



dia do cliente

**COMO FORTALECER O
RELACIONAMENTO COM
SEUS CLIENTES E VENDER
MAIS EM SETEMBRO?**

Um guia totalmente prático.

Compre nos associados ACIF.

1. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

O SUCESSO DO DIA DO CLIENTE COMEÇA
COM TOMADAS DE DECISÕES!

Defina o período da sua ação:

- Concentrar esforços para fazer tudo em um dia;
- Distribuir suas ofertas em uma semana inteira;
- Realizar uma ação mensal: O MÊS DO CLIENTE.

Estabeleça metas claras:

Pense além do volume de vendas.

- Aumentar o tíquete médio
- Reativar clientes inativos
- Captar novos contatos para base de dados
- Promover uma campanha de fidelização





2. VALORIZE O CLIENTE

MAIS DO QUE DESCONTOS, É HORA DE MOSTRAR O QUANTO VOCÊ SE IMPORTA COM O SEU CLIENTE.

Agradecimentos de forma visível:

- “Você faz parte da nossa história”; ou
- “Esta promoção é exclusiva para quem acredita no nosso trabalho”.

São detalhes que geram identificação. Pode ser em um bilhete impresso, uma plaquinha no balcão ou uma arte nas redes sociais.

Ofertas de valor:

Não é só o preço que fideliza, e sim, o **cuidado**. Ofereça algo simples, como um café, um doce ou um brinde temático.

IMPORTANTE: Comunique que a ação é pelo “Dia do Cliente”.

3. LOJA E AMBIENTE PREPARADOS

Ambientes que expressam cuidado e reconhecimento **impactam a experiência de compra e geram lembrança de marca.**

Crie um espaço que promova a experiência:

- Reserve um cantinho com café, ofereça bombons, mini cartão ou frase inspiradora. O gesto simbólico fala alto.
- Para empresas de serviço, a recepção pode conter a mesma lógica: um bilhete sobre a mesa, uma oferta surpresa ou um mimo impresso.

Equipe engajada é parte da campanha:

Prepare sua equipe para abordar com empatia e mencionar a campanha durante o atendimento:

“Hoje a gente tem uma ação especial para quem é nosso cliente.”





4. PROMOÇÕES E INCENTIVOS

Aqui, o segredo é ativar o cliente com ofertas personalizadas e sentir-se valorizado, não apenas estimulado pelo desconto.

Monte pacotes de produtos ou serviços com rótulo “Cliente Especial”. Pode ser:

- Um kit com valor promocional
- Um serviço adicional incluído
- Um brinde diferenciado ao atingir determinado valor de compra

Crie incentivos progressivos:

- Semana do Cliente = 5% off
- No Dia do Cliente = 10% off + brinde
- Indique e ganhe + frete grátis ou vale-extra

5. RELACIONAMENTO DURADOURO

O pós-venda é onde mora a fidelização. Clientes lembrados voltam, indicam e defendem sua marca.

- Agradeça pessoalmente ou por mensagem: Um simples “Obrigado pela confiança de sempre” com o nome do cliente já diferencia sua empresa.

Recompense quem se relaciona com sua marca:

- Cupom de desconto para próxima compra
- Convite para pré-venda ou lançamento
- Acesso antecipado a promoções futuras

DICA EXTRA:

Aproveite a ação para atualizar telefones, e-mails e nomes. Isso torna suas próximas campanhas mais eficazes.



CHECKLIST DE AÇÕES

PLANEJAMENTO E POSICIONAMENTO

- Escolha se a campanha será no dia, semana ou mês do cliente
- Defina metas e orçamento para a ação
- Crie lista segmentada de clientes a serem impactados

EXPERIÊNCIA E AMBIENTE

- Decore a loja com sinalização de “Cliente Especial”
- Crie espaço com brinde simbólico ou mensagem afetiva
- Instrua a equipe sobre a abordagem personalizada no atendimento

OFERTAS E RELACIONAMENTO

- Desenvolva promoções exclusivas para clientes ativos
- Ofereça brindes ou combos por valor mínimo de compra
- Prepare mensagens de agradecimento e incentive avaliações
- Capte novos contatos e atualize sua base de clientes