



Domingo, 06 de Julho de 2025

## **Seu negócio cabe em um clube de vantagem?**

**ALUISIO DINIZ CIRINO**

É possível que a mercearia do Seu José ofereça aos seus clientes um clube que premie e incentive seus consumidores em troca de vantagens? Embora seja comum ver empresas grandes ofertarem desconto, cashback e prêmios através do programa, encontrar pequenos empreendedores no segmento não é tão comum.

Afirmo: não há tamanho de “negócios” que impossibilite a criação de um programa como esse. Qualquer negócio que pretenda fidelizar clientes e conquistar novos, a partir de diferenciais de mercado e de uma relação duradoura com a base, já pode oferecer clube de vantagens.

Lembro, contudo, que é muito importante estar atento a alguns detalhes e, por isso, é fundamental contar com a ajuda de equipes que tenham expertise na hora de montar toda a operação.

Apostar em programas de lealdade vale muito! Estimativas mostram que um pequeno negócio consegue elevar sua lucratividade aumentando sua base de clientes fixos em cerca de 40%. A Movimento Mais Brasil, associação civil que oferece aos seus associados beneficiários efetivos a proteção veicular a partir da cooperação mútua, faz parte deste percentual. Com a inclusão de parceiros próprios, a marca começou a oferecer aos beneficiários ativos vantagens próximas e que, muitas vezes, já faziam parte do dia a dia deles, facilitando ainda mais o estreitamento dos relacionamentos.

### **Para chegar lá**

Ter um clube de vantagens efetivo não é complicado, mas algumas dicas podem deixar o processo ainda mais assertivo.

1- O primeiro passo é entender o público-alvo e quais tipos de vantagens são mais atraentes. Por exemplo, se para determinado comércio é melhor oferecer cashback (devolver uma quantidade do valor pago em um produto), para outro a melhor opção é oferecer a troca de pontos por produtos no local, ou até mesmo usar esses pontos em outros marketplaces de maior tamanho, como Magalu, Americanas, Amazon, Apple, entre outros. A variedade é grande, mas entender o perfil do consumidor é importantíssimo para o sucesso.

2- Outro ponto fundamental é tornar o acesso e a checagem de pontos e trocas fácil e simples. Hoje, existem empresas como a Lecupon, que disponibiliza aplicativos que permitem a criação de seu clube de lealdade de forma rápida e prática, e ainda customizada.

3- A divulgação também é parte estratégica do sucesso. A divulgação do benefício por meio de um pacote mensal (com artes para redes sociais), que permite ao cliente escolher quais divulgações que mais têm a ver com o mercado em que ele atua, a inserção na régua de e-mail marketing e a customização de banners que estarão destacados dentro do APP são grandes diferenciais. Tudo traz a sensação de personalização que impacta, diretamente, na estratégia de atingir o público-alvo.

**Aluisio Diniz Cirino** *é CEO e fundador da Lecupon*