



**A IMPORTÂNCIA DO  
ALINHAMENTO DOS CANAIS  
DE COMUNICAÇÃO DA SUA LOJA**

Ter vários canais de comunicação é importante, mas melhor ainda é saber gerenciar cada um deles. Já compartilhamos um material com dicas de como utilizar canais de relacionamento como estratégia de vendas com foco nos canais digitais (site, e-mail e mídias sociais).

Se você não lembra, **acesse o conteúdo aqui.**

**Agora, vamos abordar a importância de alinhar todos esses meios.**

Qualquer decisão ou ação da sua empresa deve levar em consideração todos os aspectos que a envolvem.

A empresa deve contar com uma mensagem alinhada em todas as suas esferas, seja com funcionários,

clientes ou acionistas, seja com a imprensa ou comunidade, não pode haver contradições

no seu posicionamento.



**POR QUE ALINHAR A  
COMUNICAÇÃO DA MINHA  
EMPRESA É TÃO IMPORTANTE?**



## MARKETING INSTITUCIONAL

Vale lembrar que qualquer material institucional já é uma forma de marketing off-line. Cartões de visita, cartilhas e brindes, como canetas e materiais de escritório, são bons para fixação de marca e divulgação de meios de contato. Esses materiais podem ainda se relacionar com o seu marketing on-line, divulgando sites e redes sociais.



## ESTAMOS LIDANDO COM PESSOAS

O público, na maioria dos casos, ainda prefere falar com outra pessoa do que com um robô. Não é à toa que chatbots e e-mails automatizados possuem um conteúdo cada vez mais pessoal e informal, como se fossem uma pessoa falando.



## PARA CADA NEGÓCIO, UMA ESTRATÉGIA

O ideal aqui é aliar a praticidade da tecnologia e a personalidade do off-line a uma estratégia que faça sentido para o seu tipo de negócio.

**CONFIRA CINCO ASPECTOS  
COM OS QUAIS A COMUNICAÇÃO  
DEVE ESTAR PRECISAMENTE  
ALINHADA**

# 1

## IDENTIDADE DA EMPRESA

Quando se fala em identidade institucional, não se trata apenas de logomarca. A sua empresa conta, por exemplo, com um manual de marca? Existe um direcionamento sobre cores e fontes que estão associadas à empresa? Que imagens podem ser utilizadas em materiais institucionais? Esse tipo de padronização é fundamental para transmitir identidade e credibilidade à sua empresa. Qualquer material fora do padrão pode levantar suspeitas de que aquilo não seja algo oficial.

# 2

## O INTERNO REFLETE NO EXTERNO

Missão, visão e valores são definições que devem estar presentes e ser exercitadas entre a sua equipe, assim a filosofia da sua empresa será transmitida aos seus clientes. Afinal, não adianta dizer que a empresa se importa com o cliente se o atendimento não reflete isso. Tudo deve ser alinhado para que as pessoas saibam o que esperar da sua marca.

# 3

## O DEPARTAMENTO DE MARKETING: PORTA-VOZ

A colaboração entre os departamentos de Marketing e Vendas se dá de diferentes formas, dependendo do porte e da filosofia da empresa, mas é importante que esses profissionais trabalhem em conjunto. As estratégias de Marketing servem justamente para impulsionar as vendas, por isso é tão importante que os setores estejam alinhados. Com a evolução do funil de vendas, é como se funcionasse assim: o Marketing cruza a bola para o vendedor fazer o gol. Por isso é tão importante que eles trabalhem em sintonia.

# 4

## ALIANDO ON E OFF

Contar com as duas estratégias pode fortalecer o seu marketing.

**Por exemplo: você pode convidar o seu público por meio das redes sociais para algum evento, promoção ou ação pontual.**

**No dia do evento, você pode incentivar as pessoas a fazerem check-in ou utilizarem uma hashtag específica, que faça com que o acontecimento chegue a outras pessoas.**

Para quem tem estabelecimentos, é bem comum a prática de trocar um check-in por algum brinde ou acesso à rede de Wi-Fi, por exemplo. Engana-se quem pensa que o on-line substitui o off-line em tudo.

Apesar de todas as possibilidades que o mundo digital tem a oferecer, as marcas ainda se relacionam com pessoas, que vivem no mundo de carne e osso. Para garantir que on e off trabalhem em sintonia, busque aliar a praticidade do mundo digital à personalidade do mundo analógico.

# 5

## TENHA EQUIPE PARA MONITORAR AS REDES SOCIAIS E OS CANAIS DE RECLAMAÇÃO

A gestão adequada para resposta imediata aos clientes em sites, como Reclame Aqui, E-Bit, Facebook, entre outros, faz a diferença na escolha da loja — desde a solução do problema até a indicação de produtos ou possíveis dúvidas na compra. Para fazer com que um cliente que tenha tido uma experiência de compra negativa volte a comprar na empresa e até a indicar, é preciso que o atendente se coloque no lugar do cliente e consiga encontrar uma solução satisfatória. Lembre-se: a situação e/ou dúvida de um cliente pode ser a mesma de outro consumidor. Divulgue e compartilhe a informação com toda a equipe.

Observe que em todos os exemplos citados acima o marketing on-line está presente. A grande sacada não está em adotar um ou outro, mas em fazer com que eles se ajudem e potencializem as vendas da sua empresa. Trabalhamos com consumidores multicanais, que eles buscam produtos e serviços, recomendações, comparativos de preços e tudo que diz respeito à compra em muitos lugares diferentes. O empresário lojista deve implementar a inteligência em seu negócio, realizando cruzamento de dados das compras no ponto de venda, bem como no ambiente virtual, para ter o entendimento de qual processo logístico adotar na gestão de sua empresa.

A Krona está presente no seu dia a dia e sempre busca ajudar da melhor maneira possível.

No nosso site, tem outros tipos de conteúdos que podem ser úteis para você.

Visite o site e veja os conteúdos mais recentes nas nossas redes sociais:

**Facebook, Instagram e LinkedIn.**

Um grande abraço!



[www.krona.com.br](http://www.krona.com.br)  
[www.asuaobra.com.br](http://www.asuaobra.com.br)