

## COMO SE DIFERENCIAR DA CONCORRÊNCIA



Seus concorrentes são os que oferecem produtos ou serviços iguais ou parecidos com os seus, visando os mesmos consumidores. Existem ainda concorrentes indiretos, que, mesmo oferecendo produtos e serviços diferentes, visam também seu público. Por exemplo: para presentear uma amiga, em vez de comprar um porta-retratos numa papelaria, o cliente prefere um vaso de flores que pode comprar num quiosque na rua.

Uma forma muito interessante de conhecer a concorrência é estar atento ao que o público-alvo tem a dizer sobre isso, afinal, o seu público-alvo é o mesmo da concorrência. Nesse caso, vale a máxima "a voz do povo é a voz de Deus".

Aprender a "Escutar o Cliente" é um grande trunfo pra quem quer ampliar ou manter o seu negócio de vendas. Escutar o Cliente é muito mais do que ouvir apenas o que as pessoas dizem em palavras, é

percebê-las como um todo, entender seus desejos, seja qual for a maneira como se expressam, partindo logo para a ação e visando atendê-las com produtos, serviços, facilidades de atendimento, preço e o que mais for necessário.

Quando você conhece bem seus principais concorrentes, fica mais claro saber como se diferenciar deles oferecendo um "algo mais" aos seus clientes. O importante é você desenvolver características e benefícios que seus concorrentes não têm e que vão manter a preferência pela sua atividade no lugar do seu concorrente.

Se tudo é tão igual e se há tantos produtos que prometem os mesmos resultados, a ordem é tentar se diferenciar de alguma maneira. Antes de mais nada, é preciso saber tudo sobre aquilo que você vende.

“Não espere seu concorrente marcar, chute para o gol e boa\$ Venda\$!!!”

### Dicas para se diferenciar na concorrência

- ▶ 1. Descubra o que o cliente está querendo e venda conforme as suas necessidades.
- ▶ 2. Prometa, cumpra e faça algo mais.
- ▶ 3. Após a conclusão da venda, comprometa-se a fazer a pós-venda e realize-a realmente.
- ▶ 4. Sete dias após ter concluído a venda, envie uma carta agradecendo a confiança depositada no seu trabalho.
- ▶ 5. Assuma e resolva os problemas do cliente com agilidade e profissionalismo.
- ▶ 6. Estabeleça uma relação de confiança para depois "vender o seu peixe".
- ▶ 7. Ligue na data de aniversário do seu cliente para parabenizá-lo. Todo mundo sabe que isso é importante, mas poucos realmente fazem.
- ▶ 8. Pesquise o mercado de atuação do cliente e envie informações sobre o seu negócio via fax, e-mail e cartas. Essa é uma ótima atitude para você demonstrar que não está pensando apenas no bolso de seu cliente.

Preencha seus dados e participe do nosso sorteio.

Nome: \_\_\_\_\_

Endereço: \_\_\_\_\_

Telefone: \_\_\_\_\_ RG: \_\_\_\_\_

Atividade: \_\_\_\_\_ CPF: \_\_\_\_\_

E-mail: \_\_\_\_\_



# CONTROLE FINANCEIRO

DIA	1. SALDO DO CAIXA DO DIA	2. VENDAS A VISTA	3. RECEBIMENTO DE VENDAS A PRAZO	TOTAL DO DIA (1+2+3)	PAGAMENTOS	SALDO DO DIA (4-5)
01						
02						
03						
04						
05						
06						
07						
08						
09						
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						
18						
19						
20						
21						
22						
23						
24						
25						
26						
27						
28						
29						
30						
31						
Total						

## INSTRUÇÕES

Datas: Identificação do período ao qual a planilha se refere.

Saldo do caixa: Valor que você tem no caixa no início do dia.

Vendas à vista: Soma de todo dinheiro que entrou no dia.

Recebimentos de vendas a prazo: Recebimento de débitos (fiado).

Total do dia: Soma de todo dinheiro.

Pagamentos: A soma do dinheiro que saiu no dia.

Saldo do dia: A diferença do que saiu e entrou durante o dia.

[www.finsol.com.br](http://www.finsol.com.br)

**FINSOL**  
Microfinanças  
Financiando sonhos empreendedores.  
**0800 608 8800**