

<http://www.vendabemagora.com>

vendabemagora.com

Vendas Infinitas



100 Táticas Para Aumentar Suas Vendas

100 Táticas para aumentar suas vendas em qualquer negócio, online ou não online.

Autor: Boris Burmann

Olá, sou o Boris Burmann empreendedor a mais de 11 anos, e preparei este ebook especial para que você possa aprender um pouco mais e complementar suas estratégias em vendas para alavancar e aumentar seus lucros.

Direitos Autorais

Material distribuído gratuitamente

Permitida a cópia, impressão e distribuição
livremente.

**Não autoriza qualquer alteração de formato ou
conteúdo.**

Aprenda Fazer Marketing
De Rede Em Seu Negócio
Usando O Poder da Internet
Clique Aqui



DESCRIÇÃO

Este ebook foi escrito para fornecer informações sobre marketing na Internet e fora da internet. Todos os esforços foram feitos para que este ebook seja completo e preciso. No entanto, pode haver erros tipográficos ou de conteúdo. Além disso, este e-book fornece informações somente até a data de publicação. Portanto, deve ser usada como um guia e não como a fonte final .

O propósito deste ebook é educar. O autor não garante que as informações contidas neste e-book é totalmente completa e não será responsável por quaisquer erros ou omissões. O autor não é responsável e nem tem responsabilidade de qualquer pessoa ou entidade com respeito a qualquer perda ou dano causado ou alegadamente causado direta ou indiretamente por este e-book.

INTRODUÇÃO	8
FAZER VENDAS ADICIONAIS DE FORMA MAIS EFICAZ	10
1 . <i>Upsell</i> (venda incrementada) para clientes.	10
2. <i>cross-sell</i> (venda cruzada) para os clientes.	10
3. Prenda direitos de desconto para um produto.	10
4. Ofereça amostras de novos produtos.	11
FAÇA O DESCONTO DIREITO À OFERTA LIMITADA	11
5. Ofereça parcela de curto prazo (juros baixos).	12
6. Oferecer parcela de curto prazo (sem juros).	12
7. Oferecer inúmeros métodos de pagamento.	12
8. Treine seus representantes de vendas.	13
UPSELLING MAIS EFICAZMENTE	13
9. Oferecer algo relacionado com o produto vendido.	13
10. Ofereça o item extra com um desconto.	14
11. Por que o item extra é importante.	14
12. Ofereça o item extra como uma opção (sem forçar).	14
13. Adicione a opção disponível, mesmo depois de alguns dias ou semanas após a compra.	15
14. Informar o cliente o valor do item gratuito.	15
CROSS-SELLING COM MAIS EFICIÊNCIA	16
15. Oferecer o produto somente depois que o negócio foi finalizado.	16
16. Seja persuasivo sem ser agressivo.	16
17. Ofereça o item extra e um desconto.	17
18. Por que o item é importante?	17
19. Adicione a opção disponível, mesmo depois de alguns dias ou semanas após a compra.	17
20. Incluir garantia no item de cross-sell (venda cruzada).	18
OFEREÇA PROMOÇÕES E DESCONTOS MAIS EFICAZES	18
21. Use desconto e promoções para oferecer e também ao introduzir novos produtos.	18
22. Use desconto e ofertas para reviver um produto em declínio.	19
23. Anunciar vendas e promoções através de seus canais de publicidade online.	19
24. Ofereça descontos especiais e promoções para clientes antigos.	19
25. Informar o cliente do valor do item grátis.	19
26. Use o valor de mercado do item grátis e não ao preço do fabricante.	20
OFERECER BRINDES SEM CUSTO OU POUCO CUSTO	21
27. Compre produtos eletrônicos com direitos de revenda.	21
28. Anuncie itens incluídos - pacotes como se fossem brindes.	21
29. Pergunte ao seu fornecedor sobre Brindes.	22
30. Oferecer serviços gratuitos em vez de itens gratuitos.	22
FAZER APRESENTAÇÃO DO PRODUTO DE FORMA MAIS EFICAZ	23
31. Faça a descrição do produto ser sedutora.	23
32. Evite descrições de produtos longos.	23
33. Faça uma descrição mais detalhada na parte de trás.	24
34. Faça um design de embalagem adequada.	24
35. Destacar características da moda / especificações.	24
36. Evite reivindicações excessivamente exageradas.	25

37. Use cativantes imagens / fotos.	25
PUBLICIDADE COM MAIS EFICIÊNCIA	25
38. Faça uma conta no Facebook.	25
39. Faça uma conta no Twitter.	26
40. Vincular seus sites.	26
41. Concentre-se em seu grupo-alvo.	26
42. Anuncie comparações de preços.	26
43. Anuncie comparações de especificação.	27
ABSORVER AS PERDAS DE FORMA MAIS EFICAZ	27
44. Oferecer itens invendáveis / antigos como brindes.	27
45 . Vender produtos / serviços em pacote.	28
46. Estocar produtos depreciáveis em regime de consignação.	28
47. Estocar produtos sazonais em regime de consignação.	29
QUEBRE A COMPETIÇÃO DE FORMA MAIS EFICAZ	29
48. Faça uma pesquisa de mercado.	29
49. Verifique sempre as comparações de preços.	29
50. Verifique sempre as atividades promocionais de seus concorrentes, como você, seus concorrentes vão oferecer descontos e promoções.	30
51. Oferecer sempre algo mais.	30
52. Melhorar a variedade de seus produtos / serviços.	30
53. Sempre mantenha-se atualizado.	31
54. Faça pacotes de seus produtos com brindes sem custo.	31
OTIMIZE SEU SITE COM MAIS EFICIÊNCIA	31
55 . Escrever artigos SEO.	31
56. Artigos de ordem SEO.	32
57. Backlink seu site.	32
58. Use Meta Tags	32
FAZENDO O SEU PRODUTO MAIS ATRAENTE	33
59. Anuncie com base nas tendências atuais.	33
60. Use uma embalagem diferente para refletir feriados especiais.	33
Treinar o seu pessoal de forma mais eficaz	34
61 . Ensine-os a sorrir o tempo todo.	34
62. Ensine-os a ser cortês em todos os momentos.	34
63. Certifique-se de que eles estão familiarizados com todos os seus produtos / serviços.	35
64. Certifique-se de que eles estão sempre apresentáveis.	35
65 . Devem passar por um período de treinamento.	35
66. Ensine seus representantes de vendas como ser persuasivo.	36
APRESENTAÇÃO DE FORMA MAIS EFICAZ	36
67. Esporte uma disposição autêntica.	36
68. Ostente um projeto e tema apropriado.	36
69 . Use o conteúdo de mídia.	37
70 . Utilize somente mídia de alta qualidade.	37
71. Evite páginas com aparência surradas.	37
72 . Publicar artigos somente de alta qualidade.	37
73. Publicar artigos informativos.	38
74. Classificar itens de acordo com o tipo.	38
75 . O layout deve mudar sempre.	38

76. Faça as coisas simples.....	38
USANDO UMA CRONOMETRAGEM PERFEITA PARA MAXIMIZAR	
VENDAS	39
78. Oferecer descontos, quando seus concorrentes oferecerem.....	39
79. Oferecer descontos e promoções durante o dia de pagamento.....	40
80. Estoque-se em mercadoria que vende durante algumas temporadas.	40
81 . Comprar a mercadoria quando o preço é baixo.	40
OFERECER SERVIÇOS PÓS-VENDA DE FORMA MAIS EFICAZ.....	41
82 . Oferecer garantia.	41
83. Pergunte ao seu fornecedor se ele arcar com o custo de garantia.....	41
84 . Bem-vindos clientes pós-vendas.....	42
85 . Contrate pessoas que irão lidar com serviços de pós-vendas.....	42
DICAS DIVERSAS	43
86 . Conheça o "que" os seus clientes gostam e faça o seu melhor para fornecer o que eles "quererem".	43
87. Não se contente com o que você já tem.	43
88. Uma vez que o seu negócio é estável, você pode querer se aventurar em um outro negócio.	43
89. Não basta acumular os ganhos que ganha a partir de seu negócio.	44
90. Inscrever em cursos de negócios.	44
91. Como o proprietário de seu negócio, você pode querer contratar gestores que irão lidar com as coisas para você.....	44
92. Contratar indivíduos competitivos.....	44
93 . Verifique outros fornecedores.	45
94. Peça preço mais baixo.	45
95. Verifique o valor de mercado.....	45
96. Pergunte aos seus fornecedores para lidar com o custo do envio.	45
97. Mantenha seus fornecedores felizes e eles podem apenas dar-lhe melhores condições.....	46
98. Mantenha seus funcionários felizes e eles vão sempre ser incentivados a trabalhar mais para você.	46
99. Mantenha seus clientes felizes e eles vão fazer você feliz também.	46
100. Passe mais tempo com descanso e lazer.....	46
CONCLUSÃO.....	47

INTRODUÇÃO

As pessoas pensam que fazer lucro é tão simples como comprar alguma coisa por um real e vendê-lo por dois. Bem, a parte “comprar” é fácil, especialmente se você tem o dinheiro para investir. No entanto, a parte da “venda” pode ficar muito complicado. Muitos empresários saem do negócio porque não dão conta de “vender”.

Isto é porque há mais truques para fazer negócios do que os olhos veem. Muitos jovens empresários cometem o erro de supor que eles já sabem tudo o que há para saber em gestão de uma empresa. Eles pensam que o bom senso é tudo que eles precisam, a fim de executar um negócio com sucesso e ganhar muitos lucros.

Mas há uma boa razão para que algumas pessoas passem anos na faculdade apenas para saber os truques de fazer negócios. Isso porque fazer negócios e ganhar dinheiro e ter lucro não é tão fácil quanto parece. E o senso comum não é definitivamente o suficiente.

Assim, você deve ir para a faculdade e obter um diploma de curso de gestão de negócios antes de se aventurar em um negócio ? Bem, nós não estamos dizendo que é necessário para que você possa fazê-lo. Em vez disso, iremos fornecer com alguns truques conhecidos que empresários bem sucedidos usam a fim de ser bem sucedido em seus empreendimentos escolhidos.

Aqui, você vai encontrar uma lista de 100 dicas diferentes que são projetados para ajudá-lo a aumentar as vendas de seu negócio. Claro, a maioria das dicas da lista é de natureza geral. Portanto, essas dicas são aplicáveis a qualquer negócio, não importa qual seja.

Algumas dicas são, porém, escrito com a suposição de que você está fazendo negócios online. No entanto, eles ainda são aplicáveis para as empresas não-online. Além disso, as dicas aqui são escritas em termos leigos para que não haja palavras difíceis ou idéias difíceis. Tudo está escrito, de modo que todo mundo vai entender.

Assim, sem mais delongas, vamos apresentar-lhe as 100 dicas sobre como aumentar suas vendas.



FAZER VENDAS ADICIONAIS DE FORMA MAIS EFICAZ

1 . *Upsell* (venda incrementada) para clientes.

O que é um *upsell* ? Um *upsell* ocorre quando você consegue vender para o seu cliente um produto adicional, além do que ele originalmente pretendia comprar. Por exemplo, se um cliente compra um Notebook de você e você ofereceu também para ele comprar uma impressora, um produto que está relacionado com o produto que ele comprou, a venda da impressora é o que você chama de *upsell* . Esta é uma forma de maximizar as vendas - você oferecer a um cliente a compra de um produto adicional. Esta estratégia funciona na verdade a maior parte do tempo.

2. *cross-sell* (venda cruzada) para os clientes.

O que é um *cross-sell* (venda cruzada)? Em essência, é semelhante a um *upsell*. Mas em um *upsell*, você está oferecendo a seu cliente um produto adicional que está relacionado ou é considerado uma atualização para o produto que ele acabou de comprar. Em um *cross-sell*, você está oferecendo um produto completamente diferente. Por exemplo, se um cliente acabou de comprar uma bolsa de você e lhe ofereceu para comprar também um casaco, a venda da jaqueta é chamado de *cross-sell*. Esta estratégia é ideal para empresas que vendem uma grande variedade de produtos e / ou serviços não relacionados (por exemplo, uma loja que vende roupas, conjuntos de mobiliário , jóias, etc.)

3. Prenda direitos de desconto para um produto.

Uma forma de vender um produto de forma mais eficaz é unir direitos de desconto a ele. Como você faz isso? Por exemplo, você pode anexar a um Notebook

um certo desconto que confere ao seu comprador o direito de comprar uma impressora de você a 20 % de desconto. Este desconto de 20 % não seria disponível para os clientes que não compram o Notebook de você. Esta estratégia realmente funciona de duas maneiras: 1) faz com que o produto primário (Notebook, neste caso) fique mais atraente e 2) incentiva um comprador para comprar um produto adicional (impressora , neste caso) . Essa estratégia pode resultar em um *upsell* ou *cross-sell* (venda-cruzada).

4. Ofereça amostras de novos produtos.

Isto é especialmente útil ao oferecer um novo produto que seus clientes ainda possam não estar familiarizados. Por exemplo, ele vai ajudar se você oferecer um gosto livre de um novo alimento.

FAÇA O DESCONTO DIREITO À OFERTA LIMITADA



Como isso vai beneficiá-lo ? Por um lado, isso vai incentivar os clientes a fazer uma compra, o mais rapidamente possível. Isso é porque eles vão tentar aproveitar-se do "direito de desconto" antes que ela expire. Esta estratégia realmente afeta o

comportamento de compra dos clientes. Você quer que eles façam essa compra o mais rápido possível, porque às vezes acontece que um cliente muda de ideia sobre a compra de um determinado produto depois que passar algum tempo.

5. Ofereça parcela de curto prazo (juros baixos).

Você pode maximizar as vendas através da aplicação de taxas de juros para os seus produtos. Claro, a aplicação de uma taxa de juros não é atraente. Mas você pode torná-lo aceitável, oferecendo para vender o produto na base da prestação. Por exemplo, você pode oferecer a seus clientes a opção de comprar um Notebook de você em prestações, mas a uma taxa de juros de 5%. Essa taxa de juros de 5% já é considerada uma venda adicional de sua parte.

6. Oferecer parcela de curto prazo (sem juros).

Por que você tem que oferecer para vender um produto em prestações, sem a aplicação de uma taxa de juros? Isso pode ser ideal para os produtos que não vendem muito bem. Por exemplo, se você descobriu que um de seus produtos não está vendendo bem, você pode vendê-lo na base da prestação sem juros.

7. Oferecer inúmeros métodos de pagamento.

Isto é especialmente uma boa estratégia para usar quando a venda de produtos é online. Isso ocorre porque os clientes ao redor do mundo usam diferentes métodos de pagamento. Por exemplo, um cliente pode querer comprar um Notebook de você, mas porque você só aceitar pagamentos via cartão de crédito e o cliente quer pagar usando o PayPal em vez disso, o cliente pode em último instante decidir não comprar de você. Você não quer que isso aconteça. Hoje existe varias maneiras de pagamento online como, [PayPal](#), [Pagseguro](#), [Bcash](#), boleto e outros.

8. Treine seus representantes de vendas.

Fazer *cross-sell* (venda cruzada) e *upsell* (venda incrementada) corretamente dependerá em grande parte do poder de persuasão de seus representantes de vendas. Mesmo que uma oferta é boa, pode ser que um cliente não foi motivado para tirar proveito disso, se o vendedor não é convincente ou qualificado o suficiente. É por isso que é importante que os representantes de vendas tenham uma formação completa com [treinamento de vendas](#).

UPSELLING MAIS EFICAZMENTE



9. Oferecer algo relacionado com o produto vendido.

Esta é a essência de um *upsell* (venda incrementada). O item extra oferecido deve estar relacionado com o produto comprado pelo cliente. E porque o item está relacionado, é provável que o cliente vá comprar. Por exemplo, se o cliente comprou um computador desktop, é provável que ele vá precisar de uma mesa de computador também. Como a monitor do computador é algo que o cliente precisa, juntamente com o computador, é muito provável que ele vai comprar a mesa do computador quando oferecido.

10. Ofereça o item extra com um desconto.

Para fazer com que o item oferecido seja mais atraente, é aconselhável que você ofereça com desconto. Portanto, se o cliente comprou um item a preço de 100% , tente oferecer o item extra em 10 % de desconto. Desta forma, fazendo um upsell o sucesso será mais fácil.

11. Por que o item extra é importante.

Como já foi discutido longamente, o item extra oferecido em um *upsell* está relacionado com o item principal. É algo que vai melhorar o uso do item principal. No entanto, o seu cliente pode não perceber por que sempre o item secundário é importante. Nesse caso, ele vai ajudar se o seu representante de vendas irá explicar como o item secundário é útil para o item principal (por exemplo, explicar como um programa antivírus irá melhorar a experiência do cliente com um notebook).

12. Ofereça o item extra como uma opção (sem forçar).

Alguns vendedores vão muito além do necessário para oferecer um produto secundário para o cliente. Devido a isso, o cliente às vezes fica com impressão de que eles estão sendo forçados a fazer uma compra adicional. Isso não é bom. O cliente pode acabar comprando tanto o principal item e o item secundário, mas porque eles se sentiram que foram forçados a uma compra adicional, é provável que eles não voltem mais. Lembre-se que um upsell é uma tentativa para melhorar o atendimento ao cliente, oferecendo um produto secundário que irá melhorar a experiência do cliente com o produto principal.

13. Adicione a opção disponível, mesmo depois de alguns dias ou semanas após a compra.

Um item *upsell* quando é muitas vezes oferecido com desconto. Às vezes é necessário que o cliente precise de alguns dias ou algumas semanas para perceber que ele vai precisar do item *upsell*. Portanto, você vai ajudar ele se dizer ao cliente que ele ainda pode aproveitar o item com desconto, mesmo depois de alguns dias ou semanas. Desta forma, o cliente não vai se sentir estranho ao voltar para aproveitar o item *upsell* com desconto.

14. Informar o cliente o valor do item gratuito.

Se o item secundário é oferecido com desconto, torna-se mais atraente se o cliente está ciente de seu valor. Isso ocorre porque os consumidores sentem que eles estão recebendo uma vantagem ao comprar um item valioso a um preço com desconto. Portanto, às vezes é importante que informe o cliente do valor real do item secundário. Aqui está um exemplo de vendas: "Este headphone é originalmente R\$100,00 mas porque você comprou um notebook , você pode obtê-lo por apenas R\$80,00."

CROSS-SELLING COM MAIS EFICIÊNCIA



15. Oferecer o produto somente depois que o negócio foi finalizado.

Antes de oferecer para o cliente comprar outro produto, certifique-se primeiro de que ele já concordou em comprar o primeiro produto. Isto tornará mais fácil para você explicar por que o cliente vai precisar comprar o produto secundário que você está oferecendo.

16. Seja persuasivo sem ser agressivo.

Para ser persuasivos você tem que ter a capacidade de fazer o cliente sentir que ele realmente precisa para comprar o item adicional que você está oferecendo. Seu cliente vai se sentir desta forma, porque você conseguiu fazer com que ele perceba a utilização e o valor do item secundário que você está oferecendo. Ser agressivo, por outro lado é uma história diferente. Se você é agressivo, a satisfação do cliente vai cair. Além disso, o cliente pode não retornar mais ao seu negócio.

17. Ofereça o item extra e um desconto.

Em um *cross-sell*, (venda cruzada) o item extra que você vai oferecer não está relacionado com o produto primário. Mas isso não deve impedi-lo de oferecer um desconto. Um desconto sempre faz a oferta secundária mais atraente para o cliente.

18. Por que o item é importante?

O produto secundário não pode ser relacionado com o produto principal. No entanto, é preciso explicar por que é útil. Se você conseguiu fazer o cliente perceber a sua importância, ele só poderá ser convencido a comprá-lo. Você também deve esperar que o cliente faça perguntas sobre o produto secundário que você está oferecendo. Mostre sua experiência e conhecimento do item, respondendo a todas as perguntas. Para fazer isso, você terá que estar familiarizado com o item que você está oferecendo.

19. Adicione a opção disponível, mesmo depois de alguns dias ou semanas após a compra.

Assim como em um *upsell* (venda incrementada), o desconto sobre o item *cross-sell* (venda cruzada) também deve ser disponibilizado para o cliente, mesmo depois de alguns dias ou algumas semanas após a compra do item principal.

20. Incluir garantia no item de cross-sell (venda cruzada).

Os clientes pensam as vezes que essa ideia de que os itens de venda cruzada são de estoques antigos. Isto é porque os itens de *cross-sell* (venda cruzada) muitas vezes são oferecidos com um desconto. Portanto, você terá que fazê-los sentir que o que você está oferecendo é novo. Você pode fazer isso, dizendo-lhes que o item vem com uma garantia. Além disso, a embalagem do item de *cross-sell* deve sugerir que ele é realmente novo.

OFEREÇA PROMOÇÕES E DESCONTOS MAIS EFICAZES



21. Use desconto e promoções para oferecer e também ao introduzir novos produtos.

Novos produtos, especialmente aqueles que ainda são desconhecidos e aqueles que ainda não têm uma base de mercado estabelecido, vai precisar de um monte de impulsos. Uma maneira de introduzir tais produtos aos clientes é oferecer-lhes, inicialmente, com um desconto ou uma promoção. O desconto ou promoção só deve durar por um período de tempo limitado.

22. Use desconto e ofertas para reviver um produto em declínio.

O uso de descontos e promoções não é apenas eficaz em novos produtos. Desconto e ofertas promocionais também podem ser utilizados para reviver um produto que está parado sem vendas. Ao oferecer um desconto, você pode incentivar os clientes a comprar os produtos que eles normalmente não comprariam.

23. Anunciar vendas e promoções através de seus canais de publicidade online.

Sua propaganda ou canal inclui o seu site e suas páginas de mídia social (*facebook, Twitter*). Uma vez que seus clientes percebem que você anuncia venda e promoções dadas através desses canais, eles terão a curiosidade para verificar regularmente o seu site e suas páginas de mídia sociais. Isso é bom, porque eles vão estar sempre expostos a seus anúncios online. Além disso, você vai ter um monte de tráfego em seus sites.

24. Ofereça descontos especiais e promoções para clientes antigos.

Esta é uma maneira de obter mais vendas de clientes já existentes. É porque você está oferecendo-lhes um desconto, você também vai fazê-los felizes. Esta é também uma forma de manter seus clientes leais a você.

25. Informar o cliente do valor do item grátis.

Ao dar itens grátis ou brindes, às vezes melhora a satisfação do cliente, se os seus clientes sabem o valor do item que eles receberam de graça. Aqui está um

exemplo de um discurso de vendas que informa o cliente sobre o valor do item gratuito: . " Se você comprar um Notebook hoje, você vai ter um fone de ouvido de 150 reais de brinde " Ao fazer isso, o seu cliente vai ter uma idéia de quanto eles estão recebendo de graça. Eles vão se sentir mais satisfeitos dessa maneira.

26. Use o valor de mercado do item grátis e não ao preço do fabricante.

Ao contar ao cliente o valor do item que você está dando a eles de graça, você não deve usar o preço do fabricante. Em vez disso, você deve usar o valor atual de mercado (preço de venda). Isso porque o preço do fabricante é sempre menor que o preço de venda. Por exemplo, se você pode comprar uma determinada marca de fone de ouvido de seu fabricante, a R\$50,00 reais, mas o preço de venda corrente no mercado é de R\$100,00 reais, você deve usar o preço de R\$100,00 reais. Isto porque o seu cliente vai se sentir mais satisfeito recebendo um item gratuito R\$100,00 do que um item de grátis de R\$50,00.

OFERECER BRINDES SEM CUSTO OU POUCO CUSTO



27. Compre produtos eletrônicos com direitos de revenda.

Um direito de sequência dá-lhe o direito de redistribuir e até mesmo vender um produto que você acabou de comprar. Por exemplo, se você comprou um ebook com direito de revenda, você pode vender ou redistribuir esse mesmo ebook

para seus clientes. Os produtos com direitos de revenda você pode fazer uma boa oferta para os clientes. Você só precisa fazer uma única compra.

28. Anuncie itens incluídos - pacotes como se fossem brindes.

Alguns produtos incluem brinde no pacote. Por exemplo, fornecedor de Notebook pode incluir um programa antivírus de brinde, mouse brinde, e alto-falantes brinde no pacote. Ao anunciar o produto, você pode dizer: "Notebook com acesso de programa antivírus de brinde, mouse de brinde, e alto-falantes de brinde" . Isso fará com que o som item “brinde” apareça mais atraente.

29. Pergunte ao seu fornecedor sobre Brindes.

Às vezes, você não tem que fornecer os brindes seus. Experimente perguntar ao seu fornecedor se ele pode incluir algumas coisas de graça em seus produtos. Dessa forma, será o seu fornecedor que irá absorver o custo de itens gratuitos e não você. Se você e seu fornecedor têm vindo a fazer negócios por um longo tempo, é altamente provável que eles vão conceder o seu pedido. É por isso que também é importante ter um fornecedor permanente ou parceiros de negócios de longa data.

30. Oferecer serviços gratuitos em vez de itens gratuitos.

Serviços gratuitos podem incluir limpeza e manutenção, a formatação gratuita (para produtos de informática), e assim por diante. A beleza de oferecer um serviço gratuito, em vez de itens gratuitos é que faz o olhar do produto mais atraente e, ainda assim apenas uma pequena porcentagem dos clientes que compra vai realmente aproveitar a oferta. Apenas certifique-se que você tem os recursos para fornecer o serviço gratuito prometido no caso de um cliente pretender reivindicar o serviço gratuito.

FAZER APRESENTAÇÃO DO PRODUTO DE FORMA MAIS EFICAZ



31. Faça a descrição do produto ser sedutora.

Uma breve descrição do produto comumente aparece na frente da embalagem de um produto. Ao fazer uma descrição do produto, certifique-se de incluir todas as características que mais importam para seus clientes. Ao comprar um Notebook, por exemplo, os clientes normalmente olham para as seguintes características: duração da bateria, processador, placa de vídeo, memória RAM, capacidade do disco rígido, opções de conectividade e produtos e dimensão. Portanto, estas devem ser as coisas que você vai precisar para listar ao fazer uma descrição do produto de um Notebook.

32. Evite descrições de produtos longos.

A descrição do produto deve ser breve e concisa. Ela não deve ser muito longa. Se a descrição do produto é muito longa (frases longas e / ou parágrafos longos), os clientes provavelmente ficaram desinteressados em ler. Se eles não lerem a descrição do produto, eles provavelmente não vão comprar o seu produto.

33. Faça uma descrição mais detalhada na parte de trás.

A breve descrição do produto que aparece na frente da embalagem de um produto serve apenas como um chamariz . Se um cliente acha interessante, vai olhar para mais informações. É por isso que uma descrição mais detalhada do produto deve sempre aparecer na parte de trás da embalagem de um produto. É por isso que você normalmente vê os clientes virar uma caixa depois de ver a frente, eles estão à procura de mais informações.

34. Faça um design de embalagem adequada.

O design de embalagem pode caracterizar diferentes humores / temas. Por exemplo, ele pode ser colorido, simples, alegre, ou grave. Então, qual o humor / tema que você deve usar? Depende da natureza do seu produto. Por exemplo, se o seu produto é um livro que ensina como lidar com gestores de seus subordinados de forma mais eficaz, provavelmente não é uma boa idéia usar uma embalagem que é alegre, colorido, ou brincalhão. Isso ocorre porque o produto é corporativo na natureza. A embalagem severa, sério, simples provavelmente atrai mais atenção. Da mesma forma, uma embalagem, sério, simples provavelmente não será uma boa idéia para os brinquedos das crianças.

35. Destacar características da moda / especificações.

Às vezes, a lista de recursos pode ser demorada. Isto é especialmente verdadeiro para os produtos tecnológicos, como telefones celulares, computadores, tocadores de mídia, e tal. Portanto, a descrição do produto ainda acaba sendo grande. Então, o que você faz? Você pode fazer a lista de olhar mesmo, destacando algumas características, as mais importantes.

36. Evite reivindicações excessivamente exageradas.

Na tentativa de conquistar os clientes, alguns comerciantes usam errado e exagerados. Mas as pessoas são sábias. Elas vão ver através de alegações falsas e enganosas. Mesmo que uma afirmação é verdadeira, ela vai olhar desconfiado se está escrito de uma forma pobre. Portanto, você deve fazer reivindicações olhar e som mais natural.

37. Use cativantes imagens / fotos.

É bom brincar com palavras. As palavras na embalagem do seu produto também servirão como campo de uma venda. No entanto, você não deve se concentrar apenas no conteúdo de texto da embalagem do seu produto. Você também deve adicionar algumas fotos e design gráfico para uma aparência mais atraente.

PUBLICIDADE COM MAIS EFICIÊNCIA



38. Faça uma conta no Facebook.

Com o Facebook, você tem a opção de fazer uma página de fãs ao invés de uma página de perfil pessoal. Uma página de fãs no Facebook tem muitas opções que as empresas podem utilizar. Por exemplo, ele tem opções de propaganda que podem ser utilizados para atingir os clientes alvo. Parâmetros como idade, sexo,

hobbies e tal podem ser definidos, a fim de chegar a um seleto grupo de pessoas. Algumas dessas ferramentas de propaganda são recursos pagos, enquanto alguns podem ser utilizados gratuitamente.

39. Faça uma conta no Twitter.

A conta no Twitter também pode ser usada para fazer propaganda de seus produtos e / ou serviços. Uma técnica boa é ter um monte de seguidores. Dessa forma, seus tweets serão lidos por mais usuários.

40. Vincular seus sites.

Se você tem vários sites e contas de mídia social, é uma boa ideia de vinculá-los juntos. Como você faz isso? Em seu site principal, por exemplo, você pode fornecer um link para todos os seus outros sites. E, em sua página no Facebook , você também pode fornecer um link para sua página do Twitter . Dessa forma, você e os clientes serão capazes de se conectar com você de varias maneiras.

41. Concentre-se em seu grupo-alvo.

Não perca todo o seu tempo, energia e recursos em métodos de propaganda que tentam chegar a todos. Você só precisa chegar a um seleto grupo de pessoas ou nicho, você só precisa anunciar para eles. Se você está vendendo produtos para as mulheres, por exemplo, não é necessário fazer uma extensa propaganda que incluiria o público masculino.

42. Anuncie comparações de preços.

Ao anunciar seu produto / serviço por anúncios de televisão, sites de mídia social, anúncios na rádio, jornal, e tal, também é uma boa ideia de incluir uma comparação do preço de mercado. Por exemplo, você pode incluir na descrição que

seu produto é mais barato, por exemplo, 50,00 reais em comparação com outras marcas. Claro, você deve evitar nomear marcas concorrentes, especialmente se você quer evitar ações judiciais.

43. Anuncie comparações de especificação.

Além da comparação de preços, você também pode incluir uma comparação específica na descrição do produto. Você só precisa listar as diferenças que favorece o seu produto. Por exemplo, se o Notebook que você está vendendo tem uma capacidade de bateria de 10 horas e o produto do seu concorrente tem apenas 5 horas, você pode incluir essa informação na descrição do produto. Aqui está um exemplo: " pode durar cinco horas mais do que outros Notebooks " .

ABSORVER AS PERDAS DE FORMA MAIS EFICAZ



44. Oferecer itens invendáveis / antigos como brindes.

Especialmente se você está no negócio de merchandising, é possível que algumas das mercadorias em seu estoque não vão vender. Isto pode ser devido a

inúmeras razões. Nesse caso, você pode ampliar as vendas de seus outros produtos, oferecendo os produtos invendáveis como brindes. Por exemplo, se você notou que seu estoque de mesas de computadores não estão sendo vendidos, você pode oferecê-los como um brinde a qualquer cliente que vai comprar um computador de você.

45 . Vender produtos / serviços em pacote.

Esta é uma boa estratégia para usar se você tem alguns produtos que não vendem muito bem e alguns produtos que vendem bem. Você pode melhorar as vendas de produtos que não vendem bem, oferecendo-lhes, em conjunto com os produtos que vendem bem. Por exemplo, se o produto A é popular, mas o produto B não é, você pode incluir ambos os produtos no mesmo pacote para que os clientes não tenham escolha a não ser comprar ambos. No entanto, isso só deve ser feito se você estiver confiante o suficiente para que um dos dois produtos no pacote é popular o suficiente. Embora um conjunto de dois produtos é comum, alguns pacotes podem incluir três ou mais produtos. Isto é comumente feito em mantimentos (por exemplo, uma cesta de diferentes tipos de frutas).

46. Estocar produtos depreciáveis em regime de consignação.

Alguns produtos no valor depreciado depois de alguns meses. Os exemplos incluem telefones celulares, notebooks, computadores e outros produtos tecnológicos. Para esses produtos, não é bom comprá-los de fornecedores e mantê-los em seu estoque. Uma vez que o valor de mercado desses produtos começa a depreciar, você pode ter perdas maciças. É por isso que você só deve estocar bens depreciáveis sob regime de consignação.

47. Estocar produtos sazonais em regime de consignação.

Produtos sazonais também devem ser adquiridos apenas sob regime de consignação. Isto é porque um produto que não vendeu durante sua temporada vai ficar em seu estoque por longos períodos de tempo. Você vai sustentar os custos de armazenamento e logística.

QUEBRE A COMPETIÇÃO DE FORMA MAIS EFICAZ

48. Faça uma pesquisa de mercado.

Você não pode esperar que seus concorrentes sejam estacionários. Assim como você, eles vão procurar maneiras de como quebrar a competição. Você não deve perder a ponta. Você pode fazer isso, mantendo-se atualizado sobre as atividades de seus concorrentes. Sempre faça uma pesquisa para prestar muita atenção para ver o que seus concorrentes estão fazendo.

49. Verifique sempre as comparações de preços.

O método mais comum utilizado pelas empresas para quebrar a concorrência é o de oferecer a um preço competitivo (mais baixo do que outros vendedores). É por isso que você precisa manter-se atualizado sobre as mudanças de preço que seu concorrente faz.

50. Verifique sempre as atividades promocionais de seus concorrentes, como você, seus concorrentes vão oferecer descontos e promoções.

Fique atualizado sobre quando seus concorrentes estão planejando realizar uma venda. É uma boa ideia para realizar uma venda quando seus concorrentes também fazem. Você não quer que eles estejam na frente, mesmo que seja apenas por alguns dias.

51. Oferecer sempre algo mais.

Depois de fazer uma pesquisa de mercado e depois de pesquisar as atividades de seus concorrentes, você vai precisar de um plano de dispositivo de mercado. Para se manter competitivo, você deve sempre oferecer algo mais. Então, se o seu concorrente está oferecendo um desconto de 25 %, por exemplo, você pode cobrir a concorrência, oferecendo um desconto de 30 %. Se o seu concorrente está oferecendo dois brindes, então talvez você deva oferecer três brindes.

52. Melhorar a variedade de seus produtos / serviços.

Os clientes gostam de ir às lojas que oferecem mais do que aquilo que os outros oferecem. Ao escolher uma loja de celular, por exemplo, um cliente, provavelmente, vai para a loja que oferece quatro marcas diferentes e não para a loja que oferece apenas três marcas diferentes. Isso significa que você pode quebrar a concorrência, oferecendo uma ampla variedade de produtos / serviços.

53. Sempre mantenha-se atualizado.

Sempre há algo de novo na indústria que você deve aprender você deve sempre estar entre os primeiros a saber. Isso irá ajudar a tomar melhores estratégias de mercado e vendas.

54. Faça pacotes de seus produtos com brindes sem custo.

Com a inclusão de itens gratuitos em seus produtos, os clientes provavelmente vão comprar de você. Isto é especialmente verdadeiro de seus concorrentes não estão oferecendo itens gratuitos.

OTIMIZE SEU SITE COM MAIS EFICIÊNCIA

55 . Escrever artigos SEO.

SEO artigos contêm palavras-chave que estão relacionados com o seu nicho de mercado. Por exemplo, se o seu nicho de mercado é telefones celulares, você pode incluir palavras-chave relacionadas várias das seguintes opções: celular, telefone, android, iPhone , Windows Mobile, e tal. Artigos que você vai postar em seu site devem incluir essas palavras-chave. Desta forma, os sites de busca como o Google vão exibir sempre o seu site no topo dos resultados.

56. Artigos de ordem SEO.

Os artigos devem ser de alta qualidade. Se um artigo é de baixa qualidade (por exemplo, erros gramaticais, erros de ortografia, mau fluxo de ideia, etc) seus clientes vão ter a impressão de que você não é rigoroso na qualidade. Como resultado, eles podem pensar duas vezes antes de comprar produtos de você.

57. Backlink seu site.

Um backlink é um link clicável que é postada em outro site. Este link leva diretamente os usuários para o seu site principal. Se há uma abundância de backlink que direcionam os usuários para o seu site, a classificação de SEO do seu site melhora bastante.

58. Use Meta Tags

Meta tags são off-page entradas que ligam palavras-chave para artigos em seu site. Isso é importante, a fim de aumentar o off-page classificação SEO do seu site. Você pode usar o Google AdWords para saber quais palavras-chave pode usar em suas meta tags.

FAZENDO O SEU PRODUTO MAIS ATRAENTE



59. Anuncie com base nas tendências atuais.

O mesmo produto pode ser anunciado de diferentes maneiras, dependendo das tendências. Por exemplo, a publicidade do teor de vitamina -C de um sorvete com sabor de frutas pode ser um passo de vendas mais eficaz durante os tempos de preocupação com a saúde respiratória. Em momentos em que há interesse público sobre cuidados da pele, você pode anunciar a forma como o conteúdo de vitamina -C de um sorvete com sabor de frutas pode ajudar no cuidado da pele.

60. Use uma embalagem diferente para refletir feriados especiais.

Feriados populares, como o Natal, dias das crianças, dias das mães, dias dos pais, dia dos namorados deve ser refletido na embalagem de seu produto. Por exemplo, você pode usar uma embalagem tema de Natal durante o mês de dezembro. Desta forma os clientes terão sempre algo para olhar para frente.

TREINAR O SEU PESSOAL DE FORMA MAIS EFICAZ



61 . Ensine-os a sorrir o tempo todo.

Os clientes vêm para você por causa dos produtos e os serviços que você vende. Mas o humor de seus funcionários também afeta muito a lealdade de seus clientes. Se os seus funcionários, em especial os seus representantes de vendas, estão sempre sorrindo, eles iluminam o humor de sua loja. Você não pode pensar muito nisso, mas se seus funcionários estão sempre sorrindo e cumprimentando os clientes, você está realmente proporcionando mais satisfação dos clientes. Os clientes se sentem mais à vontade quando os funcionários da loja estão sempre de bom humor.

62. Ensine-os a ser cortês em todos os momentos.

Esta é outra qualidade que os clientes procuram em vendedores e balconistas. Eles querem que seja cortês gentil e acolhedor. Os representantes de vendas e balconistas têm que estar sempre prontos para responder as perguntas.

63. Certifique-se de que eles estão familiarizados com todos os seus produtos / serviços.

Os clientes irão fazer perguntas antes de comprar. E eles esperam que suas perguntas sejam respondidas por representantes e funcionários de vendas da loja. Se eles percebem que os balconistas são ingênuos ou sabem muito pouco sobre os produtos que eles vendem, ele irá criar uma má impressão para o seu negócio. Certifique-se de que seus funcionários de vendas são treinados para responder a perguntas sobre os produtos e / ou serviços que você oferece.

64. Certifique-se de que eles estão sempre apresentáveis.

Não é importante que os funcionários da loja sejam de boa aparência, embora isso fosse uma vantagem. O que é importante é que eles são bem preparados e devidamente uniformizados. A higiene pessoal também é importante. Seus balconistas devem seguir regimes de higiene adequados.

65 . Devem passar por um período de treinamento.

Os candidatos costumam pensar que eles só precisam ser dito o que fazer. Mas a informação é diferente de experiência. Portanto, é importante que você tenha todos os seus novos funcionários, especialmente os representantes de vendas devem passar por um período de treinamento de vendas. Eles precisam passar por simulações. Você precisa treiná-los de como responder a diferentes tipos de clientes. Eles, especialmente, precisam aprender a lidar com clientes irados.

66. Ensine seus representantes de vendas como ser persuasivo.

Esta é a qualidade mais importante que um vendedor deve ter - poder de persuasão. Nem todo mundo tem essa habilidade, mas ele pode ser ensinado. Se os seus vendedores são persuasivos, você certamente vai ter mais vendas. É por isso que muitas empresas investem muito em treinamento de seus representantes de vendas.

APRESENTAÇÃO DE FORMA MAIS EFICAZ

67. Esporte uma disposição autêntica.

Para olhares autênticos, seu site deve ser projetado por um programador profissional. Você quer evitar ter um site que parece que ele é feito por um estudante. Você quer algo com talento e singularidade profissional. Isso vai dar aos clientes a ideia de negócio sério.

68. Ostente um projeto e tema apropriado.

Você consegue imaginar um design de página corporativo e sério sobre uma loja online que vende brinquedos de bebê e produtos de bebê? Isso seria inadequado. É por isso que é importante que o projeto ou tema da sua página web deve ser adequado para o nicho de mercado que você está atuando.

69 . Use o conteúdo de mídia.

Materiais de mídia, tais como gráficos, imagens, vídeos, slide shows e clipes de som podem ser usados para fazer o seu site mais apresentável aos olhos de seus clientes. Será necessário dizer que seus clientes terão uma melhor impressão da sua empresa se o seu site é avançado . Você provavelmente irá obter mais vendas.

70 . Utilize somente mídia de alta qualidade.

O uso de conteúdo de mídia é uma boa ideia. Mas se você usar conteúdos de qualidade pobre de mídia o efeito será o oposto. Para evitar que o conteúdo de mídia seja de baixa qualidade, é aconselhável que você faça conteúdo de mídia personalizado pelos profissionais online. A Terceirização é o melhor forma.

71. Evite páginas com aparência surradas.

Não importa mesmo se a sua home page é bem construída e bem concebida. Se as outras páginas do seu site forem mal construídas, os clientes ainda vão ter a ideia de que você não tem a intenção de entregar serviços de boa qualidade.

72 . Publicar artigos somente de alta qualidade.

Você pode terceirizar essa tarefa para garantir que os artigos que você vai postar online seja de boa qualidade. Mas você ainda precisa verificar os artigos antes de publicá-los. Se você descobrir falhas, não hesite em devolver os artigos e pedir uma revisão ou um reembolso.

73. Publicar artigos informativos.

Artigos encontrados em lojas da web são geralmente voltados para área de vendas. Isso também é bom. No entanto, você não deve bombardear seus clientes com discurso de vendas puras. Às vezes, o que seu cliente precisa é de informações. Então, juntamente com artigos e discurso de vendas, você também precisa de artigos informativos que diz a seus leitores mais sobre seus produtos / serviços.

74. Classificar itens de acordo com o tipo.

Isto é especialmente útil se você estiver vendendo muitos itens diferentes. Se você tem 50 ou+ 100 + ou produtos, eles pode ser bastante desafiador para os seus clientes encontrar o produto que eles precisam. Você pode fazer as coisas mais fáceis para eles por categorias, ou seja, do mesmo grupo de produtos. Os seus clientes podem sair se encontrar sua loja na web confusa.

75 . O layout deve mudar sempre.

Você pode notar que o Google muda frequentemente o design do seu logotipo do nome em sua home page. Como resultado os usuários têm visto um novo design a cada vez que abrie a página principal do Google. O mesmo pode ser verdade para o seu site. Os clientes podem visitar com mais freqüência seu site se você está sempre colocando algo novo.

76. Faça as coisas simples.

Algumas lojas da web se concentrar demais em design. Como resultado, sua loja na web acaba se tornando complicado. Isso é algo que você quer evitar. O que é realmente importante é que sua loja na web deve ser fácil de usar. Certifique-se de que o site foi projetado para os clientes.

USANDO UMA CRONOMETRAGEM PERFEITA PARA MAXIMIZAR VENDAS



77. Vende itens em tendência.

Esta é a razão pela qual você sempre precisa fazer pesquisa de mercado. Você precisa saber o que está atualmente em tendência. Itens de moda / projetos de para sempre vender melhor. Se você está vendendo roupas infantis, por exemplo, pode ser uma boa ideia para vender roupas com design de lançamentos de filmes de história em quadrinhos, durante os meses do filme.

78. Oferecer descontos, quando seus concorrentes oferecerem.

Se você está planejando a realização de uma promoção (por exemplo, você tem itens antigos que você quer oferecer um desconto), você pode esperar até que seus concorrentes também realizem uma promoção. Isso é para evitar a correria de clientes para seus concorrentes. Saiba de que se o seu concorrente está oferecendo um desconto e você não, você provavelmente que vai perder alguns cliente.

79. Oferecer descontos e promoções durante o dia de pagamento.

As pessoas gostam de comprar coisas depois que eles receberam o seu salário mensal. Você pode querer tirar vantagem disso. Para atrair seus clientes a gastar mais, é uma boa ideia realizar uma promoção durante o dia de pagamento.

80. Estoque-se em mercadoria que vende durante algumas temporadas.

Alguns produtos vendem mais durante alguns meses do ano. Por exemplo, perus vende mais durante o Natal e carnes para churrasco vende mais durante o ano novo. Se um de seus produtos é de certa temporada, você pode querer estocar mais.

81 . Comprar a mercadoria quando o preço é baixo.

Você também deve usar o tempo na compra de mercadorias. O momento é perfeito para comprar a mercadoria quando o preço é baixo. Para fazer isso, você pode precisar se familiarizar com as flutuações nos preços.

OFERECER SERVIÇOS PÓS-VENDA DE FORMA MAIS EFICAZ



82 . Oferecer garantia.

Os clientes querem segurança sobre os produtos que compram. Isto é especialmente verdadeiro para os produtos caros. Certifique-se de que os produtos que você vende vêm com uma garantia.

83. Pergunte ao seu fornecedor se ele arcar com o custo de garantia.

Você não quer arcar com o custo da garantia, pois pode ser muito caro. Portanto, você deve ter um acordo com o seu fornecedor de que eles devem fornecer serviços de garantia para os produtos que eles fornecem para você.

84 . Bem-vindos clientes pós-vendas.

Certifique-se de que seus clientes possam contatá-lo depois de terem feito uma compra. Eles podem ter mais perguntas sobre o produto que acabou de comprar. Você pode pensar que isso é um incômodo, mas isso realmente dá a oportunidade de fazer novas ofertas para os clientes antigos. Quando eles chamam, certifique-se de dizer-lhes sobre os novos produtos que você tem.

85 . Contrate pessoas que irão lidar com serviços de pós-vendas.

Se for o caso, você pode querer ter um grupo dedicado de pessoas que lida com serviços de pós-venda. Os clientes se sentem mais à vontade se você oferecer este tipo de serviço. Como resultado, eles vão se sentir mais seguros de comprar de você. Esta é outra boa maneira de quebrar a competição.

DICAS DIVERSAS



86 . Conheça o "que" os seus clientes gostam e faça o seu melhor para fornecer o que eles "quererem".

Se você fizer isso, mais clientes virão até você. Esta é a coisa chamada 'satisfação do cliente '.

87. Não se contente com o que você já tem.

Se você não fizer alterações ou melhorias, seus concorrentes vão deixá-lo para trás. Sempre pense em como você pode melhorar o seu negócio.

88. Uma vez que o seu negócio é estável, você pode querer se aventurar em um outro negócio.

Você vai melhorar seu salário por ter empresas mais bem-sucedidas. Apenas certifique-se que você tenha tempo suficiente para gerir mais do que um negócio.

89. Não basta acumular os ganhos que ganha a partir de seu negócio.

Tente investir em outro lugar para fazer seus lucros crescerem. Por exemplo, pode ser uma boa ideia para fazer um depósito a prazo. Você também pode querer se aventurar na negociação de ações. Mas também existem riscos nesses empreendimentos. Certifique-se de que você conheça primeiro.

90. Inscrever em cursos de negócios.

Estes irão ajudar você com um pouco de conhecimento e as habilidades que são necessárias para lidar com um negócio de forma mais profissional . Você não precisa ter curso superior. O que você precisa é a informação e não o diploma. Além disso, você não quer gastar muito tempo em cursos de longa duração em que você deve estar ocupado para gerir o seu negócio. Um exemplo é o Sebrae, existem vários cursos.

91. Como o proprietário de seu negócio, você pode querer contratar gestores que irão lidar com as coisas para você.

Isso ajudará você a ter mais tempo para si mesmo. Mas você ainda deve cuidar do seu negócio pessoalmente. Lembre-se de que ninguém vai se importar mais do seu negócio quanto que você.

92. Contratar indivíduos competitivos.

Lembre-se de que seus funcionários desempenham um papel importante no sucesso do seu negócio. É por isso que você precisa fazer uma verificação completa durante o processo de contratação. Fazer entrevistas e passar por exames.

93 . Verifique outros fornecedores.

Mesmo que você já tem um fornecedor, você deve ainda verificar outros fornecedores de tempos em tempos. Você nunca sabe quando há um novo fornecedor que oferece preços mais baixos.

94. Peça preço mais baixo.

Fornecedores vão sempre tentar oferecer-lhe um preço que lhes é favorável. Mas tenha em mente que os seus preços são sempre negociáveis . Não tenha medo de pedir-lhes para baixar o seu preço, especialmente se você tem vindo a fazer negócios com eles em longo prazo.

95. Verifique o valor de mercado

Quando o valor de algumas de suas mercadorias abaixarem no valor de mercado, você pode parar de vendê-los por um tempo. Você pode colocá-los de volta à venda, uma vez que seu valor de mercado aumentou de novo.

96. Pergunte aos seus fornecedores para lidar com o custo do envio.

Você vai economizar muito fazendo isso. Não tenha medo de conversar com seu fornecedor, porque na verdade é habitual para os fornecedores lidarem com o custo do envio. No entanto, você pode encontrar fornecedor que irá pedir-lhe para arcar com o custo do envio. Nesse caso, você pode procurar outro fornecedor.

97. Mantenha seus fornecedores felizes e eles podem apenas dar-lhe melhores condições.

Assim como você pode fazer seus fornecedores felizes? Primeiro você precisa ter certeza de que você sempre pague em tempo combinado. Na verdade, está é provavelmente o mais importante que você deve fazer. Se os seus fornecedores perceberem que você está pronto para fazer os pagamentos, eles vão te dar mais favores.

98. Mantenha seus funcionários felizes e eles vão sempre ser incentivados a trabalhar mais para você.

Então, como você faz isso? Claro, você terá que tratá-los com respeito. Evite falar mal desnecessário. Se eles cometeram um erro, tente falar com eles em particular e evitar fazê-lo em público. Além disso, você deve fornecer todos os benefícios básicos que o empregador deve fornecer aos seus empregados. E, por último, pagar o salário do seu funcionário em dia.

99. Mantenha seus clientes felizes e eles vão fazer você feliz também.

Felizes clientes continuam voltando para você. Fornecer valor a seus clientes e será seu para a vida toda.

100. Passe mais tempo com descanso e lazer.

Por fim, pense em si mesmo também. O sucesso de um negócio depende inteiramente de sua capacidade. Gaste tempo para algum descanso e lazer para afastar o estresse e tudo o mais que o impede de ter sucesso no negócio em que está agora.

CONCLUSÃO

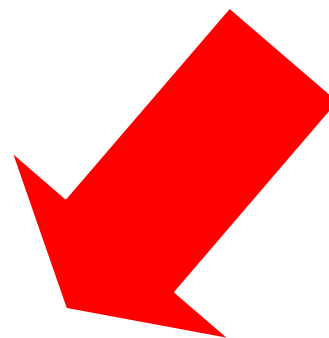
Negócios parece ser um empreendimento fácil. Mas uma vez que você mergulhar nele, você vai perceber que fazer negócios é realmente mais difícil do que parece. Espero que as dicas fornecidas neste ebook facilite as coisas para você. Uma boa ideia é manter uma cópia deste e-book para referências futuras. Afinal, recordar todas as 100 dicas mencionadas neste ebook vai ser difícil.

Assim como acontece com todas as dicas, no entanto, as dicas mencionadas neste ebook são situações de natureza. Antes de aplicar qualquer uma delas, certifique-se de que são aplicáveis ao seu negócio, ao seu nicho de mercado, e da natureza de seus produtos / serviços. Basta fazer com bom senso e você vai saber quais as dicas são aplicáveis.

Além disso, você não deve ser o único, a saber, das dicas mencionadas neste eBook. Ele irá ajudar bastante se você der a seus empregados uma cópia deste ebook . Isso irá ajudá-los a melhorar em seu desempenho.

Conheça Também Os
Métodos E Segredos Da
Inteligência Emocional E
Persuasiva Em Vendas

Clique Aqui



MSV
MÉTODO
SEGREDOS
DA VENDA ©

