6 maneiras baratas de conquistar clientes

Veja uma lista de recomendações para empreendedores que desejam atrair e fidelizar clientes, mas não tem muito capital.

São Paulo – O que fazer quando você precisa atrair e fidelizar clientes, mas não tem dinheiro suficiente para investir em uma divulgação pesada? Atualmente, é possível elaborar estratégias de marketing para a sua pequena empresa sem precisar de muito recurso.

O primeiro passo é investir na preparação. “O empreendedor deve planejar com carinho essa abordagem, fazer de maneira correta, transparente e ética. A velocidade com que as informações circulam é absurda. Em poucas horas, a reputação de uma empresa pode acabar”, alerta Bento Alves da Costa Filho, coordenador do MBA em Marketing e Varejo do Ibmec/DF.

Leticia Menegon, coordenadora da Incubadora de Negócios ESPM, recomenda não gastar vela boa com santo ruim. Ou seja, nada de adotar sempre a mesma estratégia. “O empreendedor tem que começar a perceber que têm grupos de clientes com necessidades similares. A partir daí, ele pode colocar em prática planos específicos de marketing e relacionamento”, diz.

Um cuidado: não deposite todas as suas fichas em um modelo de divulgação, por melhor que ele seja. “Caso contrário, você deixa de abordar uma parte do mercado que poderia conhecer sua empresa e comprar de você”, diz Beatriz Micheletto, consultora do Sebrae-SP.

Para colocar esses conselhos em prática, veja, a seguir, seis estratégias para conquistar seus clientes sem gastar muito:

1. Melhore a qualidade do seu produto

A primeira dica é focar na qualidade do que você oferece. “Você naturalmente conquista um cliente tendo um bom produto ou serviço, além do atendimento. É muito difícil que seu cliente vá substituí-lo por outro fornecedor se você tiver um item de qualidade. Não só isso: ele também vai fazer a propaganda do seu negócio”, diz Leticia.

2. Conheça seu cliente e faça bom uso das informações

Uma boa forma de você começar a conquistar os clientes é entendendo o perfil deles, diz a professora da ESPM. Uma maneira barata de conhecê-los é simplesmente batendo um papo com a clientela, recomenda. Para Filho, um conceito para prestar atenção nessa estratégia é o de “estilo de vida”: como o cliente gasta tempo e dinheiro.

Se você resolveu contatar possíveis clientes fora do local de negócio, é bom trabalhar no seu banco de dados. Segundo Beatriz, as pessoas não querem ser abordadas por empresas das quais elas nunca ouviram falar. Como exemplo, Filho cita o spam e as pop-ups, estratégias de comunicação que os clientes não costumam aprovar.

3. Invista em atendimento, durante e após a venda

Para Beatriz, o grande diferencial hoje em dia é o atendimento. “O cliente até paga um pouco mais porque a empresa atende bem e oferece as coisas certas. É bom trabalhar com a pontualidade: o cliente veio procurar aquilo que ele quer”, recomenda a consultora. Ou seja: nada de incentivar os vendedores a oferecerem sandálias se o cliente está buscando uma bota, por exemplo. Leticia endossa o conselho. “Você tem que preparar muito bem quem vai atender o cliente, se não for você mesmo”.

Outro ponto é evitar deixar o cliente sem resposta após uma reclamação. “Nós estamos falando em relacionamento de médio e longo prazo, e ele pode se desgastar se as coisas não se resolverem. Não tem mágica: as boas empresas trabalham em cima de relacionamento. Ele exige investimento e dedicação, mas funciona”, diz Filho. “Não deixe o cliente na mão. Isso é muito valorizado no mercado. A maioria dos empreendedores ainda não percebeu isso aqui no Brasil”, declara Leticia.

4. Alie-se a outras empresas

Segundo a professora da ESPM, fazer parcerias com empresas que possam angariar clientes para você é uma estratégia barata. Em alguns modelos de parceria, a empresa só tem um custo quando realmente fechar um negócio. Assim, você consegue atingir um público que você não atingia antes.

A consultora Beatriz cita outro exemplo de parceria: as promoções feitas com negócios complementares, que têm o mesmo público-alvo mas produtos diferentes. Por exemplo, uma loja de sapatos e outra de roupas podem fazer um folheto em parceria, o que diminui os custos para ambas e faz com que a divulgação aconteça nos dois ambientes.

5. Defina o raio de atuação da sua empresa

Uma pergunta que todo dono de negócio deve se fazer é a de quanto seus clientes estão dispostos a se deslocar para ir ao seu empreendimento. “Não fique gastando dinheiro com pessoas distantes do seu raio de atuação. O cliente só vai se deslocar se valer muito a pena, e sempre estará procurando substitutos próximos. Faça uma propaganda mais localizada – além de ser mais eficiente, os custos diminuem”, aconselha Leticia.

6. A comunicação vai mal? Aja por conta própria

Se você acha que seu negócio não está atraindo tantos clientes, considere a possibilidade de ter de se dedicar pessoalmente à comunicação e ao marketing. “É importante o próprio empreendedor garimpar informações. Ele precisa reservar tempo para isso. Às vezes, ele corre atrás de muita coisa, mas não se dedica a esse assunto, porque acha que o cliente vem sozinho. Ele precisa conhecê-lo, perguntar o que ele pensa. É um exercício obrigatório para os empreendedores”, diz Filho.

Fonte: EXAME

http://aciamcdlmariana.com.br/noticia/32/6-maneiras-baratas-de-conquistar-clientes-por-exame-em-14-de-maio-de-2015 em 21/08/2025 14:42