

# MATERIAL EXCLUSIVO PARA PROPRIETÁRIOS E GERENTES

**LEITURA OBRIGATÓRIA PARA  
QUEM QUER GANHAR DINHEIRO  
NO LIQUIDA PORTO ALEGRE!**

## Sr.(a) proprietário(a) ou gerente

Aqui está o caminho do sucesso. Fizemos uma compilação das ações testadas e aprovadas que recolhemos observando os lojistas nestes quase 30 anos de Liquida Porto Alegre. Estas dicas são eficientes e impulsionaram os negócios a ganharem dinheiro com a campanha.

Para colaborar com o material, também contratamos o consultor Xavier Fritsch, especialista em eficiência do varejo e promoções, com anos de experiência aconselhando centenas de varejistas de todos os tamanhos, para compartilhar informações de valor que podem realmente fazer a diferença. Aproveite!



**liquida**  
**porto alegre**

REALIZAÇÃO

 CDL POA

PARCERIA

 banrisul  vero

# **Como ganhar dinheiro com o LIQUIDA PORTO ALEGRE?**

Promoção não é só baixar preço.

Promoção tem que dar resultado. Em tempos difíceis precisamos nos esforçar o dobro para vender o mesmo.

O primeiro passo é estabelecer objetivos que você deseja alcançar com o Liquida Porto Alegre, que pode ser:

- Transformar estoque em dinheiro;
- Aumentar o faturamento do mês;
- Não dar chance para a concorrência, aumentando sua participação no seu segmento;
- Atrair novos clientes ou reaver consumidores perdidos.

# **Como fazer o cliente comprar mais dentro da sua loja?**

- Destacando o valor das parcelas e as facilidades de pagamento nas etiquetas de preços e durante o atendimento dos vendedores;
- Fornecendo brindes emocionais para compras de maior valor. Outras ideias é oferecer cashback, desconto na próxima compra, etc;
- Montando combos e usando a parcela para facilitar as vendas dos mesmos;
- Bonificando os vendedores pelos tickets mais altos;
- Exemplo: A cada 10 combos vendidos por um vendedor, ele ganha um prêmio de R\$ 50,00 ou R\$ 100,00. Mas somente se vender 10 combos.

## O interior da loja

- Aproveite e sinalize também sua participação no 27º Liquida Porto Alegre, para criar um ambiente de “aproveite e compre agora” (gatilhos mentais de oportunidade e urgência);
- Organize a exposição de produtos usando cartazetes com gatilhos mentais, do tipo MAIS BARATO, PEÇA ÚNICA, LANÇAMENTO, CHEGOU AGORA;
- Coloque as ofertas mais atraentes na entrada da loja;
- Sinalize com destaque os produtos de preço menor e os maiores descontos;
- Mais luz, principalmente nos pontos focais;
- Não polua a comunicação interna com outras promoções que não façam parte do Liquida Porto Alegre. Isso pode confundir os clientes;
- Material adicional para decoração da loja pode ser adquirido no site [www.liquidaportoalegre.com.br](http://www.liquidaportoalegre.com.br). Dentro do site também estão disponíveis arquivos para fazer material próprio usando o tema e logotipo da promoção;
- Top de Vendas – Coloque as parcelas nas suas etiquetas de preço internas também.

# **Como precificar as ofertas e os produtos sem descontos?**

- Evite divulgar somente o preço total;
- Crie iscas atrativas com preços adequados e parcelas baixas. Ofereça alguns produtos com preços menores, principalmente os de menor valor, e use descontos de percentuais menores nos itens de preço maior;
- Divulgue bem a parcela baixa, dando ênfase para o valor na hora de ofertar. Vendas parceladas aumentam o ticket médio e tornam-se mais atrativas que descontos de maior valor à vista. Assim, o valor das parcelas passa a imagem de preços mais acessíveis;
- Ofereça descontos na aquisição do segundo ou terceiro produto/serviço adicional, usando o valor das parcelas como gancho de oportunidade de venda;
- Consumidor está muito bem informado, por isso não tente engana-lo. Não precisa (nem deve) liquidar a loja toda, mas ofertas de verdade atraem e fidelizam clientes;
- Top Vendas – Ofereça descontos maiores no segundo produto ou serviço adicional. É muito mais impactante dar 40 % de desconto na segunda peça do que 20 % numa única peça. Esta estratégia aumenta o ticket médio;

- Top Vendas – Ofereça brindes para os clientes que gastam valores maiores. O consumidor tem referência do preço de venda do brinde, mas não do seu custo. Um brinde percebidamente valioso funciona como motivador e fidelizador;
- Top Vendas – Mostre ao cliente os lançamentos, apontando seus benefícios em relação a outros produtos. Clientes não gostam de vendedor que empurra mercadoria, mas gosta de ser informado.

## **A função da vitrine é atrair o cliente para dentro da loja**

- Não é produtivo encher as vitrines de produtos. Prefira mostrar as ofertas mais significativas e atrativas que podem realmente sensibilizar e chamar a atenção dos consumidores;
- Aproveite para mostrar os lançamentos cuidando para que não haja confusão em relação a outros produtos em promoção para que o consumidor não se sinta enganado;
- Sinalize com destaque a sua participação no 27º Liquida Poro Alegre. Faça bom uso do material gratuito de PDV que você recebeu, este gatilho mental é poderoso para colocar clientes dentro das lojas;
- Como já falamos anteriormente, além de mostrar o preço total na sua vitrine, sempre dê maior destaque ao valor das parcelas e às facilidades de pagamento das suas ofertas;

- Em caso de desconto, é importante que o cliente veja a diferença entre o preço normal e o preço de promoção;
  - Veja como outros lojistas estão montando suas vitrines no site: [www.liquidaportoalegre.com.br](http://www.liquidaportoalegre.com.br);
- :
- Top de Vendas – Olhe para sua vitrine como se fosse consumidor. Tome distância e verifique se a vitrine pode melhorar em atratividade, clareza, beleza, organização e diferenciação. Importante cuidar para não colocar muitos produtos em destaque, e que as informações não fiquem confusas;
  - Top de Vendas – Teste várias formas de organizar a vitrine e avalie qual deu mais resultado. Tire fotos e compare as opções.

# A função da vitrine é atrair o cliente para dentro da loja

-  Vender para um cliente e não ficar com suas informações de contato, como nome, WhatsApp, e-mail e mais;
-  Achar que já sabe tudo e não buscar conhecimentos novos ou testar novas estratégias;
-  Querer que os clientes se adaptem ao seu jeito de vender e não o contrário;
-  Não vender a prazo e não usar as parcelas para venda adicional. Parcelamento aumenta ticket médio;
-  Usar parcelas mínimas nas vendas a prazo;
-  Escolher iscas ruins;
-  Encher as vitrines de produtos;
-  Não colocar os valores dos produtos nas redes sociais;
-  Não dar brindes nas compras maiores;
-  Acreditar que o cliente vai voltar automaticamente a comprar na sua loja;
-  Não investir em marketing digital com tráfego pago;
-  Confiar e não conferir porque dá muito trabalho;
-  Acreditar que no LIQUIDA, os clientes compram apenas descontos e preços baixos.

# Motivar e administrar equipe

- Equipe motivada e treinada vende mais. Retreinar todos os dias, em reuniões de 5 a 10 minutos de aquecimento das vendas.
- Comece olhando os indicadores de desempenho de cada vendedor. Se forem muitos, olhe primeiro os que estão com os piores desempenhos. Importante monitorar todos os dias;
- Não confie, confira. Lojista que acompanha desempenho não precisa fazer cliente oculto;
- Aprimore as técnicas de vendas adicionais bonificando pelas vendas de valores maiores. Oferecer as ofertas do dia para todos os clientes, usando algum gatilho como o da escassez, por exemplo;
- Mostrar o quanto cada colaborador pode ganhar a mais com comissão, se for o seu caso;
- O ganho em dinheiro é o que mais motiva os bons vendedores;
- Top de Vendas – Gatilho de abordagem: você veio no dia certo;
- Top de Vendas – Mostrar os lançamentos, sem desconto, sem tentar empurrar;
- Top de Vendas – Equipe exige constante preparação, orientação, organização, premiação.

# Canais digitais

- Use praticamente as mesmas táticas das vitrines físicas. O celular é a sua vitrine na mão do consumidor;
- Prefira sempre as iscas que vão atrair clientes para dentro da sua loja, e de preferência somente essas;
- Sinalize participação no 27º Liquida Porto Alegre, no site [www.liquidaportoalegre.com.br](http://www.liquidaportoalegre.com.br) você pode baixar arquivos para usar nas redes sociais ou fazer material de PDV próprio;
- Se possível, também mostre os valores de descontos, dando o destaque para o valor das parcelas e as facilidades de pagamento nas suas ofertas;
- Seja mais intenso em presença digital nestes dias, isto aumenta suas oportunidades de vendas;
- Tente mostrar, sempre, uma oferta nova de produto ou serviço a cada dia. Assim, você publica mensagens mais seguidamente sem ser repetitivo;
- Intercale imagens e vídeos curtos das ofertas;
- Deixe conteúdos prontos antecipadamente;
- Se puder, contrate tráfego pago.

# Vendas por Whatsapp

-  O WHATSAPP já é um dos principais canais preferidos dos clientes para compra de lojas físicas;
-  Tem uma taxa de abertura das mensagens em torno de 95% e não interrompe a rotina de vida do cliente;
-  Quando bem usado, é uma máquina de vender. No entanto, a maioria das lojas não tem um protocolo eficiente, testado e customizado de atendimento e deixa o assunto por conta dos vendedores, gerando mais descontentamento do que resultados;
-  Mande mensagens para toda a sua base de clientes, ativos e inativos;
-  Tenha o máximo de velocidade no atendimento e nas respostas;
-  Tente chamar o cliente pelo nome sempre que possível. Trate a pessoa com respeito e não com intimidade;
-  Faça perguntas claras e objetivas, em frases curtas;
-  Mostre seus diferenciais objetivamente e não somente produto e preço;
-  Use os gatilhos mentais mais adequados como escassez, oportunidade, valor das parcelas, etc;;

# Canais digitais

- Use praticamente as mesmas táticas das vitrines físicas. O celular é a sua vitrine na mão do consumidor;
- Prefira sempre as iscas que vão atrair clientes para dentro da sua loja, e de preferência somente essas;
- Sinalize participação no 27º Liquida Porto Alegre, no site [www.liquidaportoalegre.com.br](http://www.liquidaportoalegre.com.br) você pode baixar arquivos para usar nas redes sociais ou fazer material de PDV próprio;
- Se possível, também mostre os valores de descontos, dando o destaque para o valor das parcelas e as facilidades de pagamento nas suas ofertas;
- Seja mais intenso em presença digital nestes dias, isto aumenta suas oportunidades de vendas;
- Tente mostrar, sempre, uma oferta nova de produto ou serviço a cada dia. Assim, você publica mensagens mais seguidamente sem ser repetitivo;
- Intercale imagens e vídeos curtos das ofertas;
- Deixe conteúdos prontos antecipadamente;
- Se puder, contrate tráfego pago.

# O que contém no kit de PDV

- 10 bandeirolas
- 1 faixa de vitrine
- Para aplicá-la utilize água e cole sobre a superfície limpa. Depois, descarte corretamente.
- 2 adesivos
- 1 cartaz A3

Aproveite estes materiais para decorar sua vitrine e sinalizar que você faz parte do Liquida Porto Alegre, mostrando para seus clientes que ali tem promoção. Para dobrar suas chances, não esqueça de seguir as dicas deste material, como mostrar suas ofertas, sinalizando os melhores descontos e dando ênfase para as parcelas com menor valor.

**Quer adquirir mais materiais de PDV  
para aumentar suas chances de sucesso?**



**escaneie o QR Code ou entre  
em contato pelo telefone  
(51) 9 9120.3099**



**liquida  
porto alegre**

REALIZAÇÃO

 CDL<sup>POA</sup>

PARCERIA

 banrisul  vero

**O Liquida é a maior promoção gratuita do Brasil bancada por uma entidade empresarial. Seu objetivo é melhorar as vendas de fevereiro, oferecendo uma oportunidade de incremento de resultados para qualquer lojista de Porto Alegre, de qualquer ramo de negócio. Não precisa ser associada à CDL Porto Alegre. Na última edição, foram mais de 4.900 lojas em mais de 90 bairros da Capital. Aproveite este momento único e seja criativo.**

Na página [www.liquidaportoalegre.com.br](http://www.liquidaportoalegre.com.br), na área do lojista, está disponível todo um conjunto de informações para participar da campanha com assertividade. Confira alguns itens que você terá acesso:

- Fotos de vitrines, lojas e promoções para inspirar;
- Material digital gratuito disponível para uso nas redes sociais ou para fazer material próprio adicional de PDV;
- Links de vídeos e podcast com detalhamento das dicas e outras ideias de ações de marketing;
- Portal para comprar material de ponto de venda adicional.