

Gestão Administrativa

Cursos Administrativos

7
aula

Aula 7 – Área Comercial

Você sabe o que é a área comercial?

A área comercial é uma área delimitada junto e um centro de distribuição de produtos, que se caracteriza pela diversificação de produtos oferecidos tanto em nível de atacado como de varejo. E nesta área que sua empresa dispõem os produtos que podem ser comercializados, e nesta área em que seus profissionais de vendas e marketing deverão trabalhar.



1. Comercializando Produtos

Existe uma técnica que, quando bem administrada, pode resultar num ótimo negócio para as suas vendas. É técnica é conhecida como os 5W2H.

Por que 5W2H?

A origem dessa técnica é americana, por isso, as palavras usadas para essa abreviação estão em inglês.

1. What (O que?)
2. Why (Por que?)
3. Where (Onde?)
4. When (Quando?)
5. Who (Quem?)
6. How (Como?)
7. How Much (Quanto custará?)

Vamos ver suas definições e aplicações:

- **What (O que?)**

O que vender? O que produzir?

A empresa deve criar e otimizar um determinado produto, porém, deve saber qual produto quer colocar no mercado. Deve saber se o produto é comercializável. A empresa quer vender, e lucrar com seu produto, mas antes deve decidir *o que* quer vender.

- **Why (Por que?)**

Por que vender este produto?

Após decidir o produto ou o serviço que vai ser comercializado, a empresa deve pensar porque vendê-lo. Por que o produto deve entrar para o comércio?

A empresa deve saber que além de ter um produto para venda, o porquê deve vendê-lo.

- **Where (Onde?)**

Onde será vendido?

Na própria empresa? Através de uma loja virtual? Com representantes externos? Uma loja própria?

- **When (Quando?)**

Quando irá começar a produzir?

Quando será vendido?

Idealizar um produto sob a mesa de um escritório não é o mesmo que vendê-lo numa estante. Pensar nesses pequenos detalhes de produção fazem a diferença no mercado. Quando começar a vender?

- **Who (Quem?)**

Para quem venderei os meus produtos?

A empresa cria um produto, porém, deve pensar quem será o seu público alvo. No caso de vestuário, será roupas para mulheres? Homens? Adolescentes? Crianças? Classe Média-Alta? Classe Média-Baixa?

Sua empresa irá vender serviços... Serviços para serem usadas por domicílios? Serviços empresariais?

Quando se idealiza um produto, o ideal é visualizar para quem se vai vender também. Estabelecer uma faixa etária, um gênero. Deve-se estabelecer o público pelo qual irá se lutar pelo afeto e atenção entre outras empresas concorrentes.

- **How (Como?)**

Como irei produzir?

O seu produto pode ser produzido? E como será produzido? Qual o custo que isso lhe acarretará? Sua empresa pode investir nesse tipo de produção? Sua empresa pode fazer deste produto, uma produção sustentável?

Nem sempre, os produtos que se deseja fazer, são produzíveis para determinadas empresas. Pensar em como produzir, ou em como baixar os custos da produção, deve ser analisado pela empresa antes de iniciar o processo de produção.

- **How Much (Quanto Custará?)**

Quanto este produto irá custar no mercado?

Quando a empresa está produzindo um produto, tem a vantagem de estabelecer um valor sem se preocupar com valor concorrente, porém, quando produzindo algo que já existe dentro da categoria do comércio, deve analisar o valor de seus concorrentes, para obter a melhor proposta perante o público.

2. Fidelizar Clientes

Toda empresa quer obter uma boa imagem com relação ao seu cliente, e investir numa fidelização pode trazer muitos lucros para a empresa. É importante ter uma estratégia para a fidelização de Clientes, para destacar a sua empresa no Mercado Competitivo do Comércio.

Clientes contentes, que fidelizam a empresa, movimentam o caixa da empresa. Além, de gerar o conhecido marketing boca-a-boca, quando a empresa é recomendada pelo próprio cliente, através do reconhecimento.

Existem cinco passos a serem seguidos pelas empresas para conquistar a fidelização dos clientes.



- **Conheça bem o seu cliente**

Conheça as características pessoais da sua empresa. Tenha um cadastro dos seus clientes com nome, endereço, telefone e formas com qual ele pega pelas suas compras. Alguns clientes dão preferência para descontos à vista, outros, dão preferência para condições de parcelamento.

Ter esse conhecimento das preferências individuais do seu cliente pode lhe garantir a realização de propostas condizentes com os desejos do cliente. Conhecer o que os clientes consomem, para assim, pode indicar os produtos com descontos ou mais parcelamento.

- **Tenha canais de comunicação eficazes**

Ofereça aos seus clientes a oportunidade dele se comunicar com a sua empresa. Seja por telefone, redes sociais ou e-mail, priorize essa atenção ao cliente. Se a empresa contar um site como apoio, certifique-se de que os dados de comunicação entre empresa/cliente esteja bem visível e de fácil acesso.

Agradecer o contato feito, mesmo que o cliente esteja se comunicando para criticar, agradeça ao cliente por ele ter entrado em contato. Pois da mesma forma que um cliente pode entrar em contato para deixar sua reclamação, ele também pode entrar em contato para indicar uma sugestão.

- **Crie Programas de Ofertas**

Se o cliente deseja um produto indisponível no estoque, informe a ele quando este produto estiver na empresa. O importante de ter o cadastro do cliente atualizado, é que através deste cadastro, você irá se informar sobre os gostos do cliente, e se, quando chegar produtos novos, baseados nas compras anteriores, se fazem parte do gosto do cliente.

Agradar o cliente com pequenas ofertas dedicadas a ele, com esses pequenos gestos, a empresa demonstra para seu cliente o quanto ele é especial.

- **Honre suas promessas**

Antes de superar as expectativas do cliente, cumpra o mais básico dos acordos tratados com seu cliente.

Entregar produtos no prazo, garantir adequações e trocas quando necessário, entrar em contato quando combinado. Atos simples que fazem a diferença com relação ao cliente, e aumentam a confiança de negociação.

Os clientes querem produtos de fácil alcance, sem muita burocracia. O papel do empresário, que quer fidelizar clientes, é fazer abrir esse caminho de facilidade.

- **Destaca-se: busque diferenciais**

As lojas, os produtos e as marcas, estão seguindo o mesmo padrão de comportamento, para conseguir atrair mais clientes. A empresa deve se ater a diferenças que levem os clientes a procurá-los, e gostarem dessas diferenças.

Oferecer condições diferenciadas, atendimento diferenciado. Mostrar ao cliente que os seus produtos e serviços tem valor.



3. Conquistando o Mercado

Quando se quer conquistar o Mercado, você deve pensar se quer produzir um produto novo, para atingir um novo Mercado. Ou, procurar por novos Mercados para expandir a comercialização de produtos já produzidos.

Para conquistar Mercado, a empresa deve se ater a passos simples:

- Ter condições de produzir um produto de qualidade em grande escala, ou, em produção de igualdade com concorrentes maiores;

Gestão Administrativa

- Conhecer a demanda dos mercados consumidores, respeitando as condições de qualidade, quantidade, localização e preços;
- Continuar crescendo em produção, sempre buscando a melhoria de qualidade;
- Padronização dos procedimentos de comercialização;
- Manter-se competitivo;
- Ter um setor de Marketing atual e organizado;
- Confiabilidade e comprometimento.

➤ **Atividades:**

1. Responda:
 - a) O que é Área Comercial?
 - b) O que é 5W2H?
 - c) Quais os passos para fidelizar clientes?
 - d) Por que deve-se fidelizar clientes?
 - e) Quais os passos para conquistar o Mercado?



**CLIQUE AQUI
PARA CONCLUIR**