



TIRE O “S” DA CRISE E **CRIE** NOVAS OPORTUNIDADES PARA A SUA EMPRESA

Cartilha do
Empreendedor





A ACIP traz a você, associado, a cartilha “Tire o “S” da Crise e Crie” com a finalidade de trazer dicas para melhorar o seu negócio. Nosso objetivo é motivar os empresários e funcionários a colocarem um sorriso no rosto e lembrar que esse período é apenas passageiro e que temos que ser criativos, identificando novas possibilidades. Esta também será uma campanha que estará estampada em outdoors pela cidade e pelas redes sociais.



1

ILUMINE SUA EMPRESA

Vamos acender seu negócio, luz é fundamental, iluminar a fachada e o interior da loja, é de extrema importância para você se destacar. Faça uma analogia com uma vela, que nova produz uma bela chama, porém ao passar do tempo ela vai diminuindo, enfraquecendo e, perdendo todo seu poder de luminosidade, até que se apague. Reparou que o comércio é muito parecido? Com o tempo aquela chama, vai se apagando. Hora de trocar a vela, hora de reacender!!! Tudo bem que em tempos de crise, a redução da energia se faz necessária, porém há meios para que ilumine sua fachada e seu interior gastando menos, trocando as lâmpadas alógenas, por LED. E claro, não esqueça de adquiri-las no comércio local.



2

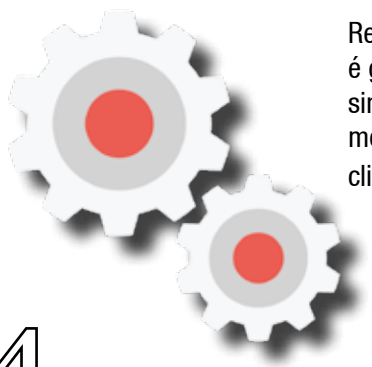
SE LIGUE EM INFORMAÇÕES POSITIVAS

Caso sua empresa, comércio, tenha som ambiente ou uma TV ligada para o conforto do cliente, a sugestão é que você deva ter o cuidado na seleção das músicas e na escolha dos canais, procure músicas suaves, calmas, fuja da agitação, mantenha imagens tranquilas, não recomendamos deixar sua TV ligada em programas cujo segmento seja apelativo.



3

REMODELE O LAYOUT DA EMPRESA



Remodele o layout de sua empresa, a dica aqui não é gastar dinheiro trocando vitrines e fachadas, uma simples pintura e a mudança na disposição dos móveis já surtem um bom efeito, experimente, seu cliente vai notar a diferença.

4

SEJA POSITIVO E OTIMISTA

É fundamental manter-se positivo e otimista, mesmo se o movimento não seja aquele esperado para o dia. Seu funcionário e seu cliente sentem esta energia negativa e por consequência acabam por evitar aquele ambiente. Experimente motivar sua equipe. Esta motivação deve ser diária, e pode experimentar, funcionário motivado, rende mais e atende muito melhor e com motivação.



5

SURPREENDA SEU CLIENTE



Surpreenda seu cliente, mas com cautela para não exagerar, em tempos de crise o cliente pesquisa mais e procura vantagens, uma dica bacana, é presentear seu cliente com um mimo, uma cortesia, simbólica que seja, isso com certeza encantará seu cliente. Exemplos: um chocolate, uma caneta, um balão de gás para a criança, uma simples ligação posterior a venda, agradecendo a compra. Mas, lembre-se de que: essa mensagem ou ação não deve transparecer apelativa, muito menos tendenciosa, o cliente percebe quando a ação não foi de coração.

6

FAÇA SUA EMPRESA APARECER

Explorar as redes sociais é uma excelente opção. Hoje, sabemos que o seu cliente está conectado, a nossa sugestão, então, é mostrar o seu produto através das redes sociais, mas de uma forma não apelativa, trabalhar o institucional de sua empresa, de sua marca. Vale aquele velho ditado: quem não é visto, não é lembrado. Se não souber como fazê-lo, procure um profissional especializado, que irá orientá-lo indicando a melhor maneira de divulgar sua empresa.



7

APLIQUE UM PREÇO JUSTO



Com relação a preços, a sugestão é você se certificar que está de fato vendendo seu produto pelo preço justo e de mercado. Hoje seu cliente tem acesso na palma de sua mão a uma infinidade de informações, dentre elas, sites que fazem gratuitamente a pesquisa de preço, então, se seu preço for muito superior ao da concorrência, você corre um grande risco de perder aquele cliente para lojas virtuais. Não se iluda nem tente ludibriar seu cliente que o risco é grande, menosprezar o produto da concorrência não vai convencer o cliente.

8

PROCURE ESTAR MAIS PRESENTE EM SUA EMPRESA

Normalmente os proprietários estão escondidos nos interiores das lojas, a sugestão aqui é para que você, empresário, procure manter uma relação mais de perto com seu cliente e com seu vendedor, experimente entrar em uma conversa, claro, que de maneira informal, até para não ter o perigo de cair em contradição com o que seu vendedor está falando; mas um muito obrigado, um simples aperto de mão para com aquele cliente, poderá fazer toda a diferença na decisão dele comprar seu produto em sua loja.



9

CELULARES E TABLETS

Esses aparelhinhos maravilhosos entram em nossas vidas para nunca mais saírem, isso é fato e não temos como mudar, porém a sugestão aqui é um pouco mais radical, não liberar o uso destes para seus funcionários durante o expediente de trabalho, a menos que seu trabalho, exija o uso destes. Você já deu uma volta pela cidade e reparou nos vendedores nas portas das lojas? A maioria está de cabeça baixa, plugada nas redes sociais ou no tal de WhatsApp. Bom, além do perigo de ter que encostar em breve seu vendedor por consequência de uma L.E.R - Lesão por Esforço Repetitivo, você poderá também perder aquele cliente que entrou na sua loja e seu vendedor não o viu, sem falar que é muito desleigante e desrespeitoso para com seu cliente.



10

TRABALHE SEU ARQUIVO. PRIORIDADE 10!

Muito provavelmente você deva ter um arquivo morto, empoeirado, de clientes que em algum momento chegaram a fazer negócio com a sua empresa. A sugestão, aqui, é destacar um funcionário (sugestão de rodízio), para fazer esse levantamento e ligar para aqueles clientes, convidando para vir até seu estabelecimento, oferecendo aquela promoção fantástica que você, com todo carinho preparou, ou simplesmente, para que ele venha até a loja tomar um café e conhecer as novas instalações (na verdade o móvel que mudou de lugar ou a vitrine que se moveu). Experimente! No mínimo 20% deles vão sim prestigiar você.



11

UTILIZE AS CAMPANHAS PROMOCIONAIS PARA AUMENTAR VENDAS



Utilize as campanhas promocionais para fomentar as vendas em seu comércio. Procure ler o regulamento e orientar seu cliente a participar da forma correta, respeitando a data final para colocação dos cupons na urna. A cada R\$ 40,00 em compras, o consumidor tem direito a apenas um cupom, que deve ser preenchido e colocado na urna. Oriente seu cliente a preencher o cupom na hora e já colocá-lo na urna, pois quando o cliente leva o cupom pra casa, a chance de esquecer de colocá-lo na urna é grande. Precisamos de sua generosa colaboração nesse sentido. A campanha é feita para os associados, aproveite da melhor forma!

12

ACREDITE NO SEU POTENCIAL

Acredite no potencial de sua equipe. Independente de crença ou religião existe uma força protetora que nos capacita e nos sustenta, abençoando o trabalho honesto. Seja a mudança que você deseja no próximo. Seja uma pessoa melhor!





Para vender mais, é preciso ser uma pessoa melhor, é preciso tentar consertar as falhas que cometemos com nossos clientes e com nossos colegas de trabalho, procurar a cada dia sermos melhores e entender que crises são passageiras e nos dão a oportunidade de nos capacitar e de buscar saídas.

Este material contou com a colaboração do empresário e diretor da ACIP Ricardo Garcia.



ACIP

ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E
INDUSTRIAL DE PINDAMONHANGABA

