



Dicas de Gestão para o Empresário do Setor Comércio Varejista

Você conhece o seu cliente?

Não poupe esforços e invista no visual da loja

Planejamento estratégico

Cuide da Saúde Financeira da Sua Empresa

Resultados empresariais

Você conhece o seu cliente?

- Identifique e agrupe ordenadamente os seus clientes por faixa etária, sexo e preferências de compra. Esta prática é segmentação de público alvo. Crie e utilize o seu “cadastro” para incentivar os negócios. Foco no cliente!
- Procure atualizar-se nas técnicas de organização de loja e apresentação de produtos. Os clientes buscam estabelecimentos que vendam emoção!
- Invista no relacionamento interpessoal. Promova abordagem de forma amigável, por exemplo: “Bom dia Sr. ou Sra., posso ajudá-lo (a)?”
- Exponha os produtos de forma impecável. Atraia os “olhos” dos clientes para a sua vitrine.
- Com a explosão das redes sociais, é importante dialogar e expor sua marca através desses meios, pois são amplamente utilizados pelo público jovem.
- Explore o calendário sazonal do varejo, o mês de aniversário da loja e dos clientes, as festividades, os eventos em parceria... Relacione-se com o cliente e venda mais.
- O que você tem feito para fidelizar os seus clientes?
- Invista em comunicação e propaganda direta, por exemplo: revistas do setor, patrocínios, brindes e ações promocionais com parceiros de negócios.
- Invista mais no relacionamento. Prometa aquilo que puder cumprir e cumpra o que prometer, respeite os prazos e retorne as solicitações, pois o cliente precisa ser surpreendido.
- Clientes do sexo feminino apresentam comportamento que se contagia conforme a atmosfera e ambiente disponibilizada pela loja.
- Clientes da terceira idade, na maioria das vezes, solicitam maior atenção e consomem mais tempo durante o atendimento
- O cliente é exigente, foge do trivial e deseja comodidade. É importante ter uma variedade de serviços elaborados, customizações e vendas por orientação técnica. Como você tem atendido seus clientes especiais?
- Clientes jovens buscam a independência familiar, são modernos e mais influenciáveis por produtos diferenciados.

Não poupe esforços e invista no visual da loja

- Capriche na organização pois gerará impulso de compra necessário para que o cliente leve outros itens que ele nem mesmo tinha em mente, além daquele que ele realmente procurava.
- Dissemine e pratique a boa organização. Agrupe e exponha adequadamente os produtos pois facilitam as vendas por impulso, principalmente do autosserviço. Limpeza e iluminação também são mandatórios.
- Sinalize os produtos em promoção no interior da loja. Evite redundância de informação e poluição visual!
- Mantenha a manutenção elétrica e predial em dia. Elimine fios e canos aparentes! Ambientes com a manutenção em dia é importante para evitar a perda de clientes.
- A fachada da sua loja deve transmitir visualmente a identidade do seu estabelecimento. Procure mantê-la pintada e com as informações necessárias para que as pessoas identifiquem o seu ramo de atuação.
- A técnica de ambientação reproduz experiência de compra ao cliente, oferecendo um ambiente completo, conforto e comodidade ao consumidor.
- Gôndolas exageradas em altura logo após a entrada e no meio do estabelecimento não são recomendáveis, pois costumam atrapalhar o campo de visão do consumidor ao interior da loja
- Todos ganham com a exposição adequada dos produtos, o consumidor que identifica uma solução rapidamente e o varejista que deixa sua loja mais atraente.
- Estabelecer parceria com seu fornecedor que possui kits de exposição específicos por família de produto, incluindo equipamentos de exposição, gôndolas e informação técnica do produto.

- A definição de estratégias empresariais são de responsabilidade exclusiva do líder da empresa.
- O papel do líder é comandar e entender amplamente o seu negócio. Inevitavelmente, mudanças ocorrem nos negócios, seja por hábitos de consumo ou por novos concorrentes.
- Conheça os seus recursos disponíveis e procure adequá-los ordenadamente a fim de atingir novos resultados!
- O mercado esta cada vez mais competitivo. Diferencia a oferta de serviço ao mercado e conheça detalhadamente o potencial de consumo da sua região, investindo naquilo que tenha giro.
- Invista no treinamento de mão-de-obra, procurando uma agenda adequada conforme a função de cada um. Feiras e eventos gratuitos são uma boa forma de buscar informação e atualizar-se sobre produtos e tecnologias.
- Procure mapear os seus principais processos, identificando as etapas com gargalos e propondo ações de melhoria, melhorando o tempo de resposta ao cliente.
- Você mede periodicamente a qualidade e pontualidade dos seus fornecedores?
- Diferencie-se na qualidade da prestação de serviço, pois impactará diretamente na reputação da sua empresa.
- O serviço de entregas de mercadorias é uma “extensão da loja” na casa do cliente. Seja cortês, prestativo e defina claramente as regras de entrega.
- Avalie o tempo de espera e a qualidade do atendimento, a pontualidade da entrega e a variedade do sortimento de produtos. No caso de mais de um canal de vendas além do balcão, como televendas ou vendas externa, adote melhorias constantes para cada um deles.
- Caso o cliente retorne à loja reclamando de algum assunto, o vendedor responsável pelo atendimento deve acompanhá-lo até que o seu problema seja resolvido por completo, demonstrando profissionalismo e respeito com o cliente.
- A maioria dos consumidores confia na recomendação de um conhecido do que em um anúncio. Oferecer serviços de qualidade e preços competitivos é indispensável para que a reputação sua empresa corra solta.

- Mantenha sob controle os custos fixos. Aluguel, água, luz, telefone, salários, encargos, contador e pró-labore impactam diretamente nos resultados. Cuidado com as despesas pessoais!
- Defina um valor como "pró-labore" mensal. Além do pró-labore os sócios poderão repartir parte dos lucros gerados. Se os sócios retirarem dinheiro sem controle poderão provocar uma "descapitalização" da empresa. Recomenda-se que parte do lucro gerado seja reinvestido na própria empresa.
- Alguns situações retratam problemas financeiros, a saber: aumento nos prazos de vendas podem impactar no fluxo de caixa; estoque com giro lento sinaliza queda de fluxo; descontar constantemente cheques e duplicatas dão falsa sensação de tranquilidade, além de diminuir a margem de lucro.
- O fluxo de caixa é uma importante ferramenta para controlar e planejar os pagamentos e recebimentos da empresa.
- Os preços de venda devem cobrir os custos de aquisição dos produtos e conter uma margem de lucro.
- Evite manter em estoque produtos de pouca saída (giro lento). Faça promoções e queima de estoque que garantam a recuperação do valor de custo e se possível alguma margem de lucro.
- Reinvista parte do lucro na empresa, destinado em móveis, equipamentos, tecnologias e pessoas, que garantirão a continuidade e perenidade da empresa.
- Uma boa gestão de finanças se faz com muita organização e disciplina. Todas as transações devem ter comprovação por meio de documentos, tais como nota fiscal, recibos, guias, etc. Estes comprovantes de vendas, de compras e dos gastos em geral devem ser organizados e mantidos em local seguro. Os registros devem ser feitos diariamente e em livros próprios, como Contas a Pagar, Contas a Receber e Diário de Caixa. Recomenda-se que o próprio empresário ou alguém designado por ele seja o responsável pelo controle das finanças e que a empresa se utilize dos serviços profissionais de um Contador, que auxiliará o empresário no cumprimento das obrigações legais da empresa.

- Você tem medido o “Índice de Satisfação” dos seus clientes em relação ao seu atendimento?
- Sua empresa tem recebido reclamações? Como elas são tratadas?
- Considere a lucratividade como “oxigênio e fôlego” para atingir os objetivos. Empresas devem ser lucrativas! Como você tem apurado a lucratividade da sua empresa?
- Tenha na “ponta do lápis” quanto cada categoria de produtos contribui no resultado final. Qual categoria é mais lucrativa? Ela se encontra exposta de forma adequada na loja?
- Procure correr riscos calculados. Construa um histórico com alguns indicadores de gestão capazes de orientá-lo nas tomadas de decisão.
- Tenha definido metas de produtividade vinculadas a cada área e/ou colaborador.

Quer saber mais? Acesse: <http://sebr.ae/sp/vendamelhor> | <http://sebr.ae/sp/InovaLoja>

 0800 570 0800

 www.sebraesp.com.br

 facebook.com/sebraesp

 twitter.com/sebraesp

 flickr.com/sebraesp

 youtube.com/sebraesaopaulo


Sindilojas
São Paulo

