

Guia de ações: como se diferenciar no varejo nesta **Black Friday** e conquistar seus clientes

Durante a Black Friday, a experiência dos clientes é determinante para que ele continue comprando em sua loja sem ter que ser atraído novamente por um **desconto**.

Afinal de que adianta fazer um esforço enorme para atrair novos clientes durante a Black Friday e ele não continuar comprando com você?

O período de Black Friday é tão intenso que muitas vezes as marcas acabam esquecendo de algo muito importante: **criar um vínculo emocional** com o cliente, o que muitas vezes garantirá o seu **engajamento além da promoção** e dificilmente trocará sua marca por outra.

Aqui vão algumas dicas para conquistar o coração do seu cliente e se diferenciar:

1 Mantenha contato pós compra (com conteúdo relevante)

Além do básico, que é manter o cliente informado sobre o status de entrega do produto (no caso de e-commerces), é importante permanecer próximo do seu clientes, para que em um momento oportuno a **sua marca seja lembrada**. Isso não significa encher a caixa de entrada do seu cliente com ofertas.

Então primeiramente, **conheça os gostos do seu cliente** e de preferência traga **conteúdos que sejam relevantes para o dia a dia** dele, como por exemplo: se a pessoa comprou um tapete, você pode enviar dicas para decorar a casa. Assim, você deixa de ser só mais uma marca e se torna uma referência para ele.



2 Práticas Ecológicas

Como você já deve ter notado, a cada ano fica mais evidente o crescimento do consumo consciente, ou seja, consumidores que buscam **gerar menor impacto prejudicial ao planeta**.

Pensando nisso, é essencial estar atento à quantidade de lixo gerado através do seu negócio e assim você pode adotar práticas que não alteram o valor do produto, mas trazem grandes benefícios.

Por exemplo: trocar a embalagem plástica, por opções de papel reciclado como o papelão e substituir a famosa fita adesiva por fita de papel. Essas pequenas mudanças possibilitam que o impacto final seja menor, gerando uma consciência coletiva, tanto de colaboradores, como dos clientes.

3 Impacto social positivo através da doação

Um recente estudo feito pela *Do Something Strategic* mostrou que os **consumidores jovens têm sede por fazer a diferença** e toda essa movimentação tem feito empresas repensarem suas estratégias de engajamento com clientes, que já não se limitam a campanhas ou ofertas pontuais como: frete grátis e desconto, mas sim em criar um significado de longo prazo. **Como a sua empresa se conecta com o coração do consumidor?**

Engajar sua marca com uma causa significa mais do que se importar. **É mobilizar uma comunidade para a construção de uma sociedade melhor**. Já pensou em destinar uma pequena porcentagem de suas vendas para uma causa social que tem a cara da sua marca e que esteja alinhada ao que seu público acredita?

Aqui no Polen, temos a missão de **conectar marcas e causas para conectar marcas e consumidores**. Fazemos isso de um jeito **simples, rápido e transparente**.

[Conheça o Polen](#)

4 Logística Reversa

Ainda falando de **sustentabilidade**, outra prática não tão simples, porém viável de ser aplicada é a entrega sustentável, que seria nada mais do que **entregar os produtos sem a emissão de carbono**. Uma opção é mapear as áreas de maior demanda durante o período pós Black Friday em **logística reversa**, como comentando por Luiz Natal da Nuvemshop em [nosso](#) podcast, que você pode encontrar [aqui](#).

É importante ter em conta que a Black Friday é apenas uma porta de entrada para atrair novos clientes, mas são diversos fatores que vão fazer este consumidor ser tão feliz a ponto de voltar para comprar, fala bem de você, recomendar para os amigos ou até sentir orgulho de comprar produtos da sua marca.

5 Elimine a fricção do atendimento

Além da responsabilidade social, das práticas ecológicas e da comunicação adequada, é fundamental cuidar da **experiência de compra**.

Diferente do que muita gente pensa, a jornada de compra só termina quando **seu cliente está satisfeito com o produto**. Caso contrário, sua capacidade de resolução de problemas vai fazer toda a diferença para que ele volte a comprar e fale bem de você para suas conexões.

Deixe que o cliente solicite a troca do mesmo jeito que comprou: sozinho!

Assim, você **economiza tempo do seu time** de atendimento, fideliza seu cliente e ganha muito em receita e reputação.

Vai sair muito mais barato do que você imagina e você pode fazer isto através do **Troque Fácil!**

[Teste agora mesmo](#)

Que tal empoderar seus clientes, conheça o Polen e saiba como podemos ajudar o mundo a ser um lugar melhor!

**Gere impacto social com seu negócio,
apoando causas de um jeito simples e rápido**

[Saiba mais](#)

