanho do mercado e o potencial de receita;
2. Identifique os concorrentes e suas estratégias;
3. Observe tendências de consumo e mudanças no comportamento do público;
4. Verifique se sua operação atual está suficientemente sólida para suportar a expansão.

Atenção!

evite entrar em mercados apenas porque “todos estão fazendo isso”. Uma decisão baseada em modismos pode gerar prejuízos. Mas se, após cumprido o checklist acima, você julgar que a expansão do seu negócio realmente vale a pena, não comprometa a operação existente enquanto implementa o novo nicho.

TRANSFORME

CLIENTES EM PROMOTORES



Para transformar clientes em “embaixadores” da sua marca, você pode começar oferecendo descontos ou brindes exclusivos para quem indica novos consumidores. Então, surpreenda o seu cliente sempre que possível! Um cliente que se sente especial será mais propenso a recomendar sua marca.

- Ofereça produtos e serviços que superem expectativas, criando uma experiência memorável;**
- Valorize o cliente em todas as etapas da jornada (pré-venda, venda e pós-venda);**
- Incentive recomendações: invista em programas de fidelidade e ações que inspirem o compartilhamento espontâneo;**
- Invista em treinamento para equipes de vendas e suporte para garantir um atendimento impecável.**



PERSONALIZE

**EXPERIÊNCIAS
E RELACIONE-SE**

Atualmente, ferramentas acessíveis permitem personalizar as interações com os clientes. Isso ajuda a criar um vínculo mais forte, já que o consumidor sente que suas necessidades individuais estão sendo atendidas. Por exemplo, uma loja virtual pode recomendar produtos com base no histórico de compras de um cliente.

Como implementar?

- Use CRM (Customer Relationship Management) para coletar e organizar informações sobre seus clientes;
- Automatize ações como e-mails personalizados, lembretes de compra e promoções exclusivas;
- Mapeie os momentos mais importantes na jornada do cliente e crie ações específicas para cada etapa.

Fonte: Gal Kury, consultora de Marketing e Estratégia. Atua na área por mais de 30 anos, atendendo clientes de diversos segmentos em todo o Brasil.

Caminhos do Empreendedorismo

EXPEDIENTE

EMPRESA JORNALÍSTICA O POVO S.A

PRESIDENTE INSTITUCIONAL & PUBLISHER: Luciana

Dummar | PRESIDENTE EXECUTIVO: João Dummar

Neto | DIREÇÃO GERAL DE NEGÓCIOS E MARKETING:

Alexandre Medina Néri | DIRETOR DE ESTRATÉGIA

DIGITAL: André Filipe Dummar de Azevedo

PROJETO CAMINHOS DO EMPREENDEDORISMO

GERENTE DE NEGÓCIOS: Ranilce Barbosa |

CONCEPÇÃO E COORDENAÇÃO GERAL: Paula Lima |

ESTRATÉGIA E RELACIONAMENTO: Dayvison Álvares

| ANÁLISE DE PROJETOS: Beth Lopes | ANÁLISE DE

MARKETING: Álvaro Guimarães

Este produto é customizado pelo O POVO LAB - estúdio de branded content do O POVO.

EDITORA-EXECUTIVA O POVO Lab: Paula Lima |

TEXTOS: Lucas Casemiro | DESIGN: Natasha Lima |

REDES SOCIAIS: Juliete Costa e Sofia Constance

Patrocínio



Fortaleza
PREFEITURA

Realização

OPOVO



COMPANHIA DE
COMUNICAÇÃO
E INFORMAÇÃO