

# ABERC NEWS

## 15ª Edição – 15/05/2015



### Que tipo de crise está aí?

Estamos em guerra contra algum país? O PIB de 2014, que alcançou a marca de R\$ 5,5 trilhões, vai reduzir à metade? NÃO!!!

É importante conhecer as características do problema que estamos enfrentando para planejarmos melhor nossas ações e esclarecermos com mais precisão nossos clientes. Alguns fatores podem ser vinculados às causas da situação que enfrentamos:

Estrutura de Governo pesada, desnecessária e incompetente.

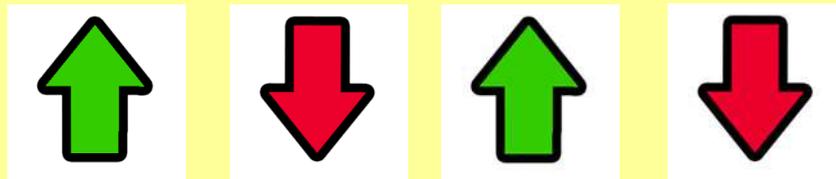
Incapacidade ou falta de comprometimento com o combate à corrupção.

Essas e outras questões permitiram o surgimento de problemas como infraestrutura insuficiente, sistemas sociais subdimensionados e desvios astronômicos de dinheiro público.

Como consequência disso cai a confiança dos investidores, aumenta a taxa de juros, sobe a inflação e diminui o consumo.

A cadeia calçadista se ressentiu da retração nas compras do varejo e os representantes, juntamente com suas fábricas, vendem menos.

Diante disso, o que fazer?



Entre os vários caminhos que se apresentam para enfrentamento da crise podemos destacar:

**a) Controle e, se possível, reduza ferozmente seus principais custos (no caso do representante, gastos de hospedagem e combustível, despesas com escritório).**

**b) Planeje as visitas de modo a evitar deslocamentos sem resultado nas vendas. Controle e compare os resultados obtidos.**

**c) Persista no esforço de se manter próximo ao cliente, mesmo que ele não deseje comprar no momento. Aproveite a fase para auxiliá-lo em questões como treinamento de equipes, melhoria do layout de loja e intensificação de ações promocionais.**

**d) Não se deixe influenciar pelas notícias da mídia. Muitos veículos de comunicação de massa (TV, rádio, jornal e internet) precisam falar dos aspectos negativos dos acontecimentos, pois isso aumenta a audiência. Foque no "lado cheio do copo". Ou seja, mesmo com os indicadores econômicos fora do patamar que aspiramos é possível fazer bons negócios.**

As medidas a adotar são variadas. Isso muda de empresa para empresa.

O ABERC News quer saber como você está fazendo para enfrentar a presente situação e, sobretudo, o que está dando certo. Mande sua sugestão para a ABERC ([www.abercbahia.org.br](http://www.abercbahia.org.br) ou [aberc2005@yahoo.com.br](mailto:aberc2005@yahoo.com.br)).



# ABERC NEWS

## 15ª Edição – 15/05/15



### As principais tendências do varejo 2015/2016

Representante que quer progredir precisa saber o que vai acontecer no varejo mundial em 2015 e anos seguintes. Assim, poderá ajudar seus clientes a antecipar essas tendências e sair na frente da concorrência.

Veja o que deve acontecer no mundo segundo o estudo recentemente lançado pela Dunhumby, empresa inglesa líder mundial em Ciência do Consumidor.

#### 1. Conveniência

Rapidez, facilidade e simplicidade são formas de atendimento cada vez mais desejadas pelas pessoas em situação de compra. Os consumidores exigem isso em todas as fases do processo de compra. Você atende seu cliente de forma mais ágil que seu concorrente?



#### 2. Valor

Os consumidores querem gastar menos, sem porém abrir mão da qualidade dos produtos que compram. Você tem certeza que vai levar vantagem quando as pessoas compararem seus preços com os preços de marcas equivalentes dentro do seu nicho de negócio?



#### 3. Economia social

Dialogar com o cliente dentro e fora de situação de compra. Escutar e responder as demandas colocadas pelo consumidor e se possível, usar canais da Internet para acelerar esse processo. Você só fala com o cliente quando ele está comprando na sua empresa?



#### 4. Personalização

Tendência de dar tratamento ao cliente respeitando suas individualidades, ou seja, respeitando aspectos da relação comercial que só aquele cliente possui. Você registra e analisa com sua equipe as principais características específicas de cada cliente?

#### 5. Mistura cultural

Eventos e comemorações de outras regiões e países passaram a ser realizados em vários estados brasileiros e aqui na Bahia também, gerando oportunidades de negócios. É o caso do Halloween e Black Friday que no passado recente não existiam no Brasil. Mesmo as festas regionais, que ocorrem há muito tempo (S. João, aniversário da cidade, festa do padroeiro, etc.) não são aproveitadas como motores de vendas. Você tem avaliado as oportunidades que eventos culturais podem trazer para seu negócio?





# ABERC NEWS

## 15ª Edição – 15/05/15



### 6. Conectado sempre

A tecnologia de Internet para celulares (mobile, ou pronunciando em inglês – “mobáíôu”) vem dominando a cena da transmissão e acesso a dados de cada empresa. Devido à rapidez que permite na tomada de decisão em pouco tempo quem não usar essa inovação vai ficar para trás. Você tem acesso a dados da sua empresa pelo celular? Seu cliente pode acessar sua empresa pela Internet? Você conhece as vantagens de ter dados da sua empresa na "nuvem"?



### 7. Mais saúde, mais bem-estar

Produtos como sapatos, bolsas, malas e outros do nosso setor de mercado tem uma relação próxima com o conceito de vida saudável, tão em voga na atualidade. Você propaga os impactos positivos do seu produto na vida das pessoas?



### 8. A nova família

As mudanças do mundo contemporâneo atingiram também a concepção que tínhamos de modelos como composição familiar, classificação de idoso, momento de sair da casa dos pais, morar fora da cidade natal. Os idosos, por exemplo, se vestem de uma maneira muito mais jovial. Essas mudanças da sociedade estão alterando a forma como as empresas se comunicam com os clientes. Sua empresa está atendida em relação a essas mudanças ou você ainda acha que isso nada tem a ver com você?



### 9. Relações de consumo mais éticas e mais justas

Os consumidores costumam gastar mais e fidelizar com mais facilidade quando percebem que o fornecedor possui elevado padrão ético na gestão do negócio e transacionam com outros atores do mercado cobrando e também pagando preços justos.

Você sabe que os clientes preferem fornecedores que demonstrem ter responsabilidade social?

Se ficou alguma dúvida, fale com a ABERC. Teremos o maior prazer em esclarecer sua questão e lhe ajudar caso decida implantar uma novidade na sua empresa.