

RESUMO SIMPLES - CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

A APLICAÇÃO DO CROSS-SELLING COMO FERRAMENTA PARA ELEVAÇÃO DO TICKET MÉDIO E INCREMENTO DA LUCRATIVIDADE EM EMPRESAS.

Johnny Francisco De Medeiros Barbosa (johnny_medeiros9@hotmail.com)

Breno Augusto Amore (Brenoa819@gmail.com)

O presente estudo examina a relevância do cross-selling como estratégia para elevar o ticket médio e impulsionar a lucratividade organizacional. A técnica, que consiste em oferecer produtos ou serviços complementares à compra principal, apresenta-se como uma solução eficaz para combater baixos volumes de venda “problema comum que ameaça a sustentabilidade de muitos negócios”. A metodologia empregada foi uma revisão bibliográfica sistemática, conduzida em bases acadêmicas e especializadas, abrangendo publicações de 2010 a 2023. O processo seguiu protocolos de triagem e análise de conteúdo para identificar evidências consistentes sobre a eficácia do cross-selling. Os resultados quantitativos demonstram que a implementação estruturada desta estratégia gere, em média, incrementos de 15% a 30% no valor por transação e pode elevar a receita total em até 20%. As implicações práticas são robustas: além do crescimento financeiro imediato, a prática fortalece o relacionamento com o cliente, aumenta a satisfação e a fidelização, e melhora a percepção de valor da marca. Para maximizar esses resultados, é crucial investir em treinamento contínuo das equipes, integração de sistemas de dados e desenvolvimento de uma cultura comercial centrada no cliente. Conclui-se que o cross-selling, quando aplicado de forma ética e estratégica, não apenas

otimiza o desempenho financeiro, mas também consolida a posição competitiva da organização no mercado, transformando-a em referência em excelência operacional e inovação comercial.

Palavras-chave: técnica de vendas; ticket médio; vantagem competitiva.