ÁRES TÍPICAS DA EMPRESA

1. FINANÇAS

O departamento financeiro é responsável por tratar de todos os assuntos relacionados a finanças, com vista à concretização dos objetivos da empresa. Isso serve para permitir que os gerentes tenham as ferramentas certas para tomar decisões, como corte de custos ou investimentos. As funções do departamento financeiro incluem: tesouraria, controle das contas a pagar e a receber, contabilidade, planejamento, gestão dos impostos, controle de riscos e divulgação de informações para os investidores, gestão do fluxo de caixa, Balanço Patrimonial, DRE, ações, investimentos, custo do dinheiro e sistemas de financiamento.

2. GESTÃO DE PESSOAS

Mais do que recursos humanos, as **pessoas devem ser o centro de qualquer negócio** da atualidade. Os resultados de uma boa gestão de pessoas serão visíveis pela melhora do clima organizacional e **clientes mais satisfeitos**. Com isso, é possível reduzir a rotatividade e melhorar os resultados do negócio.

Antigamente as funções do RH se limitavam às tarefas burocráticas e administrativas, basicamente. Porém, com a conscientização do quanto o capital humano é valioso, esse setor passou a assumir tarefas voltadas para a capacitação e [motivação](https://www.nomus.com.br/blog-industrial/manter-funcionarios-motivados/) dos colaboradores, seu bem-estar e sua relação com os demais colaboradores e com a cultura organizacional da empresa. Os 6 principais processos de gestão de pessoas são:

1. Agregar pessoas

Este processo foca na incorporação de novos talentos com o recrutamento e seleção. Depois ele se completa com a socialização dos novos funcionários.

1. Aplicar pessoas

Neste segundo processo, as atividades são de orientação dos funcionários para suas atividades na empresa. Além disso, é nessa etapa que entram as [avaliações de desempenho](https://www.nomus.com.br/blog-industrial/avaliacao-de-desempenho/), para que assim os gestores e o RH possam moldar o trabalho dos funcionários, de acordo com as necessidades implicadas em seus cargos.

1. Recompensar pessoas

Para [engajar os profissionais](https://www.nomus.com.br/blog-industrial/como-engajar-os-profissionais-da-industria/) é preciso oferecer o básico: remuneração e benefícios, como auxílio alimentação, transporte e saúde. Porém, isso pode não ser o suficiente para impulsionar de forma considerável sua motivação, desta forma pode-se usar outras formas de recompensa como participação acionária e salários indiretos.

1. Desenvolver pessoas

O desenvolvimento de pessoas busca potencializar competências e habilidades que aprimorem e impulsionem os resultados da empresa. Embora as empresas normalmente contratem funcionários bem qualificados e experientes, é necessário que estes estejam sempre em contínuo treinamento, desenvolvimento e atualização diante dos assuntos emergentes no [mercado de trabalho](https://www.nomus.com.br/blog-industrial/como-ingressar-no-mercado-de-trabalho-na-area-de-pcp/), cada vez mais competitivo. O desenvolvimento dos colaboradores pode ocorrer através de cursos, palestras, workshops, webinars, entre outros, organizados e oferecidos pela própria empresa.

1. Manter pessoas

Afim de evitar a rotatividade de colaboradores ou [turnover](https://www.nomus.com.br/blog-industrial/termos-em-ingles-para-o-pcp-que-voce-precisa-conhecer/), que atrapalha o fluxo geral de trabalho e desencadeia gastos financeiros e de tempo dos gestores para novos treinamentos a cada contratação, as empresas utilizam técnicas que possam estabilizar, de forma suficiente, as condições de trabalho – ambientais e psicológicas – tornando os colaboradores mais satisfeitos, engajados, motivados e produtivos.

1. Monitorar pessoas

O monitoramento é o último processo de gestão de pessoas, nele ocorre o acompanhamento, orientação e controle das tarefas e atividades dos colaboradores, verificando seus resultados de forma frequente e contínua. É o responsável pela avaliação dos cinco processos de gestão anteriores. Tais estratégias possibilitam a execução das melhorias necessárias, em relação à atuação dos funcionários quanto às metas e resultados organizacionais, E, além disso, possibilita uma maior assertividade na tomada de decisões quanto a promoções ou demissões.

3. MARKETING

Marketing é a arte de explorar, criar e entregar valor para satisfazer as necessidades do mercado por meio de produtos ou serviços que possam interessar aos consumidores.

A finalidade do marketing é criar valor e chamar a atenção do cliente, gerando relacionamentos lucrativos para ambas as partes. As bases dessa área são:

Saiba um pouquinho mais sobre cada etapa a seguir:

1. AIDA

* Atenção - Este é o momento em que o cliente potencial é impactado e conhece a sua marca ou o produto. Procure definir o seu cliente ideal e saber muito bem quem é a sua concorrência, já que nessa etapa o objetivo é se destacar dos concorrentes e entregar o que o consumidor busca.
* Interesse - Ao adentrar o seu funil de vendas, o cliente potencial deve ser guiado através de ações que o ajudem a amadurecer o interesse por finalizar a compra.
* Desejo - Demonstre que os benefícios do seu produto ou serviço são diferenciados e únicos, criando dessa forma, o desejo.
* Ação - Esta última etapa consiste em fechar negócio com o cliente. Para isso, podem ser usados gatilhos mentais para vendas como estímulos para a finalização da compra, como por exemplo, o gatilho de senso de urgência: “Restam apenas 3 peças”; “Últimas unidades”, etc.

1. Quatro Ps.

* Produto: o que você entrega ao cliente. Refere-se ao bem ou serviço que você comercializa, ou seja, sua entrega ao cliente. Sem um produto bem desenvolvido, dificilmente sua empresa terá chances de crescer e/ou sobreviver no mercado.
* Preço: consiste no quanto (R$) seus clientes vão pagar para obter seus bens ou serviços. Um preço bem formulado resulta em uma série de vantagens, como vendas mais fáceis e aumento do giro do[estoque](https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-gerenciar-seu-estoque-na-quarentena,8a05fc0856061710VgnVCM1000004c00210aRCRD).
* Promoção: atração de consumidores que inclui a divulgação e a agregação de valor a determinado bem ou serviço com a publicidade, propaganda, relações públicas, marketing direto, parcerias estratégicas e comercialização.
* Praça: localização do seu negócio. Refere-se ao local, seja físico, seja virtual, no qual o empreendimento está estabelecido para competir, conquistar clientes e alcançar grandes resultados. Quanto melhor o ponto, mais fácil é fazer clientes.

4. OPERAÇÕES E LOGÍSTICA

Atividades de produção, estoque, distribuição e transporte estão inseridas na rotina dessa área. Todas elas necessitam de uma gestão eficiente, que consiga **elevar a produtividade** a partir de gastos reduzidos, ou seja, menos recursos materiais, financeiros e humanos. Planejar, avaliar e elaborar processos, gerenciar custos e **evitar desperdícios**estão entre as principais tarefas nesse segmento.

5 - TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

É a área responsável por gerenciar as informações em uma organização, criando e distribuindo-as em redes de computadores, além de lidar com processamento de dados, engenharia de software, informática, hardwares e softwares.