



# Como aumentar suas vendas?





# Como aumentar suas vendas?

© 2018. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae  
Todos os direitos reservados  
A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte,  
constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610/1998).

### **Informações e contatos**

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae  
Unidade de Desenvolvimento de Produtos e Cultura Empreendedora  
SGAS 605 – Conjunto A – CEP: 70200-904 – Brasília/DF  
Telefone: 0800 570 0800 [www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br)

#### **Presidente do Conselho Deliberativo Nacional**

Robson Braga de Andrade

#### **Diretor-Presidente**

Guilherme Afif Domingos

#### **Diretora Técnica**

Heloisa Regina Guimarães de Menezes

#### **Diretor de Administração e Finanças**

Vinicius Lages

#### **Unidade de Desenvolvimento de Produtos e Cultura Empreendedora**

##### **Gerente**

Mirela Malvestiti

##### **Gerente Adjunta**

Olívia Mara Ribeiro Castro

##### **Equipe Técnica**

Roseley Silva de Oliveira

#### **Autor**

Ênio Queijada de Souza

#### **Metodologia Educacional**

Thelmy Arruda de Rezende

#### **Editoração**

Lourdes Hungria

Luciana Rodrigues

Jéssica Martins

#### **Revisão Ortográfica**

Discovery – Formação Profissional Ltda. – ME

#### **Projeto Gráfico**

iComunicação

#### **Adaptação de Projeto Gráfico e Diagramação**

Editorar Multimídia

S719c

Souza, Ênio Queijada de.

Como aumentar suas vendas? / Ênio Queijada de Souza; Thelmy Arruda de Rezende (colaboradora). – Brasília : Sebrae, 2018.

31 p. il., color.

Bibliografia.

ISBN

1. Gestão empresarial. 2. Fluxo de caixa. 3. Controle de caixa. I. SEBRAE II. Rezende, Thelmy Arruda de (col.) III. Título

CDU – 658

# Sumário

---

1	Como aumentar suas vendas?.....	7
2	Saber vender .....	9
3	Cinmercado - Parte 2: Qualidades para vender mais.....	10
4	Afinal, o que é marketing? .....	12
5	Marketing e mercado .....	14
6	Sociedade e consumo .....	15
7	O marketing e você .....	18
8	Cinmercado - Parte 2: Fatores que influenciam o preço ..	19
9	Referências.....	30

O grande sábio e filósofo grego Sócrates, dizia “Só sei que nada sei”.

Essa é uma forma para lembrar que o saber não tem limites. Que sempre é possível aprender algo, saber um pouco mais.

Por isso, as informações que aqui trazemos vêm somar ao conhecimento que você já possui, ao saber que você vem assimilando ao longo da vida.

O empreendedorismo não é uma ciência exata, mas tem a sua ciência, a sua arte, o seu saber.

E não existe uma receita pronta para alcançar o sucesso, mas você pode aprimorar as suas habilidades, comportamentos e atitudes para chegar aos seus objetivos.

Assim, você poderá transformar o seu aprendizado na arte de empreender!

# Como aumentar suas vendas?

Alcançar sucesso é o objetivo de todas as pessoas que empreendem. Mas transformar em realidade o sonho de ter um negócio próprio requer dedicação, informação, planejamento, organização, recursos, uma administração competente e boas estratégias de vendas.

Asérie de **Cartilhas MEI** traz para o dia a dia do empreendedor conceitos gerenciais e ferramentas de gestão, com o objetivo de orientar desde os primeiros passos.

A cartilha Como aumentar suas vendas? reúne informações sobre mercado e vendas, apresentando orientações e conceitos para uma gestão estratégica e empreendedora.

Como o saber não tem limites, buscar formas de aprimorar os conhecimentos é sempre uma boa decisão. Isso possibilita ampliar a visão, alcançar novas percepções e impulsionar mudanças significativas na própria realidade.

Por isso, além desse tema sobre *como aumentar suas vendas*, conheça toda as outras temáticas da série:

1. Como planejar o meu negócio?
2. Como administrar um pequeno negócio?
3. Como encontrar bons fornecedores?
4. Como controlar o fluxo de caixa?
5. Como expandir os seus negócios?
6. Como agir de maneira empreendedora?
7. Como definir preço de venda?

8. Como unir forças para crescer?
9. Como vender pela internet?
10. Como selecionar e contratar pessoas?

A intenção é contribuir para que você aprimore as suas habilidades empreendedoras, implemente um bom plano de vendas, estabelecendo promoções adequadas e estratégias que impulsionem os seus negócios.

Por isso, aproveite bem as informações que estão agora ao seu alcance e conte sempre com o Sebrae para empreender confiante e bem informado.

Desejamos sucesso nos seus negócios!



## Saber vender

Vender é a razão de ser de todo negócio. A empresa que não vende, não sobrevive.

Por isso, o empreendedor precisa saber fazer bem seu trabalho e saber como “vender” o produto do seu trabalho.

Em outras palavras, você precisa:

### Conheça bem o seu mercado

O mercado é onde estão os seus concorrentes, os seus fornecedores e seus clientes.

O empreendedor que atua com visão estratégica conhece bem todos esses integrantes do seu mercado e tem clareza das limitações das potencialidades do seu negócio.



### Qualidades para vender mais

Miguel já está no ramo de food truck há muito tempo...muito antes de surgir esse termo para se referir ao uso de veículos estilizados e adaptados para produzir e servir refeições nas ruas.

Ele se orgulha do seu negócio. A sua unidade móvel, a Supercão tem ponto certo e público garantido.

Além de fazer o melhor cachorro-quente das redondezas, Miguel sabe muito bem como vender o produto.

Está sempre procurando **se informar e lançando novidades.**

**Cuida bem do estoque para não faltar nada, se antecipando aos problemas.**

**Desejo, disposição, iniciativa, estratégia, sensibilidade e decisão são algumas qualidades do empreendedor que sabe vender.**

## Quem ganha com isso?

- O seu cliente, que é bem atendido e fica satisfeito.
- Você, que aumenta seus lucros.
- O seu negócio, que se fortalece no mercado e a tendência é crescer de forma estruturada.

O Maicon, por exemplo, de tanto levar turistas para conhecer os lugares históricos da cidade, virou uma referência.

Todo mundo que precisa de um guia procura logo por ele, que teve até que contratar um auxiliar para dar conta da demanda.



## Afinal, o que é marketing?

Muitas pessoas acreditam que marketing é apenas propaganda ou autopromoção.

Mas marketing é muito mais que isso!

Para começo de conversa, o marketing é a ciência-arte de aproximar produtos ou serviços de quem precisa/deseja (potenciais consumidores/clientes), tem condições de comprar e está disposto a pagar por isso.



### Fique atento!

Marketing é a entrega de satisfação ao cliente em forma de algum benefício.

O marketing é composto de vários elementos. Um deles, como percebeu o morador da ilha, é a promoção.

Entretanto, não podemos deixar de considerar seus outros componentes: o produto, o preço e o ponto de venda (praça).

### Os 4 Ps Marketing

---

**P**roduto

---

**P**reço

---

**P**onto de venda (Praça)

---

**P**romoção/Comunicação

---

O vendedor de coco fez uma promoção muito boa na ilha, mas não atentou para o problema do ponto. Imagina o que acontece quando alguém quer vender em um lugar onde não existe consumidor!

O ponto adequado é o local em que, entre outros fatores, haja grande circulação de potenciais clientes.

Vamos ver de que maneira? Assim como os demais “Ps”, o ponto é um dos elementos que ajudam a garantir suas boas vendas.

### Onde estão os meus consumidores?



## Marketing e mercado

Marketing é um termo em inglês que significa mercado (Market) em movimento.

Mesmo quem não é da área, facilmente associa a palavra marketing às estratégias de toda empresa para colocar os seus produtos e serviços no mercado, estamos falando de marketing.

Mesmo que não conheça conceitos de marketing, todo empreendedor, em algum momento, coloca em prática os princípios de marketing, ou seja, já “usou” o marketing nos seus negócios.

Afinal:

- Quem nunca mudou o seu produto ou seu serviço para melhor satisfazer a um cliente?
- Quem nunca se preocupou em cobrar um valor que seu cliente pode pagar?
- Quem nunca teve que implementar alguma mudança no ponto de venda?
- Quem empreende sem criar promoções, produzir folhetos, participar de feiras e eventos para divulgar seu produto?

Tudo isso é marketing!

## Sociedade e consumo

No mundo de hoje, todos somos consumidores. Vivemos na chamada sociedade de consumo e essa maneira de viver amplia a ideia de mercado.

Os negócios podem acontecer em toda parte. Assim, mercado não é mais apenas um local.

Mercado é o ambiente profissional em que acontecem as transações comerciais.

Se você trabalha no ramo de confecções, por exemplo, esse é o seu mercado. O mesmo acontece se você trabalhar em construção civil, alimentação, informática, estética, e assim por diante.

Os mercados variam, mas seus personagens são sempre os mesmos, como pode ser visto a seguir:



**Clientes são todas as pessoas que compram seus produtos e serviços.**

**Podem ser pessoas físicas ou jurídicas (empresas).**

**Concorrentes são todas os outros negócios que estão no mesmo ramo que você e podem conquistar seus clientes atuais ou os seus possíveis clientes.**



**Fornecedor é quem fornece insumos, matéria-prima ou produtos para o seu negócio. Por exemplo, seu José é fornecedor de salsichas para dona Silvia.**







## Fique atento!

Insumo são todos os produtos ou ingredientes que você usa para desenvolver o seu produto ou serviço.

Exemplo:

- Os insumos de uma sacoleira de roupas íntimas são fornecidos por uma fábrica de lingerie.
- Os insumos de um pipoqueiro, que são milho, sal, óleo e gás, ele consegue com diferentes fornecedores.

E por aí vai, com os diversos ramos de negócio.

## O marketing e você

Se não há clientes, não se desenvolvem os negócios, pois nenhum empreendimento sobrevive sem eles.

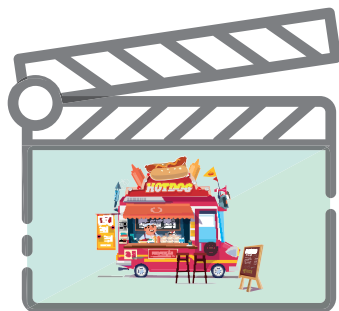
Mas...

- Onde estão meus clientes?
- E os futuros clientes?
- Como os conquistar novos clientes?
- Como manter esses clientes?

Para encontrar respostas a perguntas desse tipo, é preciso que você esteja sempre ligado no seu mercado.

E isso... é puro marketing!

## Cinemercaado - Parte 2



### Fatores que influenciam o preço

Com a chegada da concorrência, Miguel aumentou o preço de seus sanduíches.

Teve que fazer isso devido ao aumento de seus custos de produção. Mas, além disso, ele percebeu outros fatores que influem na colocação de preço: a própria percepção do cliente sobre esses preços e a concorrência.

Miguel não queria que parecesse que seu produto era “pior” do que o do concorrente.

Percebeu que, no mercado, um produto similar estava sendo vendido mais caro do que o seu, e que os clientes topavam pagar por isso.

Ou seja, percebeu que o cliente e a concorrência ajudam a definir seu preço.



## Pensebem!

- Procure saber quanto o cliente está disposto a pagar pelo que é oferecido;
- Faça pesquisas informais e veja como estão os preços dos concorrentes que vendem melhor;
- Se você trabalha com mais de um produto, coloque preço promocional em uma peça que possa servir de “isca” para os clientes. É comum sairmos em busca de um produto e sermos atraídos por boas ofertas;
- Desenvolva uma política de descontos. Procure cobrar menos nas situações que podem trazer vantagens futuras.

Por exemplo, ofereça descontos (financeiros) para clientes que pagam em dia; em grandes quantidades compradas; descontos sazonais (ou de estação) para “queimar” um estoque; ou mesmo descontos psicológicos (aqueles que pesam pouco no bolso, mas fazem bem à consciência: R\$ 4,99 pode parecer mais barato do que R\$ 5,00).



## Relembrando...

Você acaba de conhecer mais de perto os componentes de marketing (produto, preço, ponto de venda e promoção) e a importância de trabalhá-los conjuntamente no seu negócio.

Conheceu também os personagens do mercado (clientes, fornecedores e concorrentes).

Deve ter percebido como eles podem auxiliar os resultados de suas vendas, quando todos são estudados particularmente e incorporados ao seu planejamento.

Nesta cartilha, trouxemos as informações básicas sobre o ato de vender. Porém elas só se tornarão conhecimento depois que forem identificadas e incorporadas ao dia a dia do empreendedor.

Então, aproveite e coloque em prática o seu aprendizado!



## Não esqueça!

Com base nas dicas e informações disponibilizadas nesta cartilha, procure responder às perguntas a seguir, considerando agora a sua realidade e as informações sobre o seu negócio.

1 – Você sabe como definir as suas estratégias de vendas?

---

---

---

2 – Já analisou o mercado e percebeu em que você pode melhorar?

---

---

---

3 – Qual é o seu plano de vendas para o próximo trimestre?

---

---

---

4 – Quais as estratégias para cada data do calendário do varejo?

---

---

---

5 – Como você está monitorando as suas vendas?

---

---

---

Refleta, planeje-se, organize-se, administre seu negócio e o resultado virá em forma de lucro!

Bom trabalho e sucesso!



## Horadojogo!

Teste aqui os seus conhecimentos!

1	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	S	■	■	■	■	■	■	■	■
2	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	E	■	■	■	■	■	■	■	■
3	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	I	■	■	■	■	■	■	■	■
4	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
5	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	V	■	■	■	■	■	■	■	■
6	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	E	■	■	■	■	■	■	■	■
7	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	N	■	■	■	■	■	■	■	■
8	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	D	■	■	■	■	■	■	■	■
9	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	E	■	■	■	■	■	■	■	■
10	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	R	■	■	■	■	■	■	■	■

1. Nome dado à pessoa que possui um negócio (empresa);
2. Pessoa física ou jurídica que atua no mesmo ramo que um dado empresário;
3. Ação que serve para aproximar produtos e serviços de quem deles precisa e está disposto a pagar o preço para tê-los;
4. Local onde funciona o negócio;
5. Aquilo que se vende;
6. Pessoa física ou jurídica que compra produtos ou serviços;
7. Fazer previsão de ações ou intenções para orientar a tomada de decisão;
8. Termo usado para quem fornece insumos para outros empreendedores realizarem seu trabalho;
9. Quantidade de dinheiro que o cliente paga e o empreendedor recebe para ter um produto ou serviço oferecido;
10. Medida usada pelos empreendedores para melhorar a venda de um produto ou serviço.





## Avalie

Após a leitura desta cartilha, você considera que recebeu informações relevantes que podem ajudar você a definir estratégias para vender mais, de forma empreendedora?

( ) Sim    ( ) Não



## Saibamais!

Conheça outros temas importantes para o MEI.

Objetivo: capacitar os Microempreendedores Individuais por meio de um conjunto de produtos e serviços específicos para melhorar a gestão de seus negócios e promover sua consolidação no mercado.

Produto/serviço	Objetivo	Modalidade/formato
Comprar	Para quem quer comprar bem, adquirir o que necessita com qualidade, preços e prazos de pagamento favoráveis às necessidades de seus clientes e aumentar a lucratividade. Tudo isso mantendo uma boa relação com seus fornecedores.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Oficina presencial: 4 horas;</li><li>• Capacitação a distância via internet: 15 dias;</li><li>• Capacitação via celular (SMS): 30 dias;</li><li>• Audiolivro;</li><li>• Cartilha impressa.</li></ul>
Controlar Meu Dinheiro	Aprenda sobre finanças e como controlar o dinheiro da empresa e o fluxo de caixa. Entenda a diferença entre o seu dinheiro e o da empresa e saiba elaborar o controle diário de entradas e saídas do seu negócio.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Oficina presencial: 6 horas: 1º encontro – 4 horas; 2º encontro – 2 horas.</li><li>• Capacitação a distância via internet: 15 dias;</li><li>• Capacitação via celular (SMS): 30 dias;</li><li>• Audiolivro;</li><li>• Cartilha impressa.</li></ul>
Empreender	Descubra mais sobre o seu potencial empreendedor e aprenda a agir de forma consciente e responsável na tomada de decisões do seu próprio negócio.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Oficina presencial: 4 horas;</li><li>• Capacitação a distância via internet: 15 dias;</li><li>• Capacitação via celular (SMS): 30 dias;</li><li>• Audiolivro;</li><li>• Cartilha impressa.</li></ul>
Planejar	Aprenda a planejar o seu negócio. Saiba quando fazer mudanças para se adaptar às necessidades do mercado, dispor de produtos e serviços com qualidade e ampliar as possibilidades de crescimento sustentável.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Oficina presencial: 4 horas;</li><li>• Capacitação a distância via internet: 15 dias;</li><li>• Capacitação via celular (SMS): 30 dias;</li><li>• Audiolivro;</li><li>• Cartilha impressa.</li></ul>

Produto/serviço	Objetivo	Modalidade/formato
Unir Forças para Competir	Quando você trabalha com outras pessoas que exercem as mesmas atividades que a sua, fica mais fácil superar problemas, desafios e necessidades comuns. Descubra as vantagens de empreender coletivamente no seu setor.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oficina presencial: 4 horas;</li> <li>• Capacitação a distância via internet: 15 dias;</li> <li>• Capacitação via celular (SMS): 30 dias;</li> <li>• Audiolivro;</li> <li>• Cartilha impressa.</li> </ul>
Vender	Para você pensar o seu negócio, entender o mercado, se adequar às necessidades de seus clientes e, com isso, ampliar as possibilidades de crescimento.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oficina presencial: 4 horas;</li> <li>• Capacitação a distância via internet: 15 dias;</li> <li>• Capacitação via celular (SMS): 30 dias;</li> <li>• Audiolivro;</li> <li>• Cartilha impressa;</li> <li>• Kit educativo (telessala): 24 horas;</li> <li>• Boas Vendas! Como Vender Mais e Melhor no Varejo.</li> </ul>
Administrar	Aprenda a gerir o seu negócio, ter total controle e visão para alcançar bons resultados. Trabalhar de forma integrada a gestão, as finanças, o mercado e tudo o que envolve a sua empresa. Saiba como traçar o caminho em direção ao sucesso.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oficina presencial: 8 horas;</li> <li>• Kit educativo (telessala): 24 horas;</li> <li>• Aprender a Empreender;</li> <li>• Aprender a Empreender – Serviços.</li> </ul>
Crescer	Auxilia o Microempreendedor Individual em tomadas de decisões acerca de permanecer no patamar do negócio em que está ou passar para um patamar de Microempresa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oficina presencial: 4 horas.</li> </ul>
Formar Preço	Possibilita uma visão clara dos efeitos de uma correta formulação do preço de venda, bem como sua influência direta na obtenção do equilíbrio do negócio e, posteriormente, na geração do lucro.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oficina presencial: 4 horas.</li> </ul>
Clicar	Capaz de subsidiar o Microempreendedor Individual que tem necessidade de utilizar informações em gestão de negócios constantes na web.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oficina presencial: 4 horas.</li> </ul>

Produto/serviço	Objetivo	Modalidade/formato
Inovar	Sensibilizar e estimular o Microempreendedor Individual para inovar em seu negócio.	• Oficina presencial: 4 horas.
Ser Sustentável	Identificar as dimensões da sustentabilidade possíveis de serem aplicadas na empresa, acreditar na importância de aplicar na empresa práticas sustentáveis e elaborar as práticas sustentáveis possíveis de serem aplicadas em cada empresa, visando aos ganhos financeiros e à melhoria do desempenho socioambiental. Esse texto não deve ser alterado, trata-se de referência descrita por outro autor.	• Oficina presencial: 4 horas.
Produzir Alimento Seguro	Orientar Microempreendedores Individuais do setor de alimentação que desejam implantar procedimentos que garantam a qualidade higiênico-sanitária e a conformidade dos alimentos e das embalagens para alimentos, de acordo com a legislação existente para o setor, com destaque para a RDC nº 49 da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa).	A SEI Produzir Alimento Seguro tem 13 horas. Carga horária total: 13 horas: a) Oficina presencial 1 (4 h) – encontro sala de aula – Boas Práticas (grupo); b) Orientação individual 1 (1h) – Empresa (individual); c) Oficina presencial 2 – (4h) – encontro sala de aula – Boas Práticas (grupo); d) Orientação individual 2 (3h) – Empresa (individual);
Design	Contribuir com informações específicas e necessárias que permitam ao Microempreendedor Individual ter acesso às vantagens competitivas que o design proporciona. Fazendo uso de princípios de eficiência e de produtividade, o design permite melhorar o desempenho de qualquer atividade econômica, de todos os portes. A oficina pretende facilitar o entendimento da ferramenta design, como ter acesso e o que esperar do design.	• Oficina presencial: 4 horas.

Acesse o Portal Sebrae, disponível em [www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br) ou entre em contato por meio do telefone 0800 570 0800.

## Gabarito do jogo de palavras cruzadas

1. Empresário
2. Concorrente
3. Marketing
4. Ponto
5. Produto e serviço
6. Cliente
7. Planejar
8. Fornecedor
9. Preço
10. Promoção

## Referências

ROCHA, Joaquim José Fagundes da. Oficina SEI Vender: Manual do Participante. Brasília: Sebrae, 2011a.

\_\_\_\_\_. Oficina SEI Vender: Guia do Educador. Brasília: Sebrae, 2011b.





0800 570 0800 / [sebrae.com.br](http://sebrae.com.br)