

update

O informativo da EAC Software

Impresso
Especial
9912230611/2009-DR/MG
EAC SOFTWARE
CORREIOS



Momento de fortalecer

As oscilações do mercado estão desafiando profundamente os comerciantes. Conheça pequenas ações e processos que podem fortalecer a estrutura do seu negócio.

2015

Um ano de grandes mudanças para o varejo!

Todo final de ano, aqui na EAC, fazemos uma previsão do que vem pela frente e nos preparamos para o novo ano! O nosso plano de voo, ou seja, o planejamento e o orçamento do que iremos construir, já está pronto! Essa é a boa notícia. A má notícia é que temos pouca ou nenhuma previsibilidade do que será 2016, não é mesmo?

Procurei rever o que tínhamos previsto no ano passado, em 2014 para 2015, e tomei um grande susto. Nós, e 100% de todos que tentaram, erramos e muito as nossas previsões! Mas quem iria prever os desacertos de 2015?

Para o varejo, ficar parado nunca foi uma opção! Estamos no ramo desde 1986 e já convivemos com situações até mais dramáticas, mas sempre pudemos observar que mesmo em meio as adversidades vários clientes prosperaram, e temos certeza, que vários deles irão prosperar e até crescer em meio a crise.

Mas quais as lições apreendidas em 2015? Está ficando cada vez mais claro para todos que vencer no varejo

requer: estratégia, gestão e pessoas, tudo isso trabalhando em conjunto para gerar uma grande experiência de compra ao consumidor. Chegamos ao final de um período de bonança em que todos cresciam, uns mais outros menos, mas tudo parecia dar certo, até lojas em pontos fracos, com mix de produtos convencional e pouca oferta de serviços e ou um bom atendimento pareciam sobreviver e prosperar. Agora essa realidade ficou no passado, sem um plano na cabeça, sem um orçamento na mão e cercado de pessoas de baixa qualificação profissional nenhum varejista irá prosperar nos próximos anos.

Sabemos que a TI (tecnologia da Informação) será aliada de primeira hora do varejo em tempos de vacas magras, pois conseguimos otimizar receitas e reduzir custos. Estamos, portanto, nos preparando para oferecer a todos os clientes e prospects não apenas um software de gestão para o varejo, mas uma solução robusta, que resolva os problemas de infra-estrutura, de falta de mão de obra qualificada em TI e

de pouca informação que ainda é o padrão do varejo. Estamos nos reinventando para dar condições estruturais de crescimento para os varejistas empreendedores que desejem transformar a sua rede de lojas e crescer com segurança.

É claro que estamos preocupados com o cenário que se vislumbra, mas muitos felizes com o resultado que estamos colhendo. Não foi o ano que projetamos mas longe de ser um ano ruim. E grandes novidades estão programadas para o ano 2016. Estamos trabalhando muito para oferecer cada vez mais transparência das informações e melhorando a usabilidade aos usuários finais. Se o ano passado ficou marcado pela consolidação do uso do Nêrus nas nuvens, o próximo será a consolidação de nossos apps para mobile. Pode esperar que vem coisa muito boa por aí!

Forte abraço, boas vendas e um grande 2016 a todos!

Marcos Nannetti
Diretor da EAC Software
nannetti@eacsoftware.com.br

2016 chegou. O que esperar?

Os últimos anos desafiaram os comerciantes em vários aspectos. Mas não é somente o contexto sócio-econômico que define o rumo de uma empresa. A postura do gestor e suas ações serão fundamentais para tornar um comércio forte no meio de incertezas.


Em 2014, o Brasil parou. O PIB (Produto Interno Bruto), soma dos bens e serviços produzidos no país, apresentou ligeira expansão de 0,1%. Tecnicamente, isso significa que foi um ano sem expansão econômica.


Em 2015 as vendas varejistas recuaram mais que o esperado, deixando o setor a caminho do pior desempenho anual em 12 anos, e contaminando as expectativas para 2016, num aprofundamento do cenário de recessão econômica no país com inflação alta e desemprego subindo.


A boa notícia é que estamos batendo no fundo do poço, será muito difícil ter um 2016 pior do que 2015. Apesar de todas as perspectivas econômicas, que não são muito animadoras, acreditamos que uma vez resolvido o panorama político, a economia irá se recuperar.


No dia-a-dia do comerciante, a única certeza é que a instabilidade irá continuar. Por isso o mercado exigirá cada vez mais do gestor comerciante, que tem de ser mais ativo, se antecipar ao problema e deixar de ser tão reativo. Por isso listamos 8 ações fundamentais para serem aplicadas na rotina do seu comércio e não ser mais um refém das grandes oscilações do varejo brasileiro.


Então, aproveite a crise para repensar o seu negócio, são nestes momentos que surgem belas ideias que podem mudar a sua vida. Procure nas pequenas coisas o que você pode fazer e que irá fazer a diferença para seu cliente. Busque alternativas para agregar serviços em seus produtos. Faça aquilo que a concorrência não quer fazer porque dá muito trabalho. Ouse, a única opção para você neste momento é tentar algo diferente, ficar parado e ver a crise aumentar na sua porta não é uma opção. E lembre-se, o mercado está aí, por maior que seja a crise a vida continua e com ela o consumo, só temos que buscar a preferência do consumidor.


- 


Aumentar a flexibilidade da negociação e do atendimento na sua loja, pense em: facilitar trocas, explorar novos formatos de pagamento, criar outros canais de vendas.
- 


Transforme os vendedores do estilo "Posso te ajudar" em consultores especializados no assunto. Atendimento é resolver o problema do seu cliente, e não necessariamente vender.
- 

Seja dinâmico nas promoções, explore novas formas de desconto e, principalmente, crie ofertas que irão surpreender o seu cliente.
- 

Aposte na experiência de compra em todas as fases. Tudo deve ser agradável e encantador, seja no atendimento, na tecnologia, no layout da loja e até no entretenimento proposto.
- 

Comece a criar ações personalizadas. Aprofunde-se no perfil do seu cliente, entenda o que eles buscam e o que eles valorizam na sua loja e fortaleça estas características. Cada pessoa é única.
- 

Crie uma rede sólida de parceiros para que você tenha maior diversidade de oferta de soluções. É hora de fortalecer o vínculo com os fornecedores, eleja os melhores e alie-se a eles.
- 

Abuse da tecnologia para alcançar o seu cliente, automatize todos os procedimentos internos, diminua a burocracia, crie aplicativos que sejam interessantes para seus clientes, fomente a interação e o relacionamento, pense em um programa de fidelidade com pontuação por compras.
- 

Diversifique seus canais de vendas. Ter uma loja física e um e-commerce atualmente é o básico. Pense em como levar a sua loja para dentro da vida do seu cliente.

OS PRINCIPAIS DESAFIOS DE UMA LOJA DE MATERIAL DE CONSTRUÇÃO

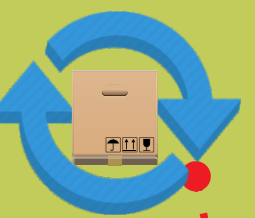
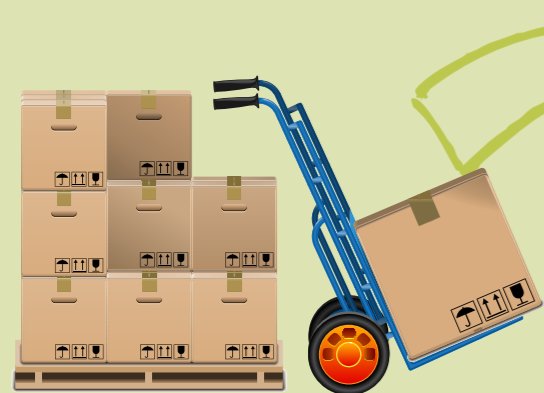
O varejo do segmento de materiais de construção exige uma gama de detalhes importantes no processo, na tecnologia e no atendimento. A equipe da EAC resumiu uma sequência típica de processo do setor para que você possa avaliar quais são os pontos estratégicos do seu comércio que deve ser reavaliado. Acompanhe!

ESTOQUE

LOJAS

VENDAS

ENTREGAS



Desafio 1:
Definição de Mix de Produtos
Com a correta definição de um mix de produtos ajustado para o perfil de seu público, automaticamente a empresa terá maior assertividade e tenderá a ser mais eficaz nas vendas.

Desafio 2:
Administrar estoque a granel e retalhos
Administrar estoque a granel e retalhos
Para evitar perdas e tornar um estoque incontável é fundamental a aplicação de processos e tecnologia.

Desafio 3:
Estoque físico em várias lojas e nos fornecedores
Estoque físico em várias lojas e nos fornecedores. A informação das lojas deve estar atualizada para que as vendas e a logística estejam sincronizadas. Saber o que está chegando dos fornecedores também ajuda muito os vendedores.

Desafio 4:
Compra e entrega parcelada
O cliente leva parte da sua compra e a outra parte a loja entrega. Exige muita organização e sistema de informação integrado para não ter transtorno no atendimento e no quebra estoque.

Desafio 5:
Separar os comissionamentos do faturamento da empresa
Inclua isso como processo da empresa e saia do amadorismo. Separe este valor para mensurar o resultado real e o repassar sem impactar nos custos fiscais. Isso vale também para as comissões de terceiros (empreiteiros, arquitetos e decoradores).

Desafio 6:
Incluir a prestação de novos serviços
Não basta ser expertise no setor. Estamos na fase de solucionar o problema do cliente. Crie um catálogo de serviços e de parceiros certificados para oferecer ao cliente.

Desafio 7:
Processo de entrega sob o ritmo da obra
Um movimento que exige atenção para não impactar nas vendas, no atendimento, no fiscal e no estoque. Aqui a tecnologia e bons profissionais farão a diferença.

Desafio 8:
Trocas de produtos
Se tornou prática para ganhar o cliente. Uma brecha para quebrar a administração do estoque quando não existe procedimentos internos bem estabelecidos.

Lojas de materiais de construção: o segredo está no foco de atuação

As vendas de materiais de construção tiveram uma enorme queda neste ano de 2015. E, para o próximo ano, devem reduzir o ritmo de queda e encerrar 2016 com recuo entre 4 e 5% após milhares de demissões e um tombo de dois dígitos previsto para este ano, segundo estudos da Abrammat, associação que representa o setor.

Cenários como este exigirão cada vez mais inteligência e disciplina do gestor para contornar esta situação. Ou seja, estamos falando de um esforço enorme

para evitar queda nas vendas, associado com a diminuição dos custos e das perdas na logística, otimização dos estoques e aumento de produtividade do pessoal administrativo da loja.

Quer contornar a crise e aumentar a sua lucratividade? Seguem abaixo quatro dicas importantes para você refletir sobre o foco da estratégia do seu comércio de material de construção - e que também pode ser válido para outros tipos de varejo:



Para ganhar, pare de perder

Os pequenos varejos de materiais de construção perdem 11,4% do valor de estoque, todos os anos, entre avarias de materiais, roubos e furtos, produtos que perderam a validade e/ou ficam nos estoques por mais de um ano parado sem venda. Esta pesquisa foi feita pelo Sebrae no estado de São Paulo no começo de 2015. Então fique atento, você pode melhorar e muito os seus números somente estancando a perda de estoque. Concentre-se nas compras, faça inventários periódicos, controle os estoques com atenção redobrada e faça promoções de todos os produtos que estão parados há mais de 90 dias sem vendas. Com essas ações você poderá reduzir seus estoques, aumentar giro e fazer dinheiro com os produtos parados.

Foco nas pequenas reformas

Segundo histórico do Ibope, o setor imobiliário responde por 32% das vendas de materiais de construção no país, enquanto o de infraestrutura chega a 18%. As reformas residenciais correspondem a 50% do total. Ou seja, o potencial de consumo das reformas refere-se a produtos para pintura, material elétrico, material hidráulico, material básico (cimento, rejunte, entre outros), ferragens, madeiras, pisos e revestimentos, metais para banheiro e luminárias. Com a queda de novos lançamentos e paralização dos negócios do setor imobiliário, muitas pessoas deverão partir para a reforma da casa ou invés da troca de residência. Isto abre muitas possibilidades de negócio para a pequena loja do bairro e você deve se preparar para essa nova onda. Além dos materiais, o que mais você pode oferecer para quem está iniciando a reforma?

Foco no seu público

Segundo o Pyxis Material de Construção, as classes B e C são as que mais gastarão. Responsável por 27% dos domicílios urbanos, a classe B é a que apresenta maior potencial de consumo nesse segmento: 42% de todo potencial de consumo provém dela. A classe C, com 54% dos domicílios em áreas urbanas, responde por 37% do potencial de consumo da categoria, enquanto a classe A (2% dos domicílios) tem potencial de 16% e a DE (17% dos domicílios), de 5%. Portanto, entenda exatamente qual o público você atende e descubra como montar a sua proposta de valor para este público.

Invista na tecnologia da informação

Dar um salto em produtividade pode ser a diferença entre o lucro e o prejuízo da sua operação. Automatize tudo que for possível, repense os processos operacionais, invista em uma consultoria que possa lhe trazer resultados operacionais reais e palpáveis. À primeira vista, tudo isso pode ser visto como custo, mas nada irá lhe trazer mais retorno do que o investimento em tecnologia. Ter os números e a sua operação em tempo real irá lhe ajudar a dar respostas rápidas em meio a crise e sair na frente.

4 dicas para aumentar as vendas

Aumentar as vendas sem perder a margem de lucro parece uma incógnita para você? Pois bem, com um mercado altamente competitivo, onde os produtos e preços são muito parecidos, você deve buscar diferenciais que fujam do comum e atraíam a atenção dos clientes, como um bom atendimento. É no trato com cliente que você pode se destacar e mostrar que a sua loja é melhor do que as outras. Por isso, hoje vamos mostrar algumas dicas de como melhorar o atendimento ao cliente e aumentar as suas vendas.

Humanize seu atendimento

Não importa se você tem um comércio físico ou online, é importante que você humanize o seu atendimento. Os clientes querem ser compreendidos e atendidos em suas necessidades, de preferência com a maior rapidez possível. Dessa forma, coloque pessoas para lidar com pessoas e evite inserir muitas barreiras para que o seu cliente chegue até um representante da sua empresa.

Capacite sua equipe na arte do atendimento

Existem diversos perfis de clientes e cada um deve ser tratado de uma maneira diferente. Por isso mesmo é que a sua equipe de vendas precisa de capacitações constantes, que tragam novas habilidades interpessoais e de negociação, visando sempre promover um atendimento de excelência.

Ouçá o seu cliente

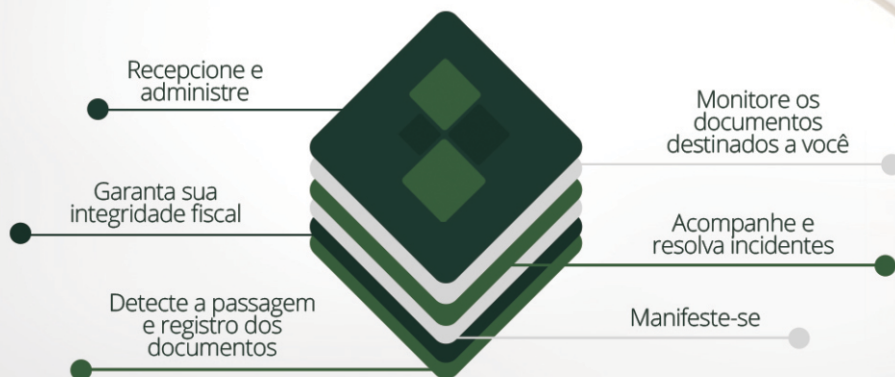
Entender quais são as reais necessidades dos seus clientes permite que você aprimore o seu atendimento e possa aumentar suas vendas com ofertas personalizadas, preparadas exclusivamente para cada pessoa que se interessa pelos seus produtos. Coloque a tecnologia a seu favor e faça o monitoramento das interações dos clientes com a sua marca e conhecer verdadeiramente quem é o seu cliente.

Centralize as informações

Ter um sistema que reúna todas as informações disponíveis sobre a sua clientela e que ofereça mais do que um repositório de dados, mas também filtros inteligentes, que permitam a combinação de dados estratégicos para que você extraia insights significativos para melhorar o seu atendimento é imprescindível.

Estes e vários outros temas sobre o varejo brasileiro estão no Blog da EAC. Acesse: eacsoftware.com.br/blog
E tenha acesso às melhores dicas para a gestão do seu comércio

MUITO MAIS QUE RECEPCIONAR, O NDDCONNECT É A SOLUÇÃO PARA QUE VOCÊ GERENCIE TODAS AS OPERAÇÕES COM DOCUMENTOS FISCAIS!



nndconnect.com.br

Parceiro EAC Software
Conheça: (31) 3273-4415



2016

Toda a equipe da EAC Software deseja a você um ano de novas superações e conquistas. E claro, recheado de lucros no seu comércio!

UM PRÓSPERO 2016!



Editorial:

Diretores: Cléber Piçarro, Leonardo Dicker e Marcos Nannetti
Produção: Sávio Rezende
Fotografias: banco de imagens EAC
Tiragem: 3.000 exemplares
Escreva para nós: update@eacsoftware.com.br

Acompanhe todo o nosso conteúdo na internet: www.eacsoftware.com.br

EAC SOFTWARE

Rua Timbiras, 1532 | 4º andar
Funcionários | Belo Horizonte | MG
CEP: 30140-902 | Tel: (31) 3273-4415