



(012) 3653-6836 / (012) 9149-3047 / (012) 9119-1631 - www.evolcomm.com

Vendas em momentos de crise!

Mesmo em momentos de crise, como a vivida hoje em dia pelo mundo, o foco em vendas nas empresas, principalmente no varejo, deve permanecer. Aliás, deve ser ainda mais reforçado! Só que o que acontece com mais freqüência do que se possa imaginar, é exatamente ao contrário, as empresas se retraem de forma impressionante, reduzindo seus custos de vendas a patamares inaceitáveis. Direcionar todos os esforços da empresa para a área comercial se torna fundamental para superar problemas! Parece um paradoxo, mas como é que se faz para reduzir custos e manter a atividade de contato com clientes, direta e indiretamente? Conheço apenas um método: Planejamento. É isso mesmo, planejamento! Deve-se criar dentro das empresas um time para fazer o planejamento da crise, desenhar cenários, usar critérios de escolha dos próximos passos e agir com força. O maior problema é que todas as empresas, pelo menos as que eu conheço, sofrem de um mal endêmico chamado "falta de tempo". Essa doença se espalhou pelo globalizado mundo empresarial e a falta de foco toma conta quando seu tempo é mal direcionado para coisas sem importância. Planejamento deve ser priorizado para superar dificuldades no menor período possível. E o segredo do sucesso de quaisquer tipos de planejamentos chama-se "ação". Ficar parado sem agir e esperar o problema desaparecer é uma péssima ação. Muitos falam: "vamos esperar para ver como é que fica." Grande erro! Vão até comentar que como sou consultor, o que direi a seguir é óbvio, pois quero vender meus serviços e eu retorno novamente que isso é um grande engano. O que direi a seguir é que ninguém consegue fazer esse planejamento vivendo a crise diariamente. É necessária uma visão externa do problema e para isso, ter ajuda profissional de alguém fora da organização é muito importante. Essa pessoa externa auxiliará todo o time de gestão da crise, além de definir os perfis dos envolvidos, pois na maioria das vezes, a equipe é definida internamente sem levar em consideração que, nesses casos, a multiplicidade de opiniões é fator crítico. Outro detalhe de um consultor externo é que, como todo bom atleta ou equipe profissional, atingir o máximo de sua capacidade depende de alguém externo. Ninguém atinge seu máximo só! É preciso alguém para ajudar, dar força nos momentos mais difíceis, aconselhar, direcionar entre outras funções de um consultor comprometido com os resultados da empresa.

Pensem nisso e busquem ajuda profissional, pois esse investimento trará retornos em um curto espaço de tempo se comparado a tentar fazer tudo internamente.

Obrigado por seu tempo e atenção com a 4B e até o próximo artigo!

Marcelo Sant'Anna

Consultor e fundador da 4B / emails: santanna@evolcomm.com / 4b@evolcomm.com