

Degustação no PDV: como executar com sucesso?

Quem não adora ir no mercado e se deparar com uma bancada de degustação? É uma ótima oportunidade para conhecer produtos novos, e é uma experiência que faz a nossa ida ao mercado muito mais prazerosa.

Mas você sabe por que essas amostras são oferecidas, afinal?

No post de hoje, nós iremos explicar por que as degustações são feitas, e como você pode aplicar essa estratégia com sucesso no seu comércio. Confira a seguir!

Para que serve a degustação?

A verdade é que essa não é apenas uma experiência agradável para os clientes, mas que também traz muitos benefícios para a marca em si.

Essa é uma técnica utilizada para impulsionar as vendas, e é comprovado que ela realmente funciona.

Para uma degustação, você pode utilizar produtos já lançados, ou para apresentar as novidades da marca ao mercado. Ao possibilitar que as pessoas provem sem antes comprar o produto, a marca se torna mais conhecida, e o seu relacionamento com o cliente melhora, e muito!

Falamos mais sobre alimentos, mas é possível utilizar essa estratégia com os mais variados produtos. Você pode possibilitar o cliente de testar o produto, ver ou tocar. Isso faz com que uma relação de confiança seja criada entre a marca e o cliente.

Afinal, você mostra que acredita que os consumidores gostarão do seu produto.

Por conta disso, há mais chances de o cliente continuar comprando da sua marca, uma vez que ele pôde tirar suas próprias conclusões sobre o produto. Ou seja, há uma maior tendência de fidelização!

Essa é uma estratégia que tem muito sucesso, e ajuda muito os negócios.

Entretanto, é necessária uma grande preparação antes de lançar a sua campanha de degustação. Por isso, separamos algumas dicas infalíveis para uma ação bem executada. Confira abaixo!

Dicas para fazer uma ação de degustação

Defina o público alvo

Para qualquer ação, é muito importante que você saiba qual será o público alvo.

No caso da degustação, saber quem pode ter interesse no seu produto é uma ótima forma de focar seus esforços nesse grupo de pessoas, além de evitar desperdício.

Definindo um nicho específico, seu investimento será mais centrado e haverá chances menores de gastos desnecessários.

Estabeleça metas

Procure colocar metas específicas e realistas, que possam ser medidas. Você pode definir um percentual, ou uma quantidade de produtos a serem vendidos.

Afinal, é assim que você conseguirá descobrir se a sua ação teve, realmente, um efeito positivo.

Defina um orçamento

Desde o começo, é importante definir o quanto você pode e pretende investir na ação.

Leve em conta o preço das amostras, da mão de obra, do frete e das despesas gerais da ação. Deixe, também, uma quantidade para gastos inesperados.

Dessa forma, você já terá calculado todos os custos e não correrá risco de ter problemas com o orçamento disponível.

Saiba qual produto utilizar

O produto que será utilizado depende da sua intenção com a campanha.

Você pretende divulgar um novo produto? Ou aumentar as vendas?

Primeiro, você deve definir o seu objetivo. Em seguida, pense em qual é o produto mais interessante para o público alvo. Tudo depende disso!

Utilize bem o PDV

O PDV (ponto de venda) deve chamar a atenção dos clientes, para gerar curiosidade e interesse.

Você pode investir em um bom layout, profissionais treinados e uniformizados, formas inusitadas e criativas de oferecer o seu produto...

Tudo isso é muito importante para causar uma boa primeira impressão nos clientes!

Saiba quando oferecer o produto

Você deve saber quando o seu produto é mais procurado, e utilizar as épocas, estações e datas comemorativas ao seu favor.

Por exemplo, se você estiver oferecendo sorvete, o ideal é que você não o faça no inverno. Entretanto, ao contrário do que parece, também não é uma boa ideia oferecer sorvetes no verão. Isso porque a demanda seria muito grande, e você provavelmente não conseguiria atendê-la.

O melhor seria oferecer esse produto entre essas duas estações, quando não é muito calor nem muito frio.

Assim, você cria uma relação de confiança com o cliente, conseguindo atender à demanda, e ele voltará a comprar da sua marca!

Analise os resultados

Como dissemos anteriormente, você deve estabelecer metas antes de começar a ação. Ao final desta, é hora de analisar os resultados que você obteve.

Assim, você conseguirá descobrir quais foram os pontos positivos e os negativos; se a campanha foi um sucesso ou não.

Além de analisar a quantidade de vendas e pedidos, também vale a pena prestar atenção no número de curtidas e seguidores nas redes sociais! Afinal, hoje em dia esse é um grande medidor de sucesso, não é mesmo?

Conclusão

Agora você já sabe como funciona a degustação e como ela pode te trazer muitos benefícios!

Apesar de parecer muito simples, essa estratégia também precisa de muito planejamento para que alcance todos os resultados positivos. Mas, quando feita com cuidado e atenção, pode fazer toda a diferença para a sua marca.

E aí, você tem mais alguma dica para fazer uma degustação de sucesso? Deixe um comentário para nós!

E não se esqueça de conferir os nossos posts anteriores e nos acompanhar no Instagram e Facebook para ficar por dentro de todas as novidades!