

Como se diferenciar no digital: atendimento e redes sociais

Confira dois fatores que você deve priorizar para se destacar no ambiente on-line: atendimento ágil e presença nas redes sociais.



Para se diferenciar no ambiente on-line, é preciso planejamento e estratégias. Assim como muitos consumidores estão na internet, muitas empresas também estão. Para se destacar no meio dessa multidão, é preciso um plano e dedicação. Separamos dois pontos importantes que você deve focar sua atenção!

Foco no atendimento on-line ágil e efetivo

No ambiente on-line, o cliente espera do seu negócio a mesma eficiência do presencial. Por exemplo, se o cliente chega na sua loja e pergunta por uma blusa, você não vai respondê-lo no dia seguinte. Irá verificar na hora, não é mesmo?

O cliente on-line espera a mesma agilidade no atendimento. Veja o que ele espera da sua marca:

- Informações claras e alinhadas;
- Perfil atrativo;
- Conteúdo bem organizado;
- Atendimento rápido e de qualidade.

A internet está em tudo e em todo lugar. As pessoas, hoje, não passam um dia ou mesmo horas sem verificar o celular. É um contexto que impõe e exige a urgência e a agilidade.

Por isso, ative as notificações das redes sociais de sua empresa e sempre responda às mensagens que receber. Esteja disponível no seu horário comercial. Responder os clientes também faz parte do seu trabalho. Por isso, sempre ofereça ao cliente um atendimento on-line de qualidade.

Atendimento personalizado significa:

- Ser atencioso e informativo;
- Utilizar recursos com áudios e vídeos;
- Tratar o cliente com a amabilidade de um amigo e o profissionalismo de um vendedor.

Fortaleça sua presença nas redes sociais

O Brasil é o segundo país do mundo em consumo de conteúdo do Instagram. Os brasileiros passam entre 6 e 7 horas diárias na internet. Se você sabe que seu cliente passa tantas horas com o celular na mão, você não quer estar na tela dele?

Se ele ver o seu negócio, ele vai lembrar que você existe e dos seus produtos. Quando ele precisar, ele vai lembrar da sua loja. Portanto, é necessário criar conteúdo para que o cliente veja nas redes sociais.

Atenção! Não precisa criar um conteúdo profissional. Seu conteúdo deve ser atrativo e relevante para o público. A atração gera desejo de compra.

O primeiro passo é fazer um planejamento. Pensar o que você pode publicar em cada dia da semana e em que formato. Não é necessário criar conteúdos do zero. Pesquisar e replicar modelos de sucesso pode ser bastante útil para sua estratégia.

Outro ponto importante é compreender que a sua legenda é lida pelos usuários. Então, não basta tirar uma foto ou gravar um vídeo e publicar. Pense em legendas com boas informações, atrativas e que chamem para a ação.

A chamada para ação, ou CTA, é influenciar o público a fazer algo. Pode ser: Inscrever, Curtir, Comentar e Comprar.

Tudo que é feito on-line será registrado e visto, além das páginas em agregadores de conteúdo. Por exemplo, se sua conta do

Instagram é pública e você faz uma publicação, ela pode chegar a qualquer lugar do mundo.

A dinâmica atual da internet exige que os posts contenham informações completas e suficientes para garantir um bom posicionamento de onde quer que eles sejam acessados.

Artigo escrito a partir do vídeo do Sebrae Talks: [Como criar conteúdo para as mídias digitais](#) | com Gabriel Martins

Aproveite os cursos do Sebrae:

[Marketing digital para sua empresa: reforçando sua presença](#)

[Os segredos por trás de um Instagram vendedor](#)