




10

Atitudes financeiras
que farão você
transformar
o seu negócio



atitudes **10** financeiras

que farão você
transformar
o seu negócio

Todo mundo sabe que a condução de um negócio demanda planejamento e pensamento estratégico. E, quando você identifica o que precisa ser melhorado na administração da sua empresa, fica mais fácil de tomar as decisões corretas. Não é mesmo?

Estar aberto para outras opiniões e ter outras pessoas ao seu lado para acompanhar você nessa jornada é muito importante para que seja possível obter o máximo de visões e conhecimentos sobre um determinado assunto. É por essa razão que preparamos esse conteúdo que ajudará você a transformar o seu negócio e identificar ações que vão além da estratégia, clientes e colaboradores - os três pilares fundamentais para fazer um negócio prosperar.

Boa leitura!



1.

Reduza
gastos

2.

Determine
uma **estratégia**
competitiva

3.

Desenvolva seu
relacionamento
com o cliente

4.

Acompanhe
indicadores
financeiros

5.

Automatize
processos



Indice

CLIQUE NO CAPÍTULO
PARA IR DIRETO PARA
A SESSÃO DESEJADA:

6



Agregue valor
ao **produto/**
serviço

7



Invista em
marketing
digital

8



Valorize
seus **ativos**
intangíveis

9



Faça uma
gestão de
pessoas
eficiente

10

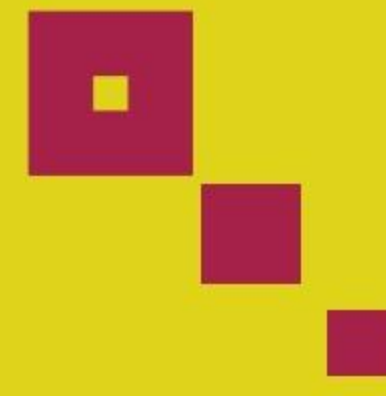


Invista em
treinamentos

Índice



Reduza gastos



Começamos nossa lista com um item que pode, à primeira vista, parecer um pouco óbvio. É claro que, para tornar seu negócio mais rentável, você precisa cortar alguns gastos. Mas você sabe realmente o que precisa ser reduzido?

Faça uma análise das suas despesas

Quanto sua empresa gasta, por exemplo, com energia elétrica? Se a cifra for alta, com certeza existem estratégias – simples – para ajudar nessa redução. Você pode aproveitar mais a luz solar; utilizar sensores de iluminação em corredores, os quais só acenderão as lâmpadas ao identificar movimento; desligar aparelhos, como computadores e ar-condicionado, durante o almoço e à noite; usar lâmpadas de LED, que comprovadamente consomem menos energia etc.

Papelaria e copos descartáveis

Tudo que é impresso em sua empresa realmente precisa ser disponibilizado em um meio físico? Ou o uso de celulares, tablets e projeções pode ser uma boa saída? Além disso, uma excelente forma de reduzir despesas e ainda ser sustentável é incentivar a utilização de canecas, garrafas e copos estilizados.

Assim, o uso de materiais descartáveis cairá significativamente, e tanto sua empresa quanto seus funcionários estarão contribuindo para a sustentabilidade, o que pode motivar ou aumentar o engajamento da equipe com uma boa causa.



2.

Determine uma estratégia competitiva

E estratégia competitiva é um termo muito utilizado no mundo dos negócios, mas você sabe o que realmente isso quer dizer?

Em um artigo publicado na [Forbes](#), Jeroen Kraaijenbrink, estudioso do tema, define estratégia como a forma pela qual uma organização cria valor sustentável, com o objetivo de criar algo que tenha valor e que seja importante para pessoas ou organizações específicas.

Para Jeroen, a estratégia expressa o valor que a organização cria e para quem, e isso se dá através dos produtos e serviços que a empresa disponibiliza. Esse valor, no entanto, é algo subjetivo, já que os clientes têm desejos e necessidades particulares, e o que é valor para um pode não ser para outro. Devido a essa subjetividade, uma estratégia bem-definida e adequada indica para quem o valor é criado.

É necessário focar alguns elementos que confirmam à estratégia elementos únicos. Essa diferenças podem estar:

- - No modo como você atende o cliente;
 - Na qualidade do seu produto ou serviço;
 - No grau de personalização oferecido por você;
 - Na eficiência do seu pós-venda;
- Ou até mesmo no preço do seu produto ou serviço.

A questão da sustentabilidade apontada por Jeroen está no fato de que uma estratégia deve ser difícil de copiar ou contornar por outros, pois, do contrário, sua empresa pode não prosperar no mercado.

Além disso, uma estratégia, para ser sustentável, precisa levar em consideração as partes interessadas, como clientes, funcionários e fornecedores. Afinal de contas, seu negócio depende delas e, ao considerá-las, sua estratégia consegue se manter ao longo do tempo.



3.

Desenvolva seu relacionamento com o cliente

Sua mentalidade precisa ir além de apenas adquirir clientes. A partir do momento em que alguém se torna seu cliente, ele inicia um relacionamento com seu negócio que pode ser bom – e, conseqüentemente, duradouro – ou ruim.

Aqui surge a necessidade de realizar a chamada **Gestão de Relacionamento com o Cliente** (Customer Relationship Manager – CRM). Por meio dela, sua empresa vai entender e até mesmo antecipar as necessidades do cliente, ganhando vantagem competitiva em um mercado cada vez mais acirrado. A Gestão de Relacionamento com o Cliente é um conjunto de estratégias que permitem gerar interação entre a empresa e o consumidor. Por meio dela, você consegue coletar os dados do cliente, que serão armazenados.

Esse processo utiliza recursos tecnológicos para automatizar, organizar e sistematizar planos de negócio. Assim, você consegue atrair novos clientes, trazer de volta quem já não é mais e fidelizar aqueles que já são. Um bom software para auxiliar nesse processo é o Keruak.

A Gestão de Relacionamento com o Cliente é feita, na maioria dos casos, por meio da metodologia IDIP – Identificar, Diferenciar, Interagir e Personalizar:

Identificar:

É o momento de conhecer quais necessidades, preferências e anseios o cliente tem.

Diferenciar:

Com os dados coletados, você consegue segmentar os clientes, ou seja, agrupá-los de acordo com características comuns.

Interagir :

Agrupando os clientes, é possível pensar em estratégias para se comunicar com cada um deles, proporcionando uma interação efetiva.

Personalizar:

Com todas as informações e sabendo a maneira adequada para interagir com cada cliente, você consegue personalizar a oferta de seu produto/serviço de acordo com as necessidades do cliente.

Com seu cliente satisfeito, sentindo que você proporciona a melhor experiência, grandes são as chances de sua empresa ser indicada por ele, impulsionando o aumento da sua carteira de clientes e, conseqüentemente, suas vendas.





Acompanhe indicadores financeiros



Ao conduzir seu negócio, você precisa ter certeza de que tudo está indo bem, o que só é possível se você acompanhar de perto os números concretos da empresa. Para isso, você conta com aliados fortes: **KPIs** (Key Performance Indicators ou Indicadores-chave de Desempenho).

Os KPIs financeiros são ferramentas que permitem acompanhar e medir o progresso financeiro do seu negócio, ajudando a mensurar a saúde financeira da empresa e o desempenho dela no mercado. Entre os principais indicadores financeiros estão:

- Faturamento bruto, que indica o dinheiro que a empresa obteve através das vendas;
- Liquidez, que é a capacidade de a empresa captar dinheiro em curto prazo;



Margem de lucro bruta, que informa se os seus produtos ou serviços estão sendo precificados de forma adequada;



Margem de lucro líquida, que indica qual percentual da sua receita foi lucrativo;



Lucro líquido, que corresponde ao seu lucro real, ou seja, o valor restante após subtrair as despesas totais da receita total;



Custos, que permitem identificar quais os gastos que a empresa tem para se manter;



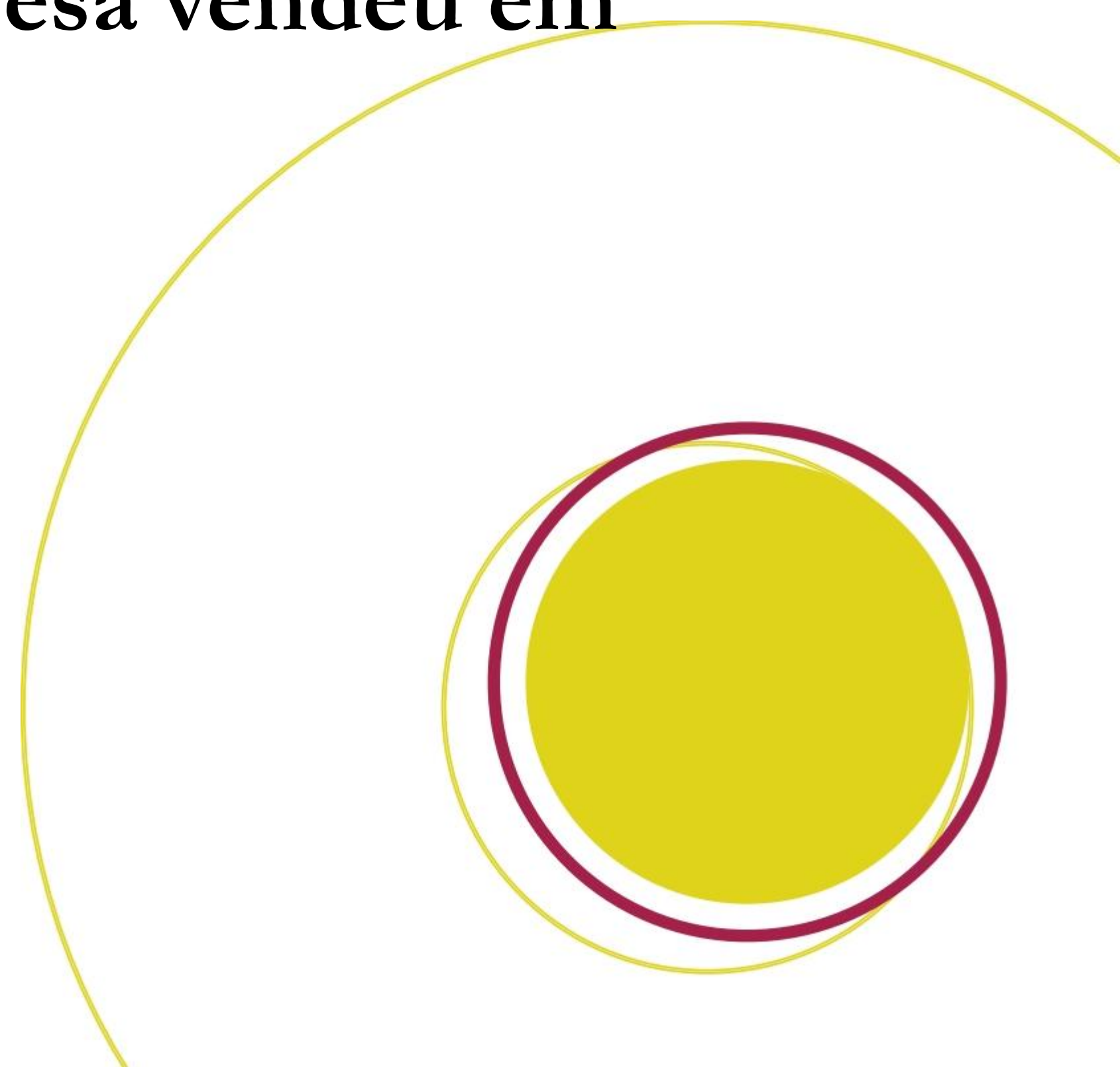
Ticket médio, que é o valor médio pelo qual o serviço/produto é vendido ao mercado;



Capital de giro, que é o valor de que a empresa necessita para operar, isto é, para realizar a atividade econômica que desempenha;



Rotatividade de estoque, que informa quanto do estoque médio sua empresa vendeu em determinado período.



5.

Automatize processos



A automação nada mais é do que otimizar atividades com o objetivo de “enxugar” a produção, ou seja, reduzir o trabalho e o tempo de execução de determinada ação, diminuir os custos e substituir tarefas manuais repetitivas por softwares.

Esse sistema integra diferentes fases de uma operação, sendo conhecido como **ERP (Enterprise Resource Planning ou Planejamento de Recursos Empresariais)**. Os sistemas ERP fazem com que o gerenciamento de informações do seu negócio seja eficiente. Isso porque eles interligam diversos subsistemas de gestão da sua empresa, permitindo que as informações conversem entre si. Assim, as áreas têm a mesma visibilidade dos dados, o que facilita a análise e o controle de etapas.

Além disso, há ganhos em qualidade, pois a margem de erro e o retrabalho diminuem. Esses benefícios se tornam perceptíveis para o seu cliente, que receberá um atendimento mais assertivo, informações mais diretas e facilidade de se relacionar com sua empresa.

Para saber quando automatizar os processos da sua empresa, faça primeiro um levantamento de todas as tarefas desempenhadas por sua equipe. Verifique quais são feitas manualmente e que têm potencial de automação.

Sabendo o que automatizar e quais seus objetivos com isso, você consegue escolher o melhor software de gestão para ajudá-lo no dia a dia. Uma boa ferramenta ^{*}, por exemplo, é capaz de auxiliar na emissão de notas fiscais e boletos, na gestão de contratos, no controle financeiro, entre outros.



Agregue valor ao produto/serviço

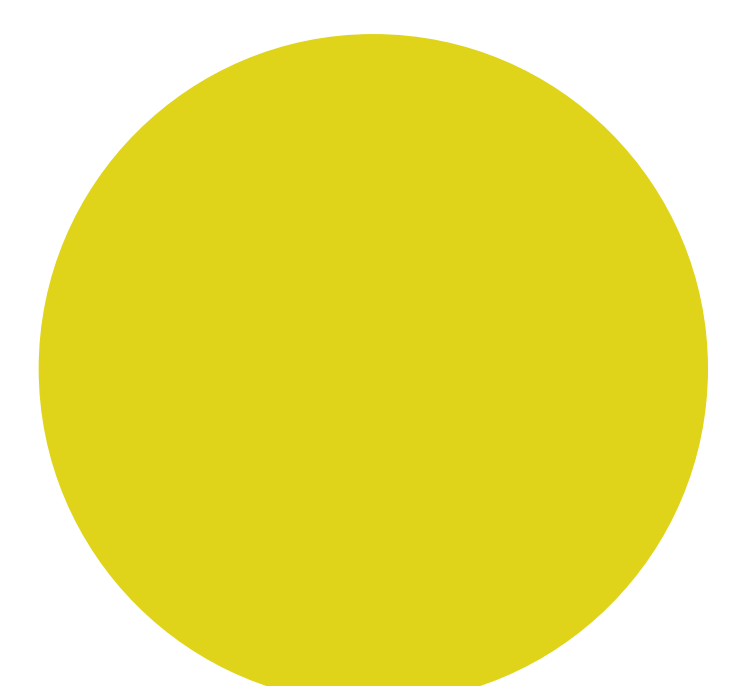


Seu cliente precisa ter bons motivos para escolher você em vez do seu concorrente. Se ele perceber que terá mais do mesmo com seu produto ou serviço, provavelmente não se sentirá atraído a fechar negócio com você.

Por isso, ele precisa sentir que o que você oferta tem um valor agregado e que será fundamental para as necessidades dele. Para agregar valor ao que você oferta, é preciso primeiro conhecer muito bem a sua concorrência. Esse ato permite identificar o que as outras empresas estão ofertando no mercado, quais os pontos fracos delas e como você pode utilizá-los para incrementar o que sua empresa oferece.

Saber também qual o seu público-alvo também é fundamental para pensar em estratégias que diferenciem sua oferta no mercado. Saber quais os desejos, as expectativas e as necessidades dos seus clientes auxilia a

segmentá-los e, com isso, planejar táticas mais eficientes. Por fim, tenha um ótimo atendimento de pós-venda e faça pesquisas de satisfação. No primeiro caso, você provavelmente fidelizará seu cliente; no segundo, entenderá quais as demandas de atendimento ele tem, além de questões relacionadas ao seu produto ou serviço.





7

Invista em marketing digital

Uma pesquisa do IBGE mostrou que mais de 100 milhões de brasileiros estão conectados à internet. A cifra corresponde a 64,7% da população com idade acima de 10 anos. Esse acesso se dá principalmente por meio do celular, aparelho usado por 94,6% dos internautas do Brasil.

É possível constatar que estar presente na internet hoje é essencial para qualquer empresa prosperar. Mas não basta apenas ter um site ou disponibilizar um e-mail para que o cliente entre em contato. Além disso, já passou da hora de acionar o marketing apenas para o lançamento de um novo produto ou serviço.

No mundo atual, em constantes mudanças e extremamente conectado, a nova mentalidade é a de agir em todas as frentes – e o marketing digital é um forte aliado nesse processo.

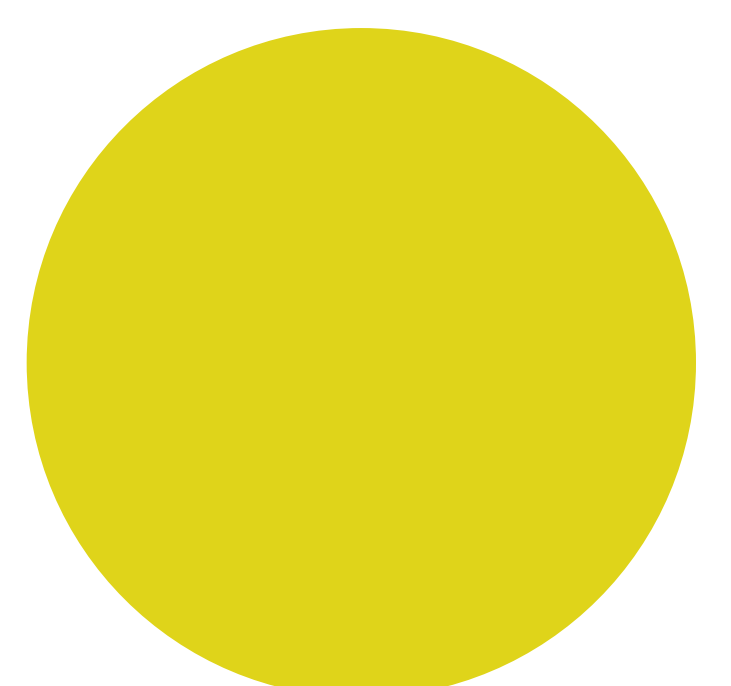
O marketing digital representa um conjunto de atividades e estratégias que são voltadas para o ambiente das mídias digitais. Elas permitem atrair clientes, consolidar uma marca, atrair novos negócios, criar e manter relacionamento com clientes e entre outros. Uma das frentes em que o marketing digital atua é na prospecção de leads.

Leads são os usuários que forneceram seus dados a uma empresa por ver algo nela que converse com seus interesses. Assim, eles passam de quem apenas navegava por um site para quem está registrado na base de dados da empresa, impulsionando as taxas de conversão.

Com essas informações, pode-se delinear uma estratégia de envio de oferta ou de material da empresa mais direcionada, interagindo de uma forma mais específica com esse cliente.

Outros benefícios do marketing digital:

- Aumentar o tráfego orgânico;
- Contatar os clientes a qualquer momento;
- Ganhar destaque em relação à concorrência;
- Construir um público-alvo qualificado.





8

Valorize seus ativos intangíveis

Um ativo intangível é aquele que não se pode tocar, ou seja, não tem existência física. Por exemplo: softwares, direitos autorais, know-how da equipe, carteiras de clientes e licenças.

Os ativos intangíveis influenciam no valor de mercado da empresa. Se uma marca é extremamente valorizada, a participação dela no mercado também é intensificada. Bons exemplos de marcas com alto valor são Amazon, Apple, Google, Microsoft, Facebook e YouTube.

A Apple [lidera o ranking](#) das marcas de tecnologia mais valiosas, superando a cifra de 300 bilhões de dólares. Um cliente paga a mais por um produto de uma marca mais valiosa mesmo que ele ofereça as mesmas funcionalidades que outro mais barato. O que vale é o status que a marca proporciona.

Valorizar e investir em ativos intangíveis é aumentar a competitividade de seu negócio no mercado. Esses investimentos auxiliam em alguns fatores, como escalabilidade, que é a capacidade de multiplicar a renda sem aumentar os custos na mesma proporção. Ou seja, a empresa faz mais com menos.

Encontrar os ativos intangíveis do seu negócio é mais difícil do que determinar os tangíveis.





Faça uma Gestão de Pessoas eficiente



A Gestão de Pessoas envolve gerir o capital humano da sua empresa. Estamos falando dos seus colaboradores, sem os quais você não conseguiria disponibilizar seus produtos/serviços aos clientes.

Os funcionários precisam se sentir motivados em integrar o seu time, reconhecendo valor no que fazem e sabendo que são importantes para a empresa. Por isso, a Gestão de Pessoas precisa garantir o bem-estar da equipe, disseminar a cultura organizacional e estimular que ela seja respeitada, incentivar o desenvolvimento dos colaboradores, entre outros aspectos.

Como fazer uma gestão eficiente?

1. Comunicação

Toda a empresa precisa se comunicar de forma integrada e clara para que não existam ruídos entre áreas ou falta de entendimento de alguns funcionários. Deve-se incentivar a troca de opiniões entre colaboradores, além de se adotar canais de comunicação e integração, como redes sociais corporativas.

2. Engajamento e motivação

Os colaboradores precisam estar sempre motivados e engajados na empresa. Do contrário, o desempenho deles pode ficar comprometido. Boas opções para alimentar o engajamento são oferecer bonificações por metas cumpridas, estabelecer um plano de carreira claro e factível, além de traçar metas envolventes e desafiadoras.

3. Trabalho em equipe

Não vale a pena ter muitos talentos exponenciais, mas que não se relacionam com os colegas nem compartilham experiências e habilidades. Deve-se promover a interação da equipe para que todos criem laços que fortaleçam o time.

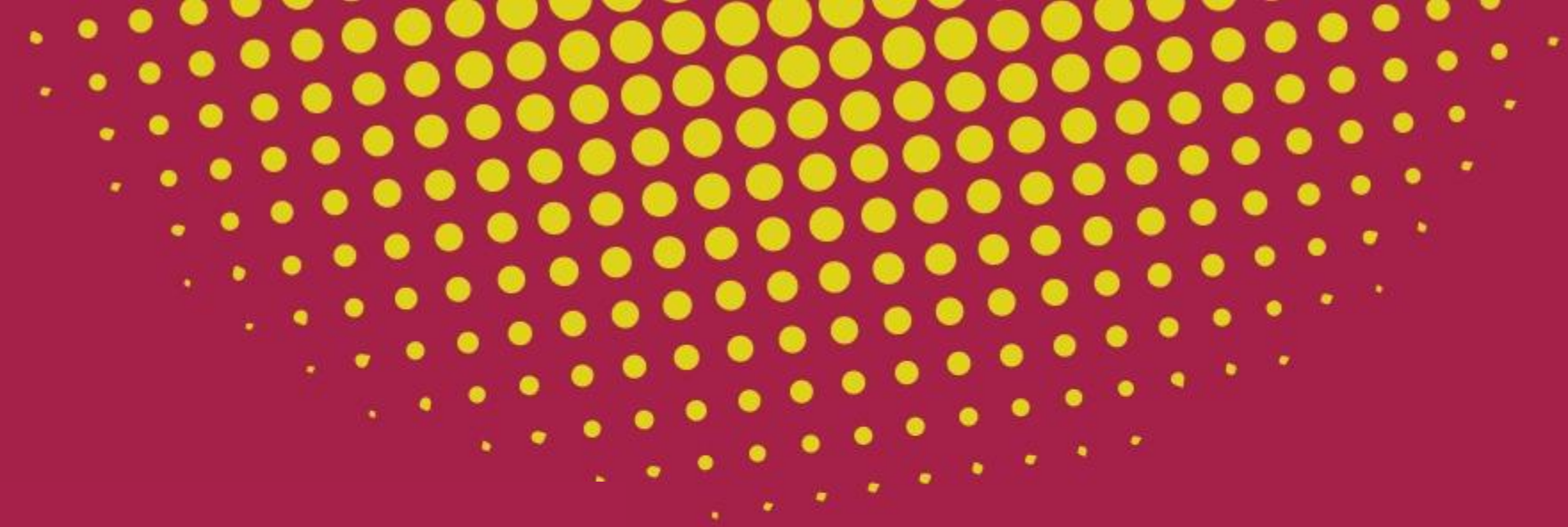
Realizar reuniões de acompanhamento periódicas e

proporcionar momentos de descontração (como happy hour e festa de fim de ano) são ótimas oportunidades de intensificar o senso de coletividade e o trabalho em equipe.

4. Habilidades e competências

Ao identificar a estratégia de negócio da empresa, pode-se determinar quais competências e habilidades são importantes para colocá-la em prática. Assim, a busca de talentos fica mais direcionada e assertiva. Além disso, dar feedback periodicamente e fazer avaliação de desempenho ajuda a mapear lacunas de habilidades e desenvolver o colaborador.





10.

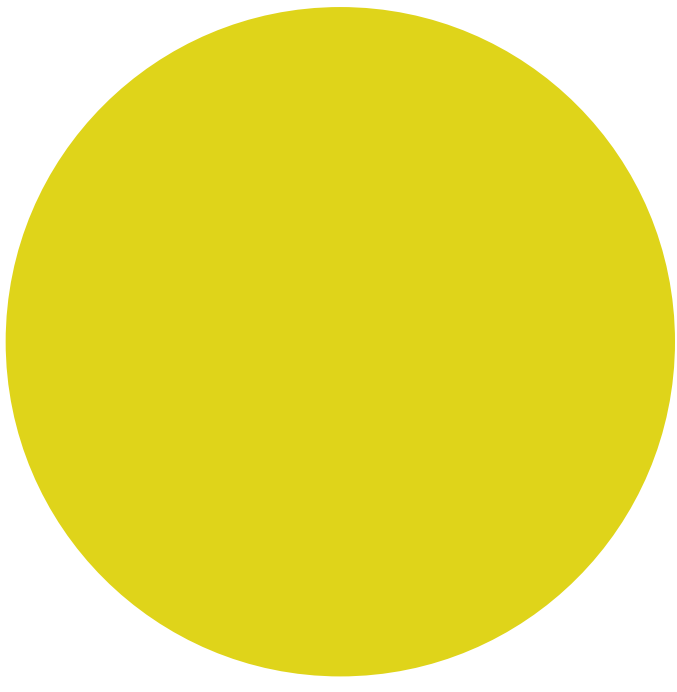
Invista em treinamentos



Os treinamentos estão intimamente ligados à uma eficiente Gestão de Pessoas, porém merecem um destaque à parte pela sua grande importância para um negócio prosperar.

Ao checar as competências e habilidades dos colaboradores que podem ser aprimoradas, chega o momento de oferecer os treinamentos adequados aos cargos e às atividades desempenhadas. Essa oferta também demonstra que a empresa valoriza o colaborador, impulsionando o engajamento dele.

Investir em treinamentos estimula a criatividade e a inovação da equipe, o que reflete na criação de novos produtos e serviços ou na melhoria do que já é oferecido pelo negócio. Assim, você consegue atrair e reter talentos, diminuindo as taxas de rotatividade de pessoal e os gastos com o treinamento de novos funcionários.



Conclusão

A presentamos muitas dicas para você alavancar o seu negócio, não é mesmo? Fique tranquilo, não se desespere caso você ainda não esteja colocando a maioria delas em prática.

Mapeie como está cada área abordada para identificar qual tem mais urgência de ser focada pelas lideranças da sua empresa.

Um pensamento estratégico aliado às atitudes e às decisões certas é fundamental para transformar seu negócio, alavancando suas vendas e obtendo o retorno esperado.

