

ABERC NEWS

05/08/14



O negócio é ter garra



A década de 2003 a 2012 foi chamada de década de ouro do varejo. Os agentes da cadeia calçadista – lojistas, representantes, fábricas, transportadoras, etc. – fizeram bons negócios e conquistaram resultados expressivos de rentabilidade para suas empresas. Agora vivemos um período em que o esforço para a obtenção de espaço no mercado tem que redobrar.

Em momentos assim, é preciso ter um nível de empenho extra, trabalhar duro, com destemor e muito empenho de todos que fazem parte da equipe da empresa. É preciso ter garra.

Em meio a esta situação que vem exigindo a mobilização de todos fomos informados que nossa associada Almeida Israel Representações, liderada pelo empresário Edvaldo Israel, recebeu a maior votação entre os lojistas de calçados da Bahia pela marca Usaflex, na apuração do Troféu Garra de Ouro 2014. E para desfazer o dito popular de que “Um raio não cai duas vezes no mesmo lugar”, faturou também o Garra de Ouro deste ano na escolha dos lojistas de Sergipe pela marca Pegada.

O Troféu Garra de Ouro é uma importante premiação organizada através da parceria entre o Jornal Exclusivo/Revista Lançamentos e a Francal Feiras e está na sua 35ª edição. A responsável pelas entrevistas e pelo processo de apuração foi a Universidade Feevale, por intermédio de seu Centro de Pesquisas e Planejamento.

A entrega dos troféus aconteceu no dia 16 de julho de 2014, às 20:30 h, no Auditório Elis Regina, no Parque Anhembi, durante a FRANCAL, sendo que após a solenidade foi servido um coquetel. Vários companheiros da ABERC compareceram para prestigiar o homenageado e sua equipe.

Edvaldo Israel falou ao jornal ABERC News expressando sua convicção de que o caminho para o êxito nos negócios depende em grande medida do arrojo e da determinação com que a empresa atua. Agradeceu não só aos colaboradores da Almeida Israel Representações, mas também à ABERC e ao quadro de associados pelo apoio e cooperação constantes e dedicou os prêmios a todos os destemidos profissionais que atuam na Representação Comercial da Bahia e Sergipe.

ABERC NEWS

05/08/14



A saída é ser criativo

O mercado de calçados em especial e o varejo em geral vive um momento de muita disputa por espaço. Fatores como a redução da capacidade de compra dos clientes e aumento da quantidade de marcas e lojas ofertando produtos fazem com que a conquista de resultados fique mais difícil. Mas, qual a melhor saída para os agentes da cadeia calçadista – lojistas, distribuidores, representantes, fábricas e transportadoras – diante de cenários como o que temos agora?

Felizmente, muitas são as respostas que uma empresa que atua no ramo calçadista pode dar para avançar mesmo tendo que enfrentar este grande desafio. Promover ofertas de preço, ampliar condições de pagamento, aumentar a carteira de clientes, diversificar as marcas ofertadas são alternativas em uso, porém o nível de agregação de valor para este processo proveniente de cada uma delas parece não atender as expectativas da maioria.

Observando as estratégias dos grandes players do varejo vemos que ninguém está paralisado diante da situação. A Netshoes dá o mesmo valor pago numa compra na próxima vez que o cliente concretizar uma nova aquisição.

COMPRE NA NETSHOES E GANHE O MESMO VALOR NA SUA PRÓXIMA COMPRA*

Comprando Você ganha de desconto

*Para utilizar, sua próxima compra deverá ser 3 vezes o valor da compra. Limitado. **NÃO DEIXE PRA AMANHÃ**

Já o cartão Submarino/Mastercard oferece descontos exclusivos e aumenta o limite em três vezes nas compras feitas pelo site.

Peça já seu **Cartão Submarino Mastercard®**, eleito o melhor Cartão do Varejo!

Suas compras no Submarino ficam ainda melhores com o Cartão Submarino.

Só com ele você tem:

- Descontos exclusivos no Submarino;
- Programa Lêguas: acumule e troque por produtos;
- Parcelamento em até 15X sem juros;
- Limite três vezes maior para comprar no Submarino;
- Cartão adicional gratuito.

Aproveite esta promoção por tempo limitado!

Peça agora seu Cartão Submarino

Uma opção adotada por algumas lojas como a Paquetá é dar descontos de certo valor nas compras realizadas após o cadastramento no site da empresa.

Ganhe agora R\$ 20 de desconto*
e receba nossas ofertas por email.

Ao cadastrar seu e-mail você já poderá usar o desconto

Nome (não informe o endereço):

E-mail: **CADASTRAR**

*Para compras acima de 149,90, com validade de 30 dias, não cumulativo com outros tipos de descontos.



Distribuição para mais de 1.000 lojas, representantes e fábricas.

Curtas

Varejo calçadista em franco crescimento

<http://exclusivo.com.br/noticias/lojista/varejo-calcadista-em-franco-crescimento>

Russos abrem as portas para os calçados brasileiros

<http://www2.apexbrasil.com.br/exportar-produtos-brasileiros/noticias/russos-abrem-as-portas-para-os-calçados-brasileiros->



Projeto traz gigante do varejo francês para conhecer calçados brasileiros

http://www.abicalçados.com.br/site/noticias_detalhes.php?id=325



Moda com a cara do Brasil

Editorial de moda do Fashion Bloggers conta um pouco da identidade nacional através de imagens produzidas na serra gaúcha

<http://www.brazilianfootwear.com.br/noticia/exibe/393797>



Lucra mais quem trata bem o consumidor

<http://exclusivo.com.br/noticias/lojista/lucra-mais-quem-trata-bem-o-consumidor>

Uma das campanhas das lojas Renner é anunciar no site e em outras mídias ofertas a preços bem reduzidos.



Cada agente da cadeia do varejo faz suas apostas buscando usar ao máximo a criatividade para surpreender positivamente o cliente. Atitude criativa é o ponto comum entre todas essas empresas.

E o representante de calçados, de que modo pode proceder para participar dessa onda criativa e alcançar resultados mais atraentes na sua atividade? Como fazer para extrair o máximo de resultado da BAHACAL de janeiro/2015?

O jornal ABERC News perguntou a alguns expositores da BAHACAL sobre atitudes criativas que adotaram no evento e outras que vão usar para continuar vendendo logo após a Feira. As respostas surpreenderam. Se havia alguém pensando que o associado da ABERC estava retraído ou paralisado pela situação de mercado, errou completamente.

Os expositores fizeram uso de uma porção de surpresas boas para os lojistas visitantes. Houve os que deram almoço gratuito aos primeiros lojistas que visitarem o stand pela manhã.

Houve ainda instalação de vitrines promocionais, sorteio de caixas de produtos, uso de promotoras, operações de calce, exposição de marca na palestra com o especialista de varejo Alberto Serrentino.

Na próxima edição da BAHACAL cada associado e suas representadas podem criar alternativas de participação diferenciadas ou discutir com a Assessoria da ABERC as melhores opções ao alcance de sua empresa.

Atitude criativa é a tônica do segundo semestre e da próxima BAHACAL.