



**ACERTE  
NO ALVO**

Super sacadas para uma  
empresa mais atrativa.

**Por Gisele Gransiero**



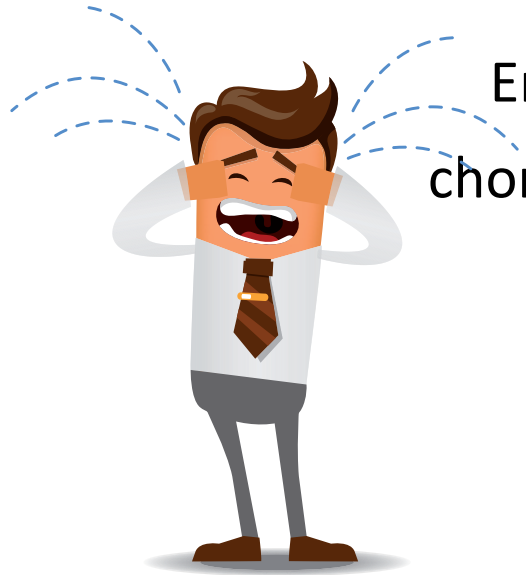
# Sumário

Introdução.....	pg.02
1 - Porta pra dentro.....	pg.03
2 - Porta pra fora.....	pg.08
3- Análise SWOT.....	pg.10
4 - Tabela de plano de ação - básico.....	pg.11
5 - Considerações.....	pg.12

Super sacadas para uma empresa mais atrativa.

**ACERTE  
NO ALVO**

## Introdução



Em tempos de crise, muitos choram e outros vendem lenços.



**E você, o que tem feito?  
Como vem agindo para se  
destacar em meio a crise?**

Neste e-book levantarei alguns questionamentos dos quais são importantes trabalhar em tempos em que o mercado muda constantemente e a única certeza é que em meio a **“guerra”** temos que sobreviver.

Além dos questionamentos abordados da compra até o pós venda, apresento uma ferramenta simples, porém poderosa, a **“análise SWOT”** e para um planejamento mais claro, prático e organizado, uma tabela de **“plano de ação”**.

Apesar de nesse e-book levar superficialmente alguns pontos, é de grande valia os empreendedores estarem atentos à eles. Se a idéia é se destacar em meio a crise, tem que se inovar! Afinal, jamais chegaremos em resultados diferentes se continuarmos a fazer tudo igual.

## 1 – Porta pra dentro

Iniciaremos falando do seu ponto de venda. **O seu mesmo!**

Mesmo que você seja um vendedor porta a porta, esses pontos também serviram para você, afinal, você apenas não tem um espaço físico, mas tem um portfólio, tem uma pastinha, um notebook com slides, mostruário, seja lá como expõe seus produtos e/ou serviços, mas você tem algo a apresentar aos seus clientes.



**Observe e analise o seu ponto de venda.**

### *Vamos prestar atenção na estrutura física.*

- \* O que tem a ser feito?
- \* Quais os reparos nos ventiladores, cadeiras, puxadores, vidraças, lâmpadas, limpeza, pintura, etc?

Sabe aquele '**defeitinho**' que você acha que seu cliente não vê?... ah! Sim! Ele vê! e em alguns casos é esse '**defeitinho**' que desvaloriza o seu produto.



Imagine um restaurante por exemplo, com uma comida deliciosa, mas quando você vai lavar as mãos a pia está suja.

- \* Será que sua fachada está fazendo jus aos produtos e/ou serviços oferecidos?
- \* O que pode ser exposto de uma melhor forma?
- \* De quanto em quanto tempo a vitrine é trabalhada?
- \* Quais as formas em que as mercadorias estão sendo expostas?



## - No caso do vendedor porta a porta.



- \* Como tem se apresentado? Você compraria com você?
- \* Como vem apresentando seu produto?
- \* Quando marca uma reunião com o cliente, você chega no horário?
- \* Você tem passado confiança em suas negociações?
- \* Você vem cumprindo o que promete na hora da venda?

**Se suas respostas forem: NÃO, cuidado!!!**

## ***Vamos continuar a percorrer a sua loja. Vamos ao estoque!***

Ah o velho e bom cantinho das coisas que estão encalhadas. Não se intimide em admitir, toda loja tem. Toda empresa tem aquela meia dúzia de peças que não sai nem com reza brava. Que é a peça ping pong, vai para promoção, mas sempre volta. E sempre volta para o mesmo cantinho, até que um dia ela apodrece, ou vence, ou estraga por ser mal acondicionada, e seja lá qual for o motivo, acaba indo para doação ou parando no lixo, seja lá o destino, acaba gerando prejuízo para a empresa.

## **Então vamos aos questionamentos:**

\* Tem um departamento de compras na sua empresa? Se sim, o responsável está apto para exercer a função? Como é feita a reciclagem do mesmo?

*Afinal tudo muda! a moda, a tecnologia, os consumidores, os laboratórios, etc.*

\* Como é decidido que exatamente aquela peça irá ser comprada?

\* Tem como rastrear uma peça, seja por data ou fabricante?

\* Existe algum tratamento no estoque?

*Exemplo: Peças com mais de X dias paradas vão para promoção.*



Quero ressaltar que promoção não necessariamente significa preço baixo.

\* O seu departamento de compras está em sintonia com o departamento financeiro?

**Tem horas em que uma boa negociação no prazo, vale mais que uma boa negociação no desconto.**



***Vamos caminhando... e sua equipe de vendas?***

**Aaaaahhh, as vendas!!! Onde a mágica acontece... Ou não!**

Uma das grandes queixas de quem trabalha com publicidade é a falta de interesse dos vendedores. Pois em muitos casos, a publicidade é bem elaborada, as mídias são fantásticas, a proposta da loja é boa, porém quando o cliente chega na loja, na hora de bater para o gol, o vendedor está descontente, mal humorado, mal informado e simplesmente está indiferente com o cliente. **Mas de quem é a verdadeira culpa?**

- \* Como o vendedor é treinado quando entra na empresa? Existe um padrão de treinamentos?
- \* É claro suas metas ou suas obrigações?
- \* Como seu vendedor conhece o produto que vende? Através de palestras, workshops, internet...
- \* Qual a autonomia que o vendedor tem? O que pode ou não fazer pelo cliente? E ele sabe disso?
- \* Qual o fator motivacional da equipe de vendas?



- \* Qual o perfil dos vendedores? Eles realmente tem o perfil que a empresa e o produto necessitam?
- \* O departamento de vendas está em sintonia com o crediário?
- \* O vendedor está apto a negar uma venda, caso o cliente esteja negativado?

**E essa notícia, o cliente fica sabendo pelo crediário ou pelo vendedor?**

## ***Chegamos ao crediário \$!\$***

- \* Seus colaboradores sabem analisar um histórico de crédito?
- \* Como são treinados e de quanto em quanto tempo fazem reciclagem?
- \* Sabem fazer pesquisa junto aos órgãos competentes?
- \* Sabem pedir referências?
- \* Seus colaboradores sabem se comunicar de forma correta com seus clientes? Principalmente quando será negado o crédito?
- \* Como anda a ética nesse setor?
- \* Ao preencher a ficha de crédito, sabem da importância das informações ali contidas?
- \* Qual o critério para se contratar alguém para trabalhar no setor de crédito da sua empresa?



## **Sobre colaboradores**

\* Existe comunicação na sua empresa? A informação chega da mesma forma para todos?

*Em muitas empresas das quais já realizei trabalhos de consultoria, o maior problema sempre era na comunicação. Lembra-se daquela brincadeira do “telefone sem fio”, onde a informação era distorcida e o último que falava, em sua grande maioria a informação sofria mutação, muitas empresas tem esse mal.*

\* Como é feita a comunicação?

\* Como é trabalhado a motivação do seu colaborador?

\* Existe uma definição clara com os colaboradores do que se espera de cada um?

\* De quanto em quanto tempo é realizado reuniões na empresa? Os temas são claros? São tratados de forma clara e eficaz?

\* Quando um colaborador explana uma nova idéia, como é tratado isso?

**Uma das grandes  
queixas dos  
colaboradores ...**



**... é a falta de  
abertura em dar  
idéias e sugerir  
novas estratégias.**

\* Existe alguma forma de incentivo ou de recompensa ao colaborador que mais se destaca?

\* Existe um plano de carreiras na sua empresa? Como são avaliadas as promoções?



## 2 – Porta pra fora

Neste tópico vamos levantar alguns questionamentos sobre suas ações de marketing, como você vem divulgando seus produtos e serviços, como vem utilizando as redes sociais, como vem trabalhando seu nome/marca, etc.

- \* Quais os meios de divulgação do seu negócio?
- \* O valor investido em publicidade trás o retorno esperado?
- \* Quem planeja as propagandas da sua empresa? Essa pessoa tem o conhecimento necessário para atingir seu público alvo?
- \* No que se baseia suas campanhas publicitárias?
- \* Você sabe onde encontrar o seu público alvo?
- \* Você já fez uma pesquisa de mercado para ter a real noção de como sua empresa é vista pelos clientes?
- \* Qual a participação de mercado da sua empresa?
- \* Utiliza redes sociais para entrar em contato com os clientes? E seus clientes gostam disso?
- \* Sua empresa trabalha a propaganda institucional ou apenas promocional?
- \* Sua empresa apoia alguma causa social?
- \* O seu departamento de marketing trabalha em conjunto com o departamento financeiro?
- \* Em suas campanhas publicitárias as informações são claras dentro do ponto de venda e equipe? Existe um responsável por transmitir essas informações?
- \* Os produtos que vão para promoções como são selecionados?
- \* Há um planejamento das promoções de datas comemorativas?
- \* Sua empresa faz venda casada? **NÃO DEVERIA!** venda casada é crime.
- \* Como anda a sinalização no seu ponto de venda? e os produtos destaques como são evidenciados?



Vamos falar um pouquinho sobre o **Marketing Digital**.

Que a tecnologia está aí, ao alcance de todos é uma realidade. Não temos como ignorar o fato dos clientes terem mudado sua forma de consumo e que o nosso concorrente está na palma da mão, literalmente. As ferramentas digitais são 'inteligentes' e nos estimulam a todo momento consumir cada vez mais. Quem nunca foi perseguido por aquele item que certa vez foi pesquisado?

**Coincidência? Acho que não!**

**Vamos ao básico... vamos falar de redes sociais**

- \* Sua empresa já tem rede social?
- \* O seu público está na plataforma que você utiliza (Facebook, Instagram, etc)?
- \* Você sabe se comunicar com seu público?
- \* Qual sua frequência de postagens?
- \* Suas postagens tem um planejamento?
- \* Suas artes são limpas e harmoniosas?
- \* Você já utiliza o tráfego pago em sua plataforma?
- \* Você sabe interpretar os dados do relatório de tráfego pago?
- \* Você responde os seus seguidores? com qual frequência?
- \* Você está pronto para comentários negativos?

**Momento de reflexão**

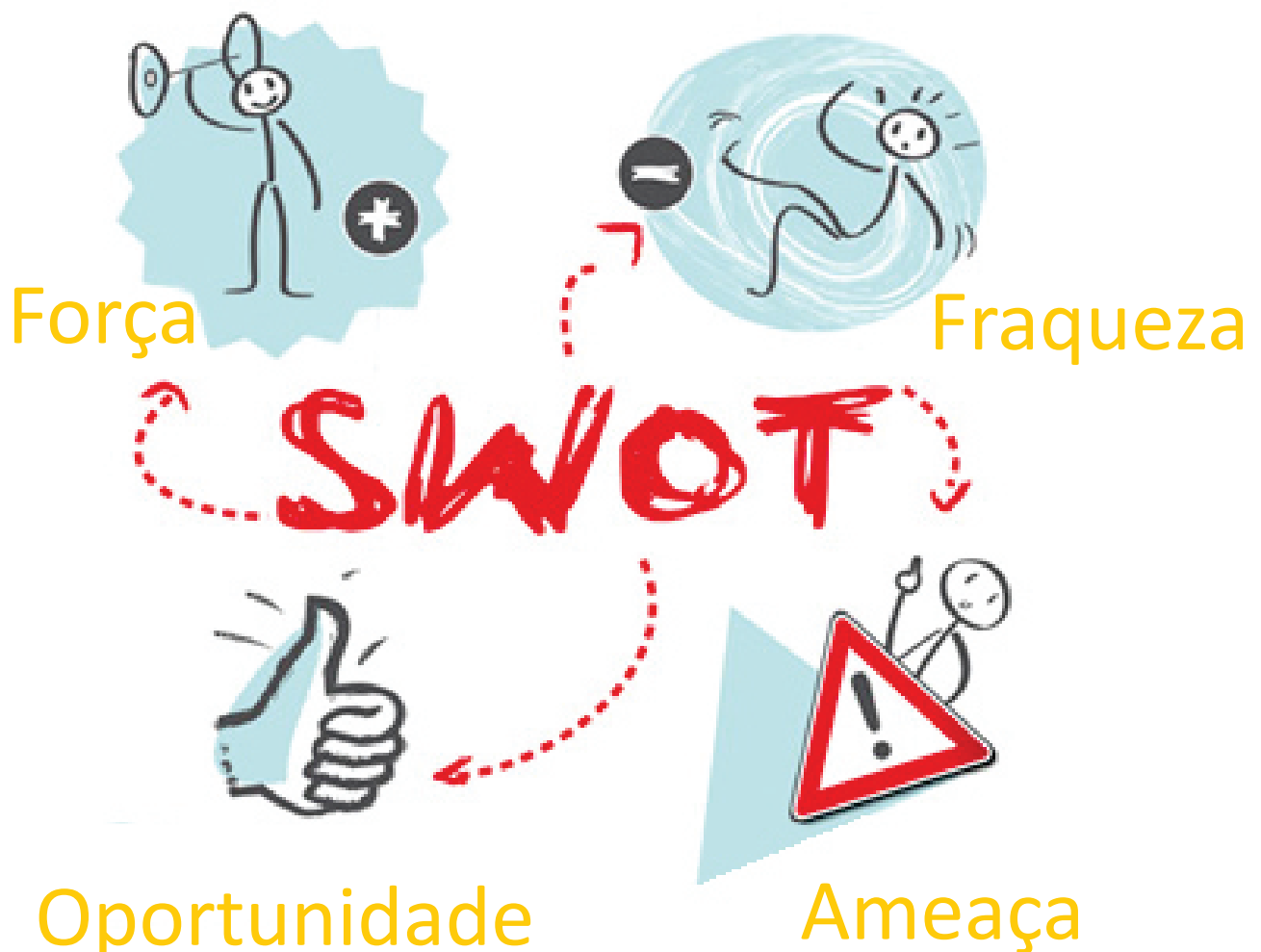
**Mais vale 100 seguidores ativos,  
que 10.000 que não interage com você!**





## 3 – Análise SWOT

A análise SWOT ou análise FOFA como muitos à conhecem, é uma ferramenta do planejamento estratégico, é uma análise situacional, que é a análise da relação da organização com o ambiente. É uma matriz que pode ser utilizada por qualquer empresa, independente do seu segmento ou porte. A matriz SWOT, vai relacionar o ambiente interno com o ambiente externo. No ambiente interno teremos seus pontos fortes e fracos e já no ambiente externo suas ameaças e oportunidades.



É através das relações dos levantamentos, que a matriz SWOT nos traz alguns cenários e em base a esses cenários podemos traçar planos de: sobrevivência, crescimento, manutenção e desenvolvimento.

Para o momento corporativo que vivemos, a matriz SWOT é uma ferramenta simples e poderosa para um levantamento mais realista. Porém, vale ressaltar que para cada empresa os cenários mudam, independente de ser do mesmo segmento ou não.

## 4 – Tabela de plano de ação – básico

O que?	Como?	Quando?	Quanto?	Onde?	Quem?	Observações

A tabela acima será uma grande aliada para um planejamento claro das ações a serem tomadas.

Sugiro que os pontos levantados na **Análise SWOT** sejam tabelados nesse plano de ação, com isso você terá mais clareza do que precisa ser feito, quando precisa ser feito, se envolve ou não gastos ou parceiros, enfim, todas as informações necessárias para uma melhor organização das tarefas.

### Dica de ouro

Eu sei que toda empresa tem muito a ser feito, mas com diz o velho ditado: **vamos por partes.**

Liste 5 problemas a serem solucionados, ou melhorias se for o caso, os conclua, depois liste mais 5 e assim sucessivamente.



## 5 – Considerações

Nada é constante. Tudo muda a todo momento, principalmente no cenário corporativo. Muitas das mudanças das quais precisamos são ajustes simples, que podemos fazer com recursos que já temos.

**Não durma no ponto!** Antes de achar um culpado para o faturamento que você não consegue atingir, o cliente que você perdeu, o plano de expansão que não deu certo na data prevista... analise seus potenciais, seus recursos, principalmente seus recursos humanos e o suporte que você oferece à eles, em muitos casos, não enxergamos as soluções, porque estamos focados nos problemas. **Pense nisso!**

.....

## Sobre a obra

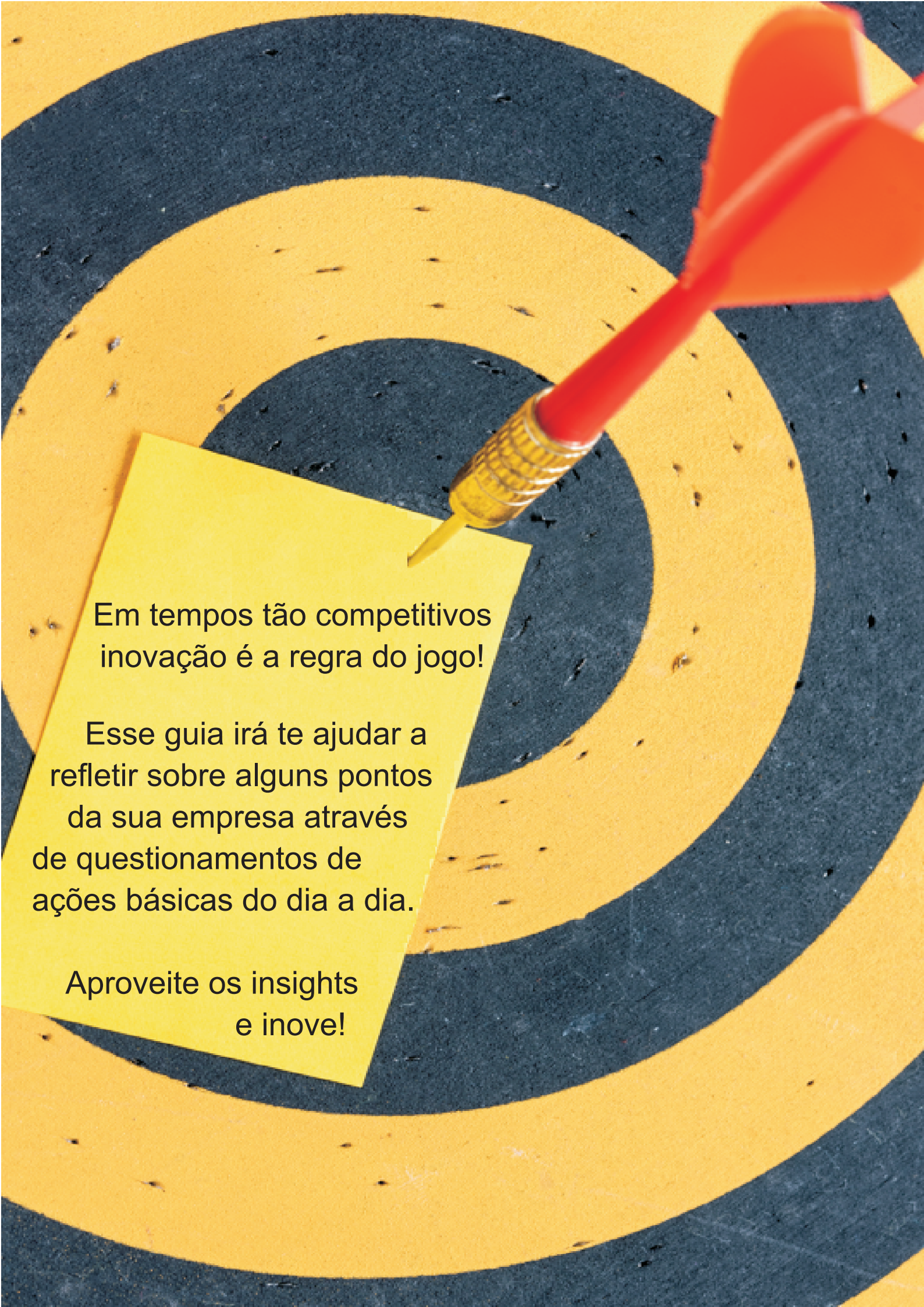
Esta é uma obra sem fins lucrativos, podendo ser utilizada em vários meios de distribuição, desde que a fonte e a autora sejam mencionadas.

Caso o leitor queira fazer alguma colaboração, entre em contato com a autora

pelo:  [contato@arespublicidade.com.br](mailto:contato@arespublicidade.com.br).







Em tempos tão competitivos  
inovação é a regra do jogo!

Esse guia irá te ajudar a  
refletir sobre alguns pontos  
da sua empresa através  
de questionamentos de  
ações básicas do dia a dia.

Aproveite os insights  
e inove!