

Associações comerciais sugerem sorteios de prêmios para estimular vendas

Para evitar retração em relação ao ano passado, lojistas paulistas participam de campanhas promocionais



Rua 13 de Maio, em Campinas: Acic oferece campanha promocional de viagens
Foto: Divulgação

SÃO PAULO - Apesar da crise econômica, algumas associações comerciais no Estado de São Paulo acreditam que não haverá retração nas vendas de Natal em comparação com 2014. Muitas firmaram parcerias para que os lojistas associados possam oferecer a seus clientes sorteios de prêmios e outros benefícios, como carros novos e descontos em viagens, para impulsionar as vendas no período.

Tendo em vista o cenário de aumento do desemprego, pressão inflacionária e encarecimento do crédito, os empresários consideram a estabilidade no faturamento em relação ao ano passado como positiva.

A Associação Comercial e Industrial de Campinas (Acic), por exemplo, ofereceu aos comerciantes do município uma campanha

promocional de viagens. Por meio de um acordo realizado entre a Acic e a TAM Viagens, os lojistas que pagarem R\$ 150,00 ganharão mil cupons de desconto para ofertar a seus clientes.

Os consumidores das lojas participantes que gastarem R\$ 75,00 terão um desconto de R\$ 150,00 em viagens com a companhia conveniada. O desconto, porém, não é cumulativo.

Os consumidores das lojas participantes que gastarem R\$ 75,00 terão um desconto de R\$ 150,00 em viagens com a companhia conveniada. O desconto, porém, não é cumulativo.

Em Ribeirão Preto, a Associação Comercial e Industrial (Acrip) apostou em sorteios de veículos para, pelo menos, ter o mesmo volume de vendas do ano passado, quando a cidade obteve um pequeno acréscimo de faturamento em relação a 2013.

O presidente da entidade, Antonio Maçonetto, explicou que a estratégia foi de, junto com o Sindicato do Comércio Varejista, lançar uma promoção para os comerciantes. A cada R\$ 100,00 em compras, os consumidores concorrem a prêmios como carros e motos novos.

Outra região que pretende impulsionar as vendas por meio de sorteios envolvendo veículos é a de Marília. O superintendente da associação comercial local, José Augusto, explica que a tática é pensar não somente na própria cidade, mas também na região. "Tentamos atrair o consumidor, já que temos 1,2 milhão de habitantes num raio de 90 quilômetros que adotaram a cidade [Marília] como polo de compras", diz.

A campanha, exclusiva para associados, é semelhante à de Ribeirão Preto. Os lojistas pagam uma taxa para participar, enquanto os consumidores ganham um cupom a cada R\$ 50,00 em compras. Dois carros zero km, uma moto e eletroeletrônicos serão alguns dos prêmios sorteados.

Com 500 lojistas confirmados em Marília e na microrregião, em cidades como Alvilândia, Oriente e Veracruz, Augusto está mais confiante e tem expectativa de um aumento de faturamento em relação ao ano passado. "Mas se mantiver o mesmo volume de 2014 não será ruim", diz.

Apesar de não ter ações específicas para a questão, as associações também orientam os empresários a capacitar a equipe nessa época de ano e treinar os funcionários para o melhor atendimento dos clientes.

A cidade de Santos, por exemplo, oferece cursos mensais de forma gratuita para os comerciantes capacitarem suas equipes. "Um funcionário bem treinado consegue satisfazer o cliente e vender mais", afirma o coordenador da Câmara de Comércio Varejista da Associação Comercial de Santos, Omar Assaf.