

# Organização e Processos

**Walter de oliveira Franco**



**PROJETOS**  
Consultoria Integrada

**Súmario:**

<b>I-</b>	<b>Diagnóstico.....</b>	<b>pág 2</b>
<b>II-</b>	<b>Análise interna.....</b>	<b>pág 4</b>
<b>III-</b>	<b>Análise Externa.....</b>	<b>Pág 5</b>
<b>IV-</b>	<b>Ações estratégicas.....</b>	<b>pág 5 a 7</b>
<b>V-</b>	<b>Mapeamento do serviço prestado.....</b>	<b>pág 7 e 8</b>
<b>VI-</b>	<b>Propostas.....</b>	<b>pág 9</b>

## I-Diagnóstico

A Embeleze Instituto de Depilação é uma microempresa situada na Loja 16, Setor Leste da cidade do Gama-DF, que atua no segmento de Estética a 16 anos. A empresa não possui os conceitos de Missão, Visão e Valores definidos formalmente, mas preza pela transparência e ética no serviço. O instituto inicialmente contava apenas com a proprietária e uma cabine para atendimento, hoje a empresa possui um quadro com 19 funcionários, 12 cabines, além de uma extensa cartela de serviços, sendo ainda a depilação o carro chefe da empresa.

### Análise SWOT

SWOT	Positivos	Negativos
<b>Aspectos internos</b>	<b>FORÇAS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Fidelização do cliente</li> <li>-Equipe capacitada</li> <li>-Atendimento ao cliente</li> <li>-Tradição no mercado local</li> <li>-Equipamentos de última geração</li> <li>-Localização</li> </ul>	<b>FRAQUEZAS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Comunicação interna</li> <li>-Preços</li> <li>-Ausência da internalização e externalização do MVV</li> <li>-Marketing</li> <li>-Descomprometimento dos funcionários</li> </ul>
<b>Aspectos externos</b>	<b>OPORTUNIDADES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Interesse do segmento masculino</li> <li>-Nova CLT</li> <li>-Capacidade de diversificação</li> </ul>	<b>AMEAÇAS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Recessão da economia brasileira</li> <li>-Alta do dólar</li> <li>-Aumento da concorrência</li> </ul>

## **II- Análise Interna:**

Fundada em 2001, a Embeleze Instituto de depilação, ao longo dos 16 anos de atuação no mercado, sempre buscou aprimorar a qualidade dos serviços oferecidos e a visibilidade da empresa com o intuito de conquistar e fidelizar o cliente. Esse fenômeno proporcionou ao instituto reconhecimento, credibilidade e tradição perante o mercado local. A constante busca pela diversificação na cartela de serviços, que inicialmente contava apenas com depilação por cera negra, fez com que a empresa contratasse profissionais cada vez mais capacitados, formando uma equipe competente na prestação dos serviços oferecidos. A localização privilegiada e o pioneirismo em ofertar novas técnicas de depilação para o mercado local também fazem parte dos pontos fortes que a Embeleze possui.

Uma análise cuidadosa nos permite reconhecer também pontos deficitários dessa empresa. A comunicação entre atendentes e colaboradoras é defeituosa, tendo, por vezes, como consequência a não prestação do serviço com a qualidade pela qual são conhecidos. A ausência de um MVV internalizado na empresa também se mostra um problema dentro da organização e resulta em uma falta de comprometimento e motivação dos funcionários para com a empresa e seus valores. O fraco marketing também é um problema e impede a prospecção de novos clientes.

## **III- Análise externa:**

A análise externa do cenário em que a Embeleze está inserida revela alguns pontos que devem ser monitorados por representarem potenciais ameaças e oportunidades. A recessão econômica que o país enfrenta e a crescente concorrência de franquias e estabelecimentos que se forma no mercado analisado impacta a prospecção de clientes e também as finanças da empresa. Outro fator importante e que também está ligado ao cenário econômico brasileiro é a desvalorização da moeda

nacional. Esse cenário contribui para a elevação dos gastos com insumos e equipamentos necessários para exercer a atividade fim da empresa. A fim de remediar esses eventuais contratemplos, deve-se atentar para as oportunidades que surgem no mercado. O crescente interesse do segmento masculino por serviços estéticos oferece a chance de prospectar novos clientes e receita. A tendência de unificação de clínicas estéticas e serviços ligados a saúde, como dermatologia e cirurgia plástica, também devem ser cuidadosamente analisadas tendo em vista que a diversificação sempre fez parte da cultura desta empresa. Há ainda que se levar em consideração a possibilidade de franquear a marca e assim conquistar ainda mais mercados.

**IV-Missão:** Promover a felicidade e bem-estar das pessoas através da valorização de sua beleza e cuidado do corpo.

**V-Valores:** Amor, audácia, corpo são, mente sã, bem-estar comum, profissionalismo, ética, trabalho duro e união.

**VI-Visão:** Tornar-se uma empresa referência e modelo de seu segmento principalmente no âmbito regional e posteriormente nacional.

#### **IV- Ações estratégicas**

Com conceitos bem definidos sobre as pretensões da Embeleze no mercado, a criação de um planejamento estratégico eficiente que objetive alcançar a visão criada é fundamental. O método de Objective and Key Results (OKR), irá nortear as decisões e medidas que a empresa deve adotar tanto em ciclos estratégicos menores, de um ano, quanto em ciclos estratégicos maiores, cinco anos, visando resolver problemas pontuais existentes e também viabilizar projetos a longo prazo.

**1. Ciclo estratégico:** Um ano

**2. Objetivos:**

1- Internalização e externalização da Missão, Visão e Valores da empresa.

1.1- Alinhar a equipe com o MVV da empresa em 30 dias.

a. Estabelecimento de Stand-up meetings, com os funcionários presentes, em ciclos de dois dias, durante os primeiros 30 dias, e em ciclos de uma semana, durante o restante do ciclo estratégico.

b. Confecção e distribuição de cartilha com o MVV da empresa para os funcionários.

1.2- Promover o MVV em todas as plataformas digitais da empresa em até 30 dias.

2-Prospectar novos clientes e promover a marca.

2.1-Criar plano de Marketing até setembro.

2.2- Gerenciar mídias digitais em ciclos de quatro dias.

2.3-Criar site da empresa em até 30 dias.

3- Melhorar a comunicação interna.

3.1- Capacitação de funcionários para utilização do Google agenda como ferramenta obrigatória em até um ciclo-estratégico.

a. Promover palestras para os funcionários.

b. Confecção e distribuição de cartilha sobre o Google agenda.

3.2- Mapeamento de todos os processos da empresa.

4- Aumentar a margem de lucro da empresa.

4.1- Promover campanhas sazonais específicas em datas comemorativas como: Dia dos namorados, Dia das mães, Dia dos pais, Dia da mulher, Natal, Ano novo e semelhantes.

4.2- Reduzir custos de insumos até setembro.

4.3- Reduzir quadro de funcionários.

a. Realizar estudo para definir pessoal desnecessário em 30 dias.

4.4- Estabelecer metas para colaboradores.

5- Fidelizar os clientes.

5.1- Objetivos Marketing: Promover a visibilidade da empresa para o cliente.

a. Elaborar promoções que fidelizem o cliente.

6- Acumular capital.

6.1- Buscar sempre o lucro máximo.

6.2- Poupar capital para projetos futuros.

### 3- Ciclo estratégico: 5 anos

#### 4- Objetivos:

1-Expandir.

1.1- Abertura de outras unidades em mercados potencialmente favoráveis no DF.

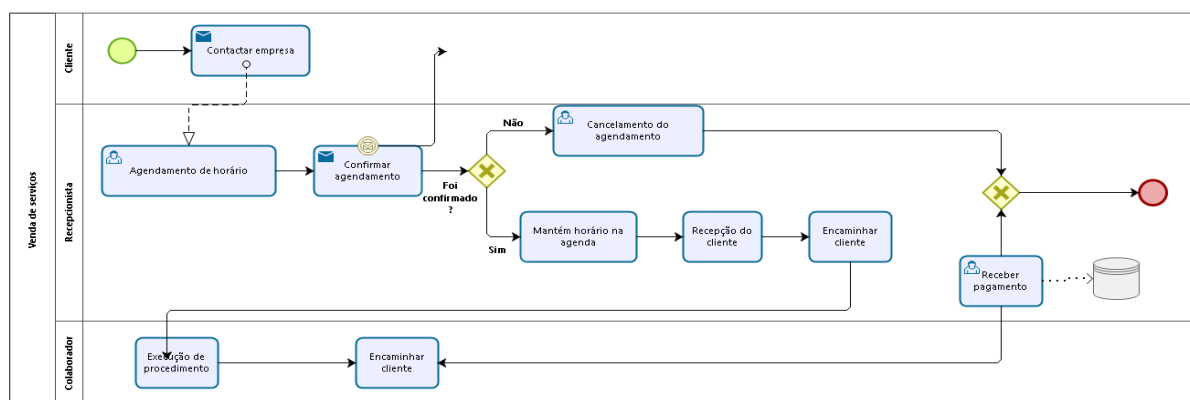
1.2- Franquear a empresa.

a. Mapear todos os processos da empresa.

2.2- Aderir a um sistema de franquias.

## V- Mapeamento da prestação de serviços

### 1- Fluxograma



## 2- POP- Procedimento operacional padrão da prestação de serviços

POP - PROCEDIMENTO OPERACIONAL PADRÃO		
Nome do Processo	Data da Última Atualização	Periodicidade da Atualização
Venda de serviços	09/05/2017	Não definido



<b>ETAPA 1</b>	<b>AGENDAMENTO DE SERVIÇO</b>	
	<b>Descrição:</b> A cliente entra em contato por ligação telefônica ou via mensagem no aplicativo WhatsApp e informa a recepcionista suas preferências quanto a serviço, horário, período e colaborador. A recepcionista agendará então o serviço escolhido em agenda de papel.	
	<b>Envolvidos:</b> Recepcionista e cliente	<b>Responsável:</b> Recepção
<b>ETAPA 2</b>	<b>CONFIRMAÇÃO</b>	
	<b>Descrição:</b> A recepcionista entra em contato com o cliente 24 horas antes do horário agendado para confirmar se o mesmo poderá comparecer e se deseja incluir ou desmarcar algum serviço. Quando o contato com o cliente não acontece de forma eficaz, o agendamento é mantido. Em caso de resposta negativa por parte do cliente quanto a confirmação, a recepcionista deve oferecer o reagendamento do procedimento. Se o reagendamento não for possível ou desejável, o serviço agendado é cancelado e cortado da agenda.	
	<b>Envolvidos:</b> Recepcionista e cliente	<b>Responsável:</b> Recepção
<b>ETAPA 3</b>	<b>RECEPÇÃO E ENCAMINHAMENTO</b>	
	A recepcionista ou gerência deve recepcionar o cliente, da melhor forma possível, confirmando mais uma vez os detalhes do procedimento e instruí-lo a aguardar na sala de espera ou se encaminhar para a cabine em que o colaborador prestará o serviço.	
	<b>Envolvidos:</b> Recepcionista, gerente e cliente	<b>Responsável:</b> Recepção e gerência
<b>ETAPA 4</b>	<b>EXECUÇÃO DO SERVIÇO</b>	
	<b>Descrição:</b> O colaborador deve executar o serviço contratado da melhor forma possível e ao mesmo tempo ofertar e promover outros serviços que fazem promovidos pela Embeleze a fim de captar mais vendas. Terminado o serviço contratado, o colaborador deve encaminhar o cliente. Em caso de mais de um procedimento a ser realizado, o cliente será encaminhado para o outro serviço. Em caso de termino completo de serviços, o cliente será encaminhado novamente para a recepção para efetuar o pagamento dos serviços.	
	<b>Envolvidos:</b> Colaborador e cliente	<b>Responsável:</b> Colaboradores
<b>ETAPA 5</b>	<b>PAGAMENTO E COLETA DE DADOS</b>	
	Na recepção a recepcionista, ou gerência deverá conferir e então efetuar a cobrança pelos serviços prestados e ainda em tom de conversa colher dados sobre a satisfação do cliente, observações a serem feitas e também perguntar se o mesmo deseja ali mesmo agendar o próximo serviço ou se prefere entrar em contato posteriormente. Se o cliente desejar agendar o próximo serviço a recepção deverá então agenda-lo na agenda da empresa.	
	<b>Envolvidos:</b> Recepcionista, gerente e cliente	<b>Responsável:</b> Recepção e gerência

## **VI- Propostas**

A Projetos Consultoria Integrada, com o intuito de promover a viabilização das metas e objetivos traçados seguindo a ferramenta de Objectives Keys Results, recomenda que a Embeleze Instituto de depilação contrate serviço de consultoria para ajudar a seguir o planejamento estratégico obtendo assim a melhor performance empresarial.