

Venda sazonal – Como faturar o ano todo



Comprar casacos de lã ou estufas no verão faz pouco sentido na cabeça das pessoas. É sabido que existem vários produtos que vendem muito em determinado período do ano e, no restante, acabam pegando poeira.

Esta situação é chamada de sazonalidade, acontece praticamente em todos os tipos de lojas de varejo. As vendas sazonais proporcionam grande quantidade de vendas em

determinados períodos, por outro lado a falta de agilidade em modificar a oferta de produtos na hora certa coloca pressão nas suas finanças.

Para ajudar, aqui vão algumas dicas:

Planeje bem seu negócio

Vamos imaginar o seguinte: Sua loja vende artigos para o inverno, casacos de lã e abrigos de malha. Eles vendem muito bem na sua região durante o inverno. Isto é ótimo, mas tem um problema, ninguém compra estes itens no verão.

Agora imagine se você tem uma loja de variedades, vendendo de tudo um pouco, brinquedos no Natal, cadernos no início das aulas, chocolates na páscoa, presentes de dia das mães e outros.

É aqui que sua loja pode se destacar. Com uma boa gestão, você pode comprar por antecipação e conseguir um belo desconto do seu fornecedor e se bem negociado uma condição melhor do que no auge da sazonalidade.

Certamente você precisa ficar atento ao espaço disponível para [estocar](#) estes produtos comprados antecipadamente, para evitar problemas no momento da [venda](#). No caso do casaco, ele pode ficar fora de moda e perder o valor, por exemplo, o que não acontece com um caderno. Concluído, fique atento ao tipo de produto que pode ser estocado sem sofrer deterioração.

Use um [software](#) para ajudar

Nenhuma empresa funciona só na cabeça de seu administrador. Organize o fluxo de caixa e o seu mix de vendas, mantenha estes dados sempre atualizados. Rapidamente você vai aprender quais são seus períodos de alta e de baixas vendas. Visto isto será possível se preparar e decidir quando repuser o estoque garantindo que sua loja esteja abastecida na época de alta.

Seja parceiro de seu fornecedor

Se você conhece quais são seus meses de alta e a média de vendas em determinado período, utilize estes dados para negociar com o seu fornecedor.

Este conhecimento vai proporcionar conseguir melhores preços de compra e melhores prazos de pagamento. Seus fornecedores também são

vendedores como você, eles também precisam vender. No momento em que um fornecedor lhe reconhece como um parceiro, as coisas começam a fluir.

Planeje

O bom [planejamento financeiro](#) fornece os subsídios necessários e o conhecimento dos meses em que vende menos. Feito isto é só equilibrar as suas contas, usando o lucro dos melhores meses para fechar o caixa no período de poucas vendas.

Esteja aberto as novidades

Vários motivos ajudam o comércio sazonal, tais como, o hábito dos clientes da sua região e o ponto da sua loja, porem o mais importante é conhecer o seu mix de vendas. Trabalhe usando este conhecimento na hora de ofertar os seus produtos.

É mais comum do que se pensa uma loja ter suas vendas sazonais prejudicadas por um mix de produtos desatualizados. Ofertar sempre as mesmas coisas não é uma boa prática. Você precisa buscar novos produtos, novos fornecedores, ir a feiras e ficar sempre de olho nos lançamentos na internet.

Fique atento aos produtos novos que surgem no mercado, e que podem ser vendidos no período de baixa, ou no ano todo, antecipando-se aos seus concorrentes. Não seria ótimo? Mas só vai acontecer se você procurar.

Pense nisto, a propósito, a [Splan Manager](#) dispõe de um software que pode lhe ajudar a gerir suas compras, vendas e estoque.

Aumente suas vendas



– Aqui vão alguns conselhos que podem ajudar no seu processo de venda:

Fique atento para o tipo de produto que o seu cliente procura. Normalmente ele já sabe o que quer quando entra na sua loja, porém se você não tem exatamente o que ele quer, é aí que se inicia o processo de venda.

Tenha consciência de que a pessoa que acaba de entrar em sua loja é uma pessoa complexa, cujos valores e cultura na maioria das vezes são desconhecidos, então é preciso fornecer a ele um atendimento personalizado.

Tenha em mente que as estratégias de abordagem dos clientes devem ser discutidas com a sua equipe de trabalho.

– Atenda o seu cliente sorrindo:

Sorrir é um sinal de boas vindas, coloca o seu cliente mais a vontade, até os mais tímidos. Mesmo que o cliente não retribua o seu sorriso, isto não deve abalar a sua disposição em atendê-lo. Nunca se esqueça da regra básica de educação: “Bom dia”, “Boa tarde”, “Em que posso ajudá-lo?”

– Demonstrar atenção não é sufocar o cliente:

De um tempo para o cliente avaliar o ambiente físico da loja e sentir-se a vontade. Se ele tocar algum produto, demonstrando o seu interesse por ele, é neste momento que você entra em ação dispondo-se a ajudá-lo.

Caso esse cliente lhe faça uma pergunta, ou estenda o seu “Bom dia” como o início de um diálogo, pode falar, esse cliente é receptivo e vai lhe dar atenção.

Se o cliente não falar nada e apenas observar os produtos, cuidado: você deve agir com paciência, esperar que ele lhe procure. Se você cercar o cliente insistindo em lhe vender alguma coisa muitas vezes ele vai sair de sua loja sem comprar nada. Lembre-se, assim como você esta querendo vender, o mais importante é que ele esta querendo comprar.

– Após o atendimento, tendo efetuado a venda ou não o convide a retornar:

Finalmente você deve procurar saber o que levou este cliente até sua loja. Após o atendimento e finalizado o processo de venda, tente inquirir o cliente se ele gostou do atendimento e se ele encontrou tudo que estava procurando, caso já não tenha conseguido estas informações durante a venda.

Informe ao seu cliente que você recebe constantemente novos produtos que podem ser adquiridos em sua próxima visita.

Nunca se esqueça de fornecer ao cliente um comprovante de sua compra, isto vai formalizar a sua venda, a [Splan Manager](#) disponibiliza um software que além de ajudá-lo na gestão

financeira de sua empresa, emite as NF-e exigíveis para esta finalidade.