



**O que é Aidalá e como
aumentar as vendas com ela?**

Entenda o que é e como a metodologia
Aidalá pode ser útil para dar

direcionamento às ações de vendas e marketing de sua empresa

Para aumentar o volume de vendas de qualquer tipo de negócio, muitos empresários e gestores recorrem ao uso de diferentes procedimentos, protocolos e padrões de abordagem e [atendimento ao cliente](#).

No entanto, poucos desses artifícios são voltados para o [planejamento](#) de vendas e marketing.

Muito divulgada nos livros de publicidade e propaganda, a metodologia Aidalá mostra-se bastante eficiente para esse tipo de demanda.

Por isso, o post de hoje é dedicado a esclarecer sua ideia principal e como ela pode provocar uma [transformação positiva nas vendas](#) de sua empresa.

Confira a metodologia Aidalá!

O que é a Aidalá?

Podemos classificar a Aidalá como uma espécie de checklist baseada em diferentes estágios de convencimento e retenção de clientes.

Direcionada por dois critérios de posicionamento de marca (o **perfil do cliente desejado** e **como o negócio deve ser percebido** por seu público-alvo), a ferramenta é simples e se apresenta no formato de uma planilha com três colunas:

- **Etapas;**
- **Ps priorizados na etapa;**
- **Decisões e ações a serem executadas.**



Modelo de Aidalá criado pelo Movimento Empreenda

Em que consiste a ferramenta?

A sigla **AIDALA** descreve os estágios a serem cumpridos nos processos de vendas e marketing de produtos e serviços:

- **A – Ação** ou como chamar a atenção do maior número de potenciais clientes
- **I – Interesse** ou como fazer com que essas pessoas realmente se interessem pelos produtos ou serviços
- **D – Desejo** ou o que é necessário para que as pessoas queiram comprar
- **A – O** que fazer para facilitar a **aquisição** das mercadorias por parte dos clientes
- **L –** Quais são os fatores que manterão a **lealdade** do cliente
- **A – Apóstolo** ou como [transformar o cliente em defensor e divulgador da marca](#)

Cada letra destaca acima simboliza uma etapa a ser analisada a partir dos **4 Ps**, (Produto, Preço, Praça, Promoções) e quais deles deverão ser priorizados.

Importante lembrar que existe um campo na Aidala em que deverão constar quais serão as ações e decisões executadas pela empresa em cada etapa a partir dos “Ps” escolhidos.

Por exemplo:

Na etapa de Ação (como chamar a atenção do maior número possível de clientes em potencial), podem ser escolhidos todos os 4 Ps e serem descritas decisões sobre:

- Embalagens atraentes;
- Qual a possibilidade de facilitar as condições de pagamento;
- Quais serão as ações realizadas no ponto de vendas para atrair o público;
- Quais serão as bases das campanhas de marketing.

E como isso pode fazer com que as vendas aumentem?

A metodologia Aidalá serve como uma orientação a respeito do direcionamento do planejamento da sua estratégia de abordagem do potencial cliente, até a fase em que este já está fidelizado e passa a auxiliar na divulgação de seus produtos e serviços.

Isso é feito com foco em pontos específicos e muito estruturados, que lhe permitem ter uma visão ampla sobre o que deverá ser feito para que cada fase da prospecção e retenção de clientes tenha sucesso.



Transforme o cliente em defensor e divulgador da marca

A Aidalá coloca o vendedor no caminho certo para vender mais, a partir de [sua própria visão a respeito da empresa](#).

A metodologia o incentiva a analisar um grande número de possibilidades e realizar um trabalho específico e eficaz sobre cada uma delas.

O resultado disso são campanhas com mais retorno, apresentação de produtos e serviços com grandes [diferenciais competitivos](#) sobre a concorrência, mais clientes satisfeitos (que ainda ajudam a divulgar a marca) e, conseqüentemente, maior lucratividade.

Gostou do nosso post de hoje? Você também poderá se interessar pelo nosso artigo "[Tudo que você não deve fazer nos negócios em tempo de crise](#)".

Conheça outras maneiras de acompanhar o cliente durante a jornada de compra, baixe nosso e-book gratuito: [0 Funil de Vendas na Prática](#)