Vivacy
bijoux e acessórios

Tudo sobre cross selling

Nesse treinamento vamos entender o conceito e as técnicas para complementar suas vendas, além de entender a importância para o faturamento da loja ao final do mês.

Afinal, o que é cross selling ?

"O cross selling, também chamado de venda cruzada, acontece quando você oferece um produto ou serviço complementar à oferta que o cliente adquiriu."
(Fonte: https://resultadosdigitais.com.br/blog/cross-selling-up-selling/)

A intenção é fazer o cliente levar itens a mais do que ele inicialmente demonstrou interesse em comprar, criando uma nova necessidade de compra e hábitos.
O vendedor deve em todas as vendas oferecer para o cliente a oportunidade de levar mais de um item que possa complementar ou não o que ele já está levando, garantindo a satisfação do cliente.
Um exemplo de cross selling é quando a cliente vai até uma loja onde vende produtos de maquiagem com o desejo inicial de adquirir uma base líquida (desejo inicial) e a vendedora apresenta também o pó compacto facial da mesma marca (produto complementar) e indo até o caixa a mesma pergunta se ela precisa de removedor de esmalte (produto não complementar) e cliente leva todos os itens oferecidos, atendendo sua necessidade e satisfação.

Uma regra de ouro para a venda adicional é sempre oferecer um item mais barato que o da venda original.

SAIBA O MOMENTO CERTO DE OFERECER O PRODUTO

Esse é o famoso timing.Existe uma hora certa para oferecermos um novo item para o cliente. Primeiramente temos que identificar a necessidade dele, qual item o trouxe até a loja e se o que estamos mostrando está satisfazendo essa necessidade.Assim que resolvermos essa pendência damos início ao cross selling: veja qual foi o item adquirido e tente combinar um item que complemente o produto inicial. Segue alguma combinações que podem ser usadas na Vivacy Bijoux:

- colar + brinco
- brinco + piercing fake
- piercing fake + colar
- colar + chocker
- chocker + pulseira
- pulseira + anel
- anel + anel de falange
- anel de falange + tiara
- tiara + laço de cabelo

Enfim, as combinações são dezenas e podemos personalizar conforme a personalidade do cliente.

Pense sempre em combinações que agradam o cliente, que esteja dentro das expectativas que ele criou na combinação. Porém é muito importante observar se o cliente está aberto para levar mais peças, à forma como ele age, se ele não faz um contato direto com os olhos e se responde apenas com uma palavra, significa que ele pode estar insatisfeito com o produto ou estar incomodado com uma possível insistência por parte do vendedor.

POSICIONE ESTRATEGICAMENTE OS PRODUTOS

O que ajuda a gerar um maior interesse dos clientes nos demais produtos é a posição onde eles ficam dentro do estabelecimento.
Posicionar estrategicamente o produto pode aumentar muito a saída dele dos estoques, pois apresentamos logo de cara a nossa maior intenção de vendas.

Dentro da Vivacy Bijoux e Acessórios sempre temos logo em destaque a nossa coleção em destaque, chamada Tendências , que são justamente isso , peças sazonais que tem uma procura grande em um curto espaço de tempo. Colocamos logo à frente para mostrar rapidamente ao público alvo que a loja possui aqueles produtos e para que ele gere um rápido interesse nas pessoas e com isso tenha uma saída rápida para que novos itens ocupem aquele espaço.

Cuidado para não atrapalhar a venda inicial. Esteja certo de que esta já está concluída antes de adicionar mais itens.

Também é uma estratégia colocar logo de cara os carros-chefes de venda em um local que os valorize, no nosso caso, pense onde ficam os laços infanti : se eles estivem no fundo da loja em um móvel muito

próximo ao chão, você acha que eles venderiam tanto quanto vendem ?

Não podemos nos esquecer da venda no caixa. Sempre tenha produtos de baixo valor e bastante apelo no caixa e ofereça à todos os clientes. Nos nossos caixas podemos deixar laços de meia, batons, tic tacs, entre outros produtos que se enquadrem bem ali.

Mas, quando pensar em cross selling, lembre-se:

- Quando você entrega ao cliente aquilo que ele já sabia que iria comprar e foi "buscar" em sua loja, será que você está sendo um verdadeiro vendedor ou um atendedor de pedidos?

- O profissional de vendas é aquele que consegue negociar em cima de necessidades que o cliente ainda não sentiu. Ex.:Uma gravata nova que possa combinar com a camisa de seda que o cliente foi "buscar".

- Ao fazer uma venda adicional você está otimizando seus resultados, está conseguindo um maior faturamento em um único atendimento. Do contrário, você teria que atender dois clientes para ter o mesmo resultado.

- Muitas vezes são as vendas adicionais que dão lucro para a sua empresa. Não são raras as vezes que colocamos produtos em promoção com baixo ou nenhum lucro apenas para atrair clientes. Se você só consegue vender produtos em promoção não estará trazendo lucro para a empresa.

- Quando você está fazendo uma venda adicional está economizando seu tempo, o tempo da sua empresa e o tempo do seu cliente, pois mais tarde ele dará conta de que precisa do item adicional e poderá ir "buscar" na loja do seu concorrente.

Restou alguma dúvida sobre o assunto ? Mande um email para dayane.ribeiro@vivacy.com.br que irei te ajudar.

Bons estudos.

.