



Thiago Kuin, sócio de loja on-line para pequenas indústrias

países que a empresa atua é mais comum que negócios com restaurantes sejam fechados por telefone.

“É preciso um esforço grande de vendas locais. É importante visitar o restaurante, falar com o dono, mostrar o material. O brasileiro, em geral, é um pouco desconfiado”, conta Ferreira.

Na MovMov.it, empresa para chamar motoboys pelo celular, o segredo é ir para os lugares em que os motociclistas se reúnem e mostrar como o produto funciona, ex-

WEB NÃO FUNCIONA PARA CAPTAR MOTOBOYS, DIZ EMPRESÁRIO

plica o presidente Jhonata Emerick, 32. A companhia conta com três profissionais de vendas em São Paulo.

“Sabemos muito bem onde os motoboys se concentram. Tem calçadas na cidade de São Paulo em que sempre tem imensas filas. Vamos lá atrás dos que estão regularizados para oferecer a plataforma”, conta.

Segundo ele, um dos desafios do negócio da empresa é convencer um público que ainda começa a usar smartphones sobre vantagens de ser parceiro.

“Para captar motoboys, internet não funciona. Mesmo usando o Facebook, eles precisam ver sua cara para acreditar que você vai gerar corrida para eles.”

REGRAS DO JOGO

No caso da Loja do Profissional, e-commerce de produtos para pequenas indústrias e outros segmentos profissionais, a necessidade de uma equipe de vendas surgiu quando Thiago Kuin, 32, percebeu a falta de cultura das empresas de seu mercado de comprar pela internet.

“Meu cliente, quando descobre meu site, liga para cá para saber se a empresa existe, por ainda não estar acostumado a comprar na web. E a primeira pergunta é ‘Qual o endereço da loja?’”

Ele conta que, antes de as compras serem fechadas no site, muitos clientes enviam pedidos de orçamento negociando preços em caso de compras maiores. Também pedem para pagar por boleto bancário, após 30 dias da compra.

Para se aproximar desses clientes menos conectados, ele conta que mantém uma equipe de televendas com cinco pessoas.

Diariamente elas fazem até dez contatos para apresentar o serviço e, uma vez por mês, vão para a rua visitar os principais clientes.