

Como identificar o público-alvo da minha loja?

Conhecer o cliente é fundamental para melhorar os resultados do seu negócio.

Mas afinal, como conhecer meu cliente? Se hoje a sua loja não tem nenhuma informação sobre os clientes, dificilmente pode aumentar a efetividade das suas ações.

Para começar a melhorar os seus resultados, o primeiro passo é saber quem eles são, o que compram e com que frequência. Você tem alguns caminhos para iniciar esse processo na sua loja e a premissa para eles é criar um cadastro de clientes.

Após isso, sempre que ele for identificado você usará seu software de gestão de clientes para analisar os dados dos seus consumidores e criar ofertas para eles.

Qual é a importância de conhecer o perfil do cliente ideal?

O público-alvo de uma empresa é composto pelas **pessoas que podem ter interesse nas soluções apresentadas**. Porém, esse grupo de pessoas pode ser bem grande e heterogêneo. Cada **potencial consumidor** tem necessidades distintas e, portanto, exige ações diferentes das empresas.

Para criar estratégias que realmente alcancem os objetivos, é preciso filtrar esses contatos de acordo com o que você acha mais interessante e conectado à sua marca. Não ter um **perfil do cliente bem definido** pode fazer com que você, na ânsia de converter todos, cometa erros no atendimento e perca grandes oportunidades.



Como identificar as características do seu público-alvo ideal?

Analise os seus clientes atuais



O primeiro passo para **identificar o perfil do cliente ideal** é analisar os seus consumidores atuais.

Quais são os seus principais consumidores? Sabe aqueles clientes que você faz questão de estabelecer um melhor relacionamento, priorizando o estoque e conhecendo melhor as características? Ele pode ser o seu **cliente ideal**. Faça uma lista das suas preferências, mas tente alinhar a sua opinião com o **retorno financeiro** que é gerado pelos consumidores. Análise esses clientes selecionados e procure por padrões no comportamento e nas características.

Identifique as características do público



Agora que você já fez essa primeira seleção, veja como esses **clientes especiais** utilizam a solução ofertada. Por que eles compram? Como eles utilizam o produto? Com qual finalidade? Você deve observar, por exemplo, se esse público usa os produtos para criar um negócio ou se é para consumo próprio.

Analisando esses consumidores, procure por padrões. Eles podem ser a localização geográfica, o gênero, a faixa etária ou qualquer outro dado que permita criar uma **segmentação** para tratamento posterior.



Observe a necessidade pela solução

Por que esses clientes compram na sua empresa? Qual é a real necessidade deles? Essas perguntas podem trazer análises bem interessantes. O consumidor procura por uma solução quando reconhece um problema existente. Entender esses problemas permite que você compreenda o universo do seu público e crie ações mais direcionadas, focadas em atender as necessidades de cada um deles



Treine e envolva sua equipe

O trabalho da equipe de loja é fundamental para a identificação dos clientes. Os operadores de caixa é que serão responsáveis por oferecer o cadastro e também por identificá-los. Caso isso não aconteça, você terá poucos clientes na sua base e consequentemente poucas informações para trabalhar.

Para solucionar essa questão é preciso que você tenha um líder de projeto que sempre ajude a equipe. Além disso, é de grande importância fazer um treinamento com os colaboradores, para que eles saibam e estejam capacitados para realizar suas tarefas.

Coletou todas as informações?



Com todos esses pontos que levantamos, é possível **identificar o perfil do cliente ideal** para a sua empresa e, assim, **traçar planos estratégicos focados**.

Lembre-se: você deve sempre prezar por um **ótimo atendimento** para fidelizar seus consumidores. Assim, entender as características dessas pessoas é fundamental para que a sua **estratégia** tenha sucesso. Colete as informações, analise-as e crie um **direcionamento**. Passe o resultado para toda a sua equipe e comece a planejar as suas operações.

Que tal começar agora a identificar o perfil do cliente ideal para o seu negócio?

Qual o próximo passo?

Agora, com o perfil do cliente ideal em mãos, você precisa desenvolver as melhores estratégias para otimizar sua performance de vendas. Compreender as necessidades do seu público é essencial para uma abordagem comercial comprometida em gerar novas vendas!

Por exemplo, um determinado consumidor comprou argamassa colante nos últimos 30 dias. Quando você fizer uma oferta deste produto, irá enviá-la para esse cliente, pois sabe que ele costuma comprar. As chances de que ele compre novamente são boas, já que ele já costuma comprar esse item com certa frequência. As chances também são maiores do que se você enviar para 10 clientes, por exemplo, mas sem saber se algum deles comprou aquele produto ou mesmo têm interesse nele. Além de aumentar a efetividade das ações, com a análise de dados você pode otimizar seus custos com o marketing.