**Varejo: cinco dicas para fidelizar os clientes na retomada econômica**

*Mesmo com reabertura do comércio, lojistas devem manter atendimento digital e integrar canais de comunicação*

Os novos hábitos de consumo adquiridos ao longo da pandemia de Covid-19 demandam que as empresas estejam atentas às expectativas dos consumidores neste momento de retomada econômica. Segundo Luis Fellipe de Oliveira, gestor de inovação e growth da Sucesso em Vendas, empresa especializada em consultoria e treinamento de equipes de vendas, o varejo foi um dos setores mais afetados com as medidas de distanciamento social adotadas nos últimos dois anos e, agora, precisa se reinventar para fidelizar os clientes que estão mais exigentes do que antes.

Uma das principais mudanças, segundo ele, foi a adoção de plataformas tecnológicas tanto pelas empresas quanto pelos consumidores, o que já era uma tendência no varejo. Ele explica que o processo foi acelerado com a pandemia e deve se evidenciar ainda mais nos próximos anos, mesmo com a reabertura total da economia. De acordo com dados da Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm) em 2021 o e-commerce teve crescimento de 19% no Brasil em relação a 2020 e, a expectativa é que em 2022 cresça cerca de 12%.

“O varejo digital é um caminho sem volta e deve crescer muito ainda. Mesmo após a reabertura das lojas físicas, observamos que muitos consumidores continuam buscando atendimento nos canais digitais e as empresas não podem ignorar este movimento”, destaca Luis Fellipe que elenca cinco dicas para a fidelização dos clientes neste contexto.

**1 – Esteja presente em diversos canais**

O omnichannel é uma tendência no varejo e propõe a integração entre os clientes e as lojas físicas e virtuais, de modo que o consumidor não veja diferença entre o mundo on-line e off-line. Com isso, é possível, por exemplo, que uma compra que é feita na internet seja retirada na loja física ou então provar um produto na loja e efetuar a compra no digital.

“Antes mesmo da pandemia este já era um conceito muito presente nas grandes redes de varejo, mas agora, com os novos hábitos adquiridos pelos consumidores, todas as empresas, até as menores, devem marcar presença em diferentes canais, para fortalecerem o seu vínculo com os clientes”, explica Luis Fellipe.

**2 – Tenha uma equipe preparada para o on-line**

De acordo com o especialista, mesmo com a reabertura das lojas físicas, as empresas devem manter ativos os canais on-line por onde se comunicavam com os clientes quando as lojas estavam fechadas. “O uso do WhatsApp, do Instagram, do Facebook e outras redes sociais foi o caminho para muitos comerciantes se manterem no período mais crítico da pandemia, principalmente para aqueles que ainda não tinham uma estrutura de e-commerce. Agora que as lojas reabriram, não podem simplesmente ignorar esses canais de venda”, destaca.

Para ele o ideal é investir em uma equipe preparada para o atendimento on-line, uma vez que o vendedor que está na loja prioriza o atendimento presencial. Porém, há casos em que o vendedor da loja pode atender também as demandas dos canais digitais, mas isso depende muito do tamanho da empresa e do volume de atendimentos diários. “Cada caso é um caso, a empresa tem que se adaptar dentro dos recursos que ela tem. O que não pode, em nenhuma hipótese, é não estar nos meios digitais. Ou com uma equipe própria, ou com os recursos da própria loja atendendo, o importante é ter pessoas preparadas para isso”, afirma.

**3 – Foque na experiência do consumidor**

Luis Fellipe alerta para a transformação que ocorreu nos últimos anos na forma como o cliente se comporta perante as marcas. “O consumidor está cada vez mais exigente e ciente de seus direitos, por isso, ele busca muito mais do que uma simples compra, muitas vezes está em busca de experiências e as lojas devem estar prontas para oferecem isso”, destaca.

O especialista propõe que o atendimento seja personalizado, principalmente nas lojas físicas em que é possível entender melhor quem é o cliente, chamá-lo pelo nome, saber o que o levou até a loja, quais as suas necessidades ao adquirir um produto.

**4 – Esteja presente em Marketplaces**

De acordo com Luis Fellipe, o marketplace se mostrou um grande canal de vendas durante a pandemia, principalmente por reunir empresas que não possuíam uma  estrutura própria de e-commerce e precisavam chegar ao consumidor final. Para ele, mesmo com a retomada econômica e abertura das lojas, as empresas devem permanecer nesses canais.

“Os consumidores se sentem mais seguros ao realizarem uma compra em um site destes, de marcas já conhecidas. Estar presente nos marketplaces além de aumentar a visibilidade de sua marca, também resulta em mais vendas”, afirma.

**5 – Fique atento às normas de segurança contra a Covid-19**

Por fim, Luis Fellipe alerta os comerciantes sobre os protocolos sanitários de prevenção à Covid-19 nas lojas físicas. Mesmo com o avanço da vacinação contra a doença e a redução do número de casos, os consumidores ainda estão atentos a estes cuidados e muitos ainda evitam aglomerações.

“Neste momento em que ainda não voltamos à normalidade, é fundamental continuar com as normas de prevenção, como distanciamento entre os clientes, disponibilização de álcool em gel e manter o uso de máscaras de proteção entre os colaboradores. São iniciativas que podem deixar o consumidor mais à vontade em sua loja e fazer com que ele retorne mais vezes, se sentindo seguro em relação à pandemia”, destaca Luis Fellipe.

Para ele, o mais importante é que as empresas demonstrem respeito e cuidado pelos colaboradores e clientes, independentemente de qual seja o canal. “Toda empresa é formada por pessoas, tudo deve ser pensado para atender as expectativas dos clientes”.

**Sobre a Sucesso em Vendas**

A Sucesso em Vendas é um hub de soluções inovadoras, efetivas e sob medida para empresas que atua há 25 anos no Brasil e em Portugal, com o objetivo de alavancar os indicadores comerciais por meio do alinhamento inteligente entre educação corporativa, metodologia e tecnologia de dados.