**Cinco passos para colocar o cliente no comando da sua empresa**

*O protagonismo do consumidor e a gestão com foco na experiência do cliente estiveram entre os principais temas debatidos na NRF 2023 Retail’s Big Show, maior evento de varejo do mundo*

O uso de novas tecnologias e a possibilidade de adquirir produtos e serviços de qualquer lugar do mundo transformaram significativamente as relações de consumo e a forma como as marcas se conectam com o público. Por isso, o protagonismo do consumidor e a necessidade de uma gestão focada na experiência do cliente estiveram entre os temas mais debatidos na NRF 2023 Retail’s Big Show, maior evento do varejo do mundo, realizado entre 15 e 17 de janeiro nos Estados Unidos.

De acordo com Rafael Piepo, gestor de marketing e vendas da Sucesso em Vendas, empresa especializada no desenvolvimento de metodologias para equipes comerciais, com consumidores cada vez mais exigentes, as marcas precisam buscar um diferencial. “Um dos principais pontos destacados no evento foi a necessidade de apresentar soluções individualizadas e que resolvam os problemas do consumidor para que consigam se manter competitivas. Conhecer profundamente o seu cliente, os hábitos de consumo e como é a sua jornada de compra é o básico que toda empresa deve fazer”, destaca.

Confira cinco dicas para colocar o consumidor no comando da sua operação comercial:

**- Conheça seu público**

As soluções tecnológicas que utilizam Inteligência de Dados são grandes aliadas neste processo, pois fornecem informações relevantes sobre o comportamento de consumo do seu cliente. Saber quais as suas preferências, o que o leva a efetivar a compra e quais os desejos que ele tem, por exemplo, são fundamentais para se comunicar com assertividade e prever demandas futuras.

**- Foco na experiência**

As relações de consumo estão em constante transformação e os clientes cada vez mais conscientes, com isso as marcas precisam se adaptar para criar uma conexão com o público. “O foco não deve ser apenas em vender e bater metas, as pessoas buscam hoje uma experiência diferenciada na hora de consumir, querem sentir o produto e testar as inovações antes de fechar a compra, entre outras coisas”, explica Piepo.

**- Comunique os seus valores**

Para criar uma relação afetiva com o público, as marcas precisam comunicar os seus valores em todas as etapas de operação. Uma das tendências observadas na NRF 2023 foi a necessidade de conhecer as características, os valores e a cultura do local em que a empresa está inserida. A partir de um posicionamento claro, é possível a criação de comunidades e a formação de defensores da marca, que podem ter vantagens exclusivas como vendas antecipadas em lançamentos ou programas de cashback, por exemplo. Lembre-se que é mais fácil fidelizar um cliente do que prospectar novos.

**- Seja Omnichannel**

Estar em todos os canais de uma forma padronizada é fundamental para se comunicar bem com o cliente. “O atendimento deve ser o mesmo em uma loja online ou na física, inclusive em franquias. Por isso, o treinamento constante das equipes é o que leva ao sucesso em vendas. O importante é buscar sempre solucionar os problemas do consumidor, independentemente do canal utilizado”, destaca Piepo.

**- Busque o Phygital**

As novas tecnologias transformaram a forma como o consumidor pesquisa e adquire produtos. Com isso, a tendência é que as lojas físicas se tornem cada vez mais pontos de logística, para retiradas e trocas de produtos comprados na internet. Experimentar produtos e comprá-los na loja física e receber a encomenda em casa também é um dos caminhos para o phygital. O importante é que as pessoas reconheçam que a empresa é a mesma tanto no digital, quanto no físico, e isso passa por toda a operação comercial, desde a identidade visual da loja, promoções, formas de pagamento e atendimento ao cliente.

De acordo com a pesquisa “The Value of Getting Personalization Right” divulgada no final de 2021 pela McKinsey, a personalização impulsiona o crescimento das corporações. O estudo aponta que 72% dos consumidores entrevistados querem que as marcas os reconheçam e saibam quais os seus interesses e 71% esperam ter uma relação personalizada com as empresas.

**Sobre a Sucesso em Vendas**

A Sucesso em Vendas atua com soluções inovadoras e sob medida para seus clientes, com 25 anos de experiência no Brasil e em Portugal e mais de 700 empresas atendidas. A consultoria é especialista em melhorar a experiência de compra dos clientes de seus parceiros e, principalmente, melhorando resultados de vendas. [www.sucessoemvendas.com.br](http://www.sucessoemvendas.com.br/)