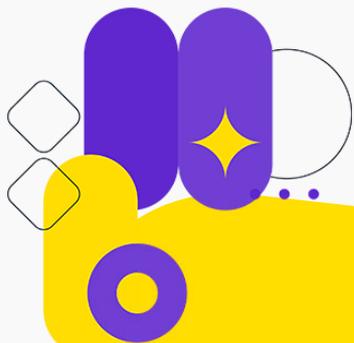


E-book: Revendedor da GIV Online





Índice

• O que é um Revendedor?	03
• Diferença entre Revendedor, Representante e Afiliado	04
• Social Commerce	06
• 4 Gerações de Consumidores e o moderno Consumidor 5.0	09
• 3 Motivos para ser um Revendedor Gráfico	10
• Cases de Sucesso	11
• 10 Regras básicas para ser um Revendedor Gráfico de Sucesso	12
• Como ser um Revendedor Gráfico da GIV Online?	13

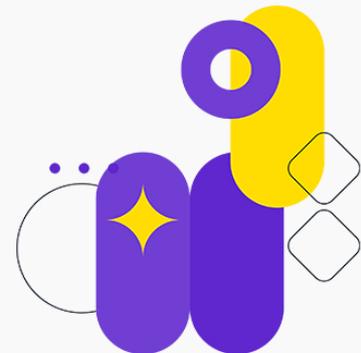
Introdução

Seja muito bem-vindo a esse conteúdo exclusivo elaborado especialmente para quem deseja ser um **Revendedor Gráfico de Sucesso**: o nosso E-Book para Revendedor da GIV Online.

Preparamos dicas valiosas para você ingressar hoje mesmo nesse ramo gráfico e já começar a vender e lucrar!

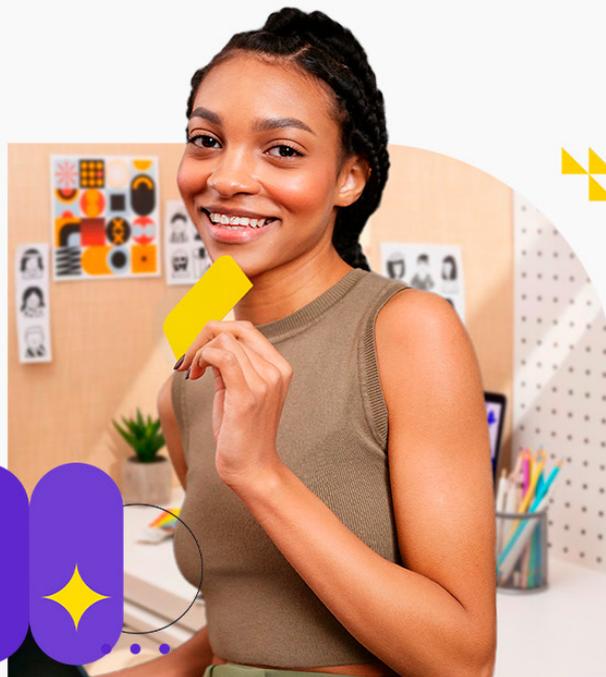
Confira com os olhos bem abertos, atentos a um mundo de possibilidades ao seu redor e perceba que as chances de ganhar dinheiro são infinitas.

Então, continue aqui com a gente e boa leitura!



O que é um Revendedor?

O revendedor é o profissional responsável por vender os produtos de uma determinada empresa para clientes finais. Em alguns casos, o revendedor pode até optar por revender produtos até mais de uma empresa para alavancar suas possibilidades de lucro.



The image features a white background with abstract, overlapping shapes in yellow and purple. A yellow speech bubble with a purple drop shadow is positioned on the left side. To the right, there are large, stylized shapes: a purple circle with a white center, a yellow circle, and a purple vertical bar. The text is centered within the yellow speech bubble.

Diferença entre
**Revendedor,
Representante
e Afiliado**

Revendedor

O Revendedor é a pessoa ou empresa que compra produtos direto da fábrica ou distribuidora a preços de atacado e revende a preço de varejo ao cliente final.

O profissional de revenda trabalha com diversidade de produtos para ter um amplo portfólio, e às vezes compra de diferentes fabricantes, com o intuito de garantir uma margem de lucro maior.

Além disso, ele é responsável por criar suas próprias estratégias de vendas para prospectar clientes, seja em lojas físicas, criando vitrines e um PDV chamativo com materiais de comunicação visual, e até mesmo em plataformas online, como redes sociais, e-commerce e marketplace.

Representante Comercial

O Representante Comercial atua como um intermediário entre empresa e cliente, promovendo e vendendo produtos ou serviços em nome da empresa.

Este representante não precisa de estoque e nem de loja física. Este profissional precisa apenas de uma boa carteira de clientes.

Pode atuar como autônomo e normalmente trabalha com metas e comissionamento. Por isso, manter um bom relacionamento com os clientes é fundamental. Quanto maior a chance de vendas, maiores os prêmios em comissão.

Afiliado

Já o Afiliado atua indicando a marca para o site de uma empresa, com o intuito de vender um produto ou serviço e ganhar um percentual de comissão, através de um link de afiliado que serve para rastrear as vendas e computar o comissionamento.

Cabe ao Afiliado apenas indicar o site do vendedor. O processo de venda, pagamento, produção e entrega fica por conta da empresa que ele é afiliado.

Há Afiliados que trabalham com produtos digitais, como e-books, cursos online, webinars e outros. Eles normalmente criam conteúdos educativos como artigos para blogs, vídeos no YouTube e posts nas redes sociais, por exemplo.

E os Afiliados que promovem produtos de grandes e-commerces como Amazon e o Magazine Luiza, usam avaliações, recomendações, comentários pra fazer comparativos e ajudar nas decisões de compra.



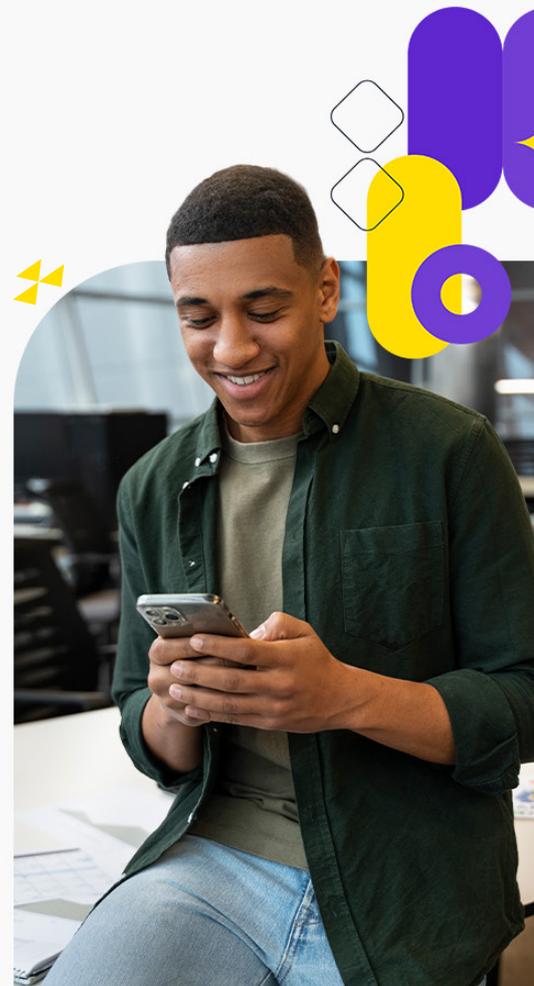
Social Commerce

Já ouviu falar?

Social Commerce é um termo em inglês que significa “Comércio Social”. O Social Commerce é uma forma de unir as atividades de compra do consumidor em uma plataforma online ao mesmo tempo em que interage com outros consumidores, usando elementos das redes sociais. Ou seja, é uma integração entre e-commerce e redes sociais.

Uma pesquisa feita pela PwC Brasil mostra que o Social Commerce tem impactado muito nas decisões de compras de 77% dos consumidores, assumindo um papel cada vez mais importante na jornada do cliente.

O Social Commerce vai muito além de simplesmente vender um produto. Mas, trata-se de disponibilizar ferramentas para interagir socialmente e o cliente compartilhar sua experiência de compra.





Confira as principais características do Social Commerce nos dias de hoje:

Avaliações e Comentários para ajudar na decisão de compra de futuros clientes que pretendem adquirir o mesmo produto ou solicitar o mesmo serviço. Baseado na experiência de compra de outros consumidores pode ser um fator determinante para fechar um negócio (ou não), pois os comentários e avaliações, desde que positivos, geram credibilidade e autoridade no segmento. Isso é chamado de prova social e é muito importante para a marca ganhar boa reputação e confiança de quem deseja comprar o produto pela primeira vez.

Compartilhamento de ofertas, cupons de descontos ou lançamentos via redes sociais com familiares e amigos. Até porque, nada melhor do que a tal chamada propaganda boca a boca, um marketing espontâneo que obtém o maior alcance de pessoas.

Influenciadores exercem um papel fundamental nas redes sociais, capazes de promover produtos e serviços para seus seguidores e assim, influenciá-los na decisão de compra.

Recomendações personalizadas: as plataformas de social commerce usam algoritmos para analisar interesses e comportamentos dos usuários. Sendo assim, recomenda-se produtos com base nas preferências individuais.

Integração com lojas online: algumas plataformas, como o WhatsApp, por exemplo, já permitem que os usuários façam compras diretamente no próprio aplicativo.

Quais os benefícios do Social Commerce?



Visibilidade

As redes sociais permitem um alcance maior do público. Isso faz com que a marca fique memorizada na mente do consumidor.



Autoridade

Principalmente quando há um produto de qualidade e estratégia adequada. Quanto mais mencionado o nome da sua marca nas redes de forma positiva, mais confiança gera aos consumidores.



Proximidade

Outro benefício do Social Commerce, é gerar humanização entre a marca e o cliente, gerando mais espontaneidade na interação, aumento de tráfego, engajamento e até mesmo de fidelização.



Empoderamento

O cliente quando ganha voz, ele ganha empoderamento não só no processo de compra, mas no compartilhamento de suas experiências.

Como aplicar estratégias de Social Commerce?

Mantenha sua marca conectada nas redes sociais

Escolha o canal que mais faz sentido para o seu público-alvo e crie conteúdos de qualidade de forma que gere interesse, interação e engajamento.

Responda as mensagens

Todas as mensagens, sem exceção, devem ser respondidas em um curto espaço de tempo. Isso mostra que você está comprometido com o seu cliente e aumenta ainda mais a sua boa reputação.

Incentive fazer avaliações

Isso vale tanto para a avaliação do produto, quanto para avaliação do atendimento da loja e a experiência de compra como um todo. É comum ver o campo de avaliações e comentários em e-commerces e marketplaces, e essa prova social é determinante para muitos clientes que preferem conferir antes de ir para o carrinho de compras, os depoimentos de outras pessoas.

Faça parcerias com Influencers

Feche parcerias com influenciadores que tenham relevância nas redes e que tenham um público que sejam suas personas. Dependendo do contrato que você fechar, os influencers podem fazer transmissões ao vivo ou posts e stories patrocinados, com a chance de demonstrar seu produto, oferecer descontos exclusivos e, assim, atrair novos clientes por meio de compras por impulso.

4 Gerações de Consumidores e o moderno Consumidor 5.0

Para chegar no perfil da geração de consumidor moderno, devemos entender como era o perfil das demais gerações que antecedem a esta. Vamos conferir cada uma delas:

Consumidor 1.0

Esse tipo de consumidor surgiu no fim da década de 90 com a estabilidade do Real, o qual ganhou mais poder aquisitivo. Este tipo de consumidor não tinha tanto envolvimento com as marcas, pois ele buscava apenas adquirir um produto de qualidade, esse era o fator determinante para a compra. E também não tinha tanta concorrência assim.

Consumidor 2.0

Esse perfil de consumidor já notava um número maior de concorrentes e isso fazia com que ele tivesse mais chances de escolha tanto da marca, quanto do produto. Ele passou a priorizar não só a qualidade do produto, mas nos benefícios também, e passou a ser muito fiel à marca. A fidelização era tanta que ele conseguia facilmente indicar a marca para amigos e familiares, o tradicional marketing boca a boca.

Consumidor 3.0

O comportamento do consumidor 3.0 já é bem distinto dos demais porque ele passa a ter a necessidade de pertencimento à marca. Por isso, as empresas passaram a se adaptar com as exigências desse novo comportamento e começaram a se posicionar quanto a questões políticas, orientações étnicas, sexuais e outros traços da personalidade do brasileiro para gerar uma conexão maior com esse consumidor.

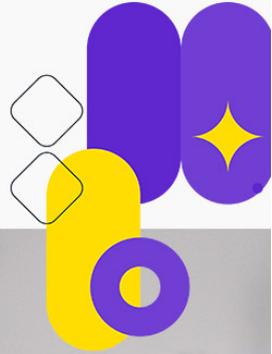
Consumidor 4.0

Esse consumidor é o da era das redes sociais. Como está mais conectado nas redes, ele sempre busca mais informações sobre a empresa e o produto. Tem um perfil mais desconfiado, por isso, exige transparência e não mede esforços para compartilhar informações com outras pessoas, como amigos e familiares. Então, não basta apenas oferecer qualidade, é fundamental apresentar o máximo de honestidade e clareza nas informações, caso contrário, é impossível conquistá-lo.

Consumidor 5.0

E agora chegamos no Consumidor 5.0! Este é o imediatista! Ele quer uma jornada de compra prática e rápida pelo E-commerce, ter uma boa experiência de compra, e se precisar de atendimento, requer um atendimento imediato. Isso só faz as empresas pensarem seriamente no Customer Experience (Experiência do Cliente) mais aprofundado para garantir a satisfação do cliente.

3 Motivos para ser um Revendedor Gráfico



1 Oportunidade de ter o próprio negócio

Se você tem um “feeling” para o empreendedorismo, a sua chance de ter seu próprio negócio é agora! É uma experiência fascinante de ser o seu próprio “chefe” e obter grandes possibilidades de lucro com o seu novo empreendimento. Basta ter foco, criatividade e disciplina.

2 Flexibilidade de horário

Você faz o seu horário! Essa flexibilidade é qualidade de vida. Com organização e disciplina, você sempre vai ter um tempinho pra cuidar da saúde, ir à academia, estudar e trabalhar com tranquilidade nos horários definidos por você!

3 Independência financeira

Ter liberdade financeira é o sonho de todo cidadão comum. E essa é a sua grande chance! Ser um revendedor gráfico é uma excelente alternativa para quem deseja uma renda principal ou até uma renda extra! Você vai perceber que o ramo gráfico é um universo gigantesco, um mundo de possibilidades de ganhar dinheiro!



Cases de Sucesso

“

Ser revendedor me trouxe uma série de benefícios e o maior deles é a flexibilidade. Posso definir meus próprios horários e trabalhar de acordo com o que for conveniente. O potencial de ganhos pode ser significativo, especialmente se revender produtos de acordo com o mercado. Ser revendedor pode também desenvolver várias habilidades, como vendas, marketing, gestão de tempo e atendimento ao cliente, além de me fazer um empreendedor independente, já que estou gerenciando o meu próprio negócio.

”

Ricardo Paciullo - Revendedor Gráfico da GIV.

“

Trabalho no ramo de informática e sou revendedor gráfico como alternativa de renda extra.

”

Clarkson - Revendedor Gráfico da GIV.

“

Sou analista de conteúdo e super adepta a renda extra! Em horários livres faço docinhos e revendo materiais gráficos na minha região. Eu gosto de sugerir impressos que resolvam a vida dos meus clientes. E quando vejo meus clientes felizes com um banner bem atrativo, um talão de pedido funcional, um adesivo bem bonito, isso me enche de alegria! Acredito que se o revendedor ter essa sensibilidade de saber o que o cliente realmente precisa, é sucesso na certa!

”

Ana Paula Oliveira - Revendedora Gráfica da GIV.

“

Mesmo sabendo que tudo depende de disciplina, tenho muita flexibilidade de horário e conquistei a minha liberdade financeira.

”

Rogério Mendes - Revendedor Gráfico da GIV.

10 Regras básicas para ser um Revendedor Gráfico de Sucesso

1 - Identifique seu público-alvo

É fundamental identificar seus consumidores em potencial, assim como interesses, preferências e comportamentos, para que suas estratégias de marketing atinjam esse público de forma eficaz.

Exemplo:



O salão de beleza que entrega cartão fidelidade aos clientes.



A lanchonete que usa talão de pedido no atendimento.



A confeitaria que compra adesivo para bolo de pote.

E muito mais!

2 - Conheça bem seus produtos

Você precisa conhecer bem as características do material que está ofertando, além de benefícios e funcionalidade. Quando o cliente percebe que o revendedor entende bem o que está vendendo, o cliente se sente mais confiante e mais acessível à compra.

3 - Invista em variedades

Essa ideia de só vender mais do mesmo é coisa do passado! Você precisa manter seu portfólio atualizado. Oferecer possibilidades de escolha é um grande diferencial para quem revende, pois quando você limita as opções de produtos, dá margem para a concorrência atrair seu cliente. Por isso, fique atento! A GIV Online todo mês lança produtos como novidades para o seu negócio!

4 - Entenda as necessidades de seus clientes

Saber ouvir é fundamental! Não basta apenas focar nos seus próprios objetivos. O segredo do sucesso está em ajudar seu cliente atingir os objetivos dele também. Quando você compreende as necessidades de seus clientes fica ainda mais fácil de oferecer uma solução que atenda de fato suas expectativas, e o resultado será bem satisfatório para ambas as partes.

5 - Seja sempre claro nas informações

Todo cliente preza pela transparência quando vai falar de um produto. Não adianta prometer o que não se pode cumprir e não adianta tentar omitir informações, pois o cliente percebe isso facilmente e logo, você perderá a chance de venda. Fale claramente sobre o produto e se não souber responder, é mais fácil tirar a dúvida antes e depois dar uma resposta assertiva. Credibilidade é primordial para o seu negócio!

6 - Faça um bom planejamento

O planejamento é indispensável para evitar conflitos de agenda, cancelamento de reuniões por conta de outros compromissos ou outras situações que podem comprometer a sua credibilidade. Então, faça um bom planejamento que atenda seus clientes com pontualidade e ainda consiga ter tempo para prospecção de novos clientes também.

7 - Use estratégias de marketing

Você precisa saber onde seu cliente está e atingi-lo com estratégias eficazes de marketing seja nas redes sociais, sites, e-commerces, marketplaces, e-mails, eventos ou em outros lugares, até porque, a propaganda é a alma do negócio, né?

E por falar em alma do negócio, é claro que você tem que fazer jus ao seu trabalho! Você é o primeiro a ter seus materiais personalizados! A sua agenda, caneta, pasta, caneca e o seu próprio cartão de visita. Quando seu cliente perceber que você é o primeiro a ter como prioridade materiais gráficos personalizados com a sua marca, vai reforçar ainda mais seus argumentos de vendas de forma bem espontânea e assertiva.

8 - Esteja atento às principais tendências

Estar antenado é não dar brechas para a concorrência. Então, a dica é se manter atualizado quanto aos nichos que você atende. De repente, o setor que você atende, a GIV já tem um produto muito mais revolucionário do que aquele que ele já está acostumado a utilizar. E, quando você sugere algo muito melhor, mais prático e inovador, seu cliente ficará super satisfeito e vai te agradecer! Por isso, criamos uma **comunidade no WhatsApp** o intuito de nos aproximar ainda mais de você e contar os principais lançamentos e outras novidades que vão alavancar o seu negócio!



9 - Construa um bom relacionamento com seus clientes

Não basta só vender! Construir um vínculo de confiança vale muito mais a pena e pode impactar para sempre ou pelo menos por anos! Quando você constrói um bom relacionamento com o cliente, consegue esclarecer prontamente suas dúvidas, tem um pós-venda eficiente, ajuda seus clientes em quaisquer dificuldades com clareza e honestidade, isso só gera pontos positivos a você!

10 - Seja sempre persistente!

Vender é a arte de se comunicar com persuasão, criatividade e entusiasmo! Você deve ser o primeiro a acreditar no seu negócio! Então, não desista quando ouvir um "não", pois diante dos desafios que surgirem pelo caminho, há um destino certo que é a sua vitória! Você também vai encontrar muito "sim" pela frente!

Como precificar meus impressos?

Para pôr o preço do seu material gráfico, é necessário calcular seus custos, horas trabalhadas, quanto irá cobrar de taxa por hora de atendimento e quantos por cento de lucro deseja ganhar. Mas, calma que para isso, a gráfica GIV Online criou uma calculadora prática, rápida e fácil de usar!

Basta consultar aqui.

Dicas de impressos para revender

Os impressos campeões de revenda são:

- Cartão de Visita
- Folheto
- Adesivo

Você também pode lucrar muito com:

- Tag para roupa
- Envelope
- Banner
- Bloco de Pedido
- Wind Banner
- Pasta
- Ímã de Geladeira
- Sacola



Além de brindes personalizados, impressos para ponto de venda, comunicação visual, impressos para datas sazonais como calendários e folhinhas, materiais para volta às aulas como lápis, caneta e caderno, materiais para as Eleições e muito mais!

Como ser um Revendedor Gráfico da GIV Online?

O bom de ser Revendedor Gráfico da GIV Online é que não tem burocracia nenhuma! Basta seguir 4 passos:

1

Defina quem vai desenvolver o design dos impressos personalizados. Vai contratar um designer gráfico de sua confiança ou você mesmo fará a arte para seus clientes? Saiba que assim, você pode lucrar duas vezes: com a criação do projeto e com a revenda dos impressos. Além disso, a GIV oferece um serviço de Checagem Profissional para alguns ajustes do seu arquivo, se necessário.

2

Estude sempre! Busque ver conteúdos que ensine técnicas de vendas e fique antenado no blog da GIV que está sempre repleto de temas bem interessantes para o seu desenvolvimento profissional!

3

Realize o cadastro no site da GIV Online: <https://www.givonline.com.br/>

4

Invista em **Kits de Amostras** disponíveis no site da GIV Online para servir de mostruário na hora de apresentar os produtos aos seus clientes. Temos o Kit de Amostra do Revendedor e outros kits que ajudam bastante no argumento de vendas!





Chegamos ao fim do nosso E-Book para Revendedor da GIV Online!

Esperamos que tenha gostado e te incentivado a mergulhar de vez nessa área fascinante e altamente lucrativa!

Para te motivar ainda mais a começar hoje mesmo como Revendedor Gráfico, você ganhou **10% OFF** na primeira compra, usando o cupom: **BEMVINDOGIV10**

A GIV Online é uma gráfica que tem expertise para falar sobre esse tema, pois temos mais de 30 anos de história, mais de 30 mil materiais gráficos personalizados disponíveis para revenda e um parque gráfico próprio com a melhor tecnologia para agilizar a produção dos seus pedidos.

Caso tenha ficado com mais alguma dúvida, temos uma equipe de especialistas prontos para te ouvir e te ajudar no que for preciso!

Basta acessar aqui



www.givonline.com.br

30 anos produzindo impressos de qualidade!