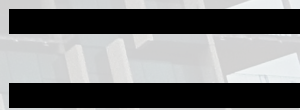


**COMO OPERAR
SUA LOJA DE
MATERIAL DE
CONSTRUÇÃO
DURANTE A
CRISE**



Na maior parte do país, as lojas de material de construção permanecem abertas, mas o mercado não está como antes. Veja seis dicas para esse momento de crise!

Com as medidas de distanciamento social e isolamento domiciliar geradas pela COVID-19, muitas lojas foram obrigadas a fechar as portas e interromper seus negócios e atividades. Os materiais de construção, entretanto, foram considerados, na maioria dos estados, como produtos essenciais, possibilitando que as lojas com esse foco permaneçam abertas.

Mesmo abertas, o varejo de material de construção também está sofrendo com o cenário atual. Aí vão algumas dicas para que você, comerciante de material de construção, possa enfrentar essa pandemia:

1. Oriente sua equipe

- Oriente seus colaboradores sobre o vírus de forma correta, somente com informações de órgãos oficiais.
- Deixe disponível e acessível orientações sobre cuidados de higiene.
- A limpeza de mãos e o uso de álcool em gel 70% são essenciais. Caso não encontre álcool em gel, não se preocupe, pois a lavagem das mãos continua sendo a maior fonte de combate ao coronavírus.
- Evite reuniões presenciais, prefira o uso de WhatsApp para comunicados de decisões e sobretudo para tornar a gestão mais participativa e consensual, pois muitas vezes a solução do problema está “dentro de casa”, em função da experiência e da necessidade que os colaboradores têm.

2. Prepare sua loja

- Além da atenção de sempre com o visual merchandising, a iluminação e a exposição de mercadorias de modo atrativo e destacado, a limpeza precisa ser impecável nos móveis, balcões e equipamentos de venda.
- Higienize constantemente locais com maior tráfego de pessoas e as de contato físico, tais como maçanetas, balcões, máquinas de cartão, etc.
- No espaço de água e café, caso haja, limpeza constante e todos utensílios descartáveis são fundamentais.
- Se o seu espaço permitir, opte pela livre circulação de ar, ao invés do ar condicionado. Se o ar condicionado for indispensável, verifique a limpeza dos filtros.
- Providencie a distância mínima das mesas ou pontos de atendimento no balcão e os sinalize adequadamente.
- No Caixa deve-se atentar ao manuseio do dinheiro, fazendo uso do álcool gel periodicamente e limpar as máquinas de cartão sempre após cada uso.
- Veja e pondere com atenção se compensa alterar o horário de funcionamento da loja para que diminua o número de pessoas utilizando ao mesmo tempo (horário de pico) o transporte público.
- Caso sua loja trabalhe com itens que ajudam na prevenção, tais como máscaras, álcool, sabonete líquidos e outros, seja justo na precificação, não queira “tirar vantagem” da situação, pois, em tempos de redes sociais e disseminação ultrarrápida da informação, a imagem de sua loja pode ir “pelo ralo” em poucos dias.

3. Prepare a retaguarda, o caixa e a área administrativa

- Cuide do fluxo de caixa e enfatize o controle financeiro.
- Fique atento na utilização dos recursos que aumentam as despesas fixas, tais como energia e água. Adote medidas de racionalização e redução, tais como torneiras de fechamento automático, sensores de movimento em áreas secundárias e outras que não afetam negativamente a dinâmica de funcionamento da loja.
- Uma das principais dificuldades do pequeno empresário é o acesso a crédito a juros razoáveis, por isso fique atento para a divulgação, na imprensa, das medidas e linhas de crédito especiais e diferenciadas que as instituições financeiras oferecem aos seus clientes.
- A equipe administrativa também precisa da mesma atenção que o time de vendas e atendimento. O trabalho em casa pode ser considerado em alguns casos, ou também o horário corrido.
- A equipe de entregas e vendas externas, quando existentes, precisam ter atenção redobrada sempre que retornar à empresa, no tocante à lavagem das mãos e do rosto.

4. Atenda seu cliente com informação e tranquilidade

- Abra um relacionamento amistoso e acolhedor com o cliente, atentando ao protocolo de acolhimento e recepção do cliente que é não apertar a mão do cliente e não abraçar. Acolha o cliente com um sorriso e um aceno positivo com a cabeça ou uma leve inclinação

de respeito, indicando a cadeira de sua mesa para que ele se acomode.

- Pesquise o que o (a) levou à loja: se a resolução de um problema emergencial, a pesquisa de preços, uma nova necessidade em termos de mobiliário ou instalação, enfim a sua necessidade revelada; mas aproveite para perguntar e sondar possibilidades de vendas adicionais e cruzadas, enfatizando as alternativas em termos de meios e condições de preço e pagamento.
- Neutralize as objeções com argumentos de vendas e dados sobre o produto e seus benefícios tais como qualidade, preço justo, entrega em domicílio e demais condições da política comercial do estabelecimento.
- Após diálogo conclusivo, tome a iniciativa e feche a venda, aproveitando a oportunidade para se for o caso, fazer alguma venda adicional ou cruzada.
- Por fim, após a escolha dos meios de pagamento e realização dele, estenda o relacionamento com o cliente no pós-venda, divulgando o site da loja (caso tenha) e entregando seu cartão com os dados de contato.

5. Faça vendas à distância

O varejo digital (e-commerce) deve ganhar foco especial durante esse período de baixa frequência nas lojas físicas. Informe a seus clientes que você está aberto e fazendo entregas. Você pode enviar mensagem para sua base de clientes e também colocar um faixa na fachada da sua loja com seu número de WhatsApp indicando que está fazendo entregas. Aproveite as redes sociais para divulgar sua loja e seus produtos. Esse também é o momento de entrar em marketplaces e canais de anúncios digitais. Veja mais sobre “Como entrar em um MarketPlace”.

O Sebrae acaba de lançar o [Mercado Azul](https://mercadoazul.sebrae.com.br) (mercadoazul.sebrae.com.br), um marketplace onde os micro e pequenos negócios podem anunciar seus produtos gratuitamente! Lá você encontra fornecedores e compradores, e divulgar sua empresa com suas redes sociais e WhatsApp. Conheça!

- Convide seus colaboradores para criarem conteúdo de engajamento dos clientes junto com você. Isso incentivará o intraempreendedorismo e manterá sua mão de obra focada em seu negócio e nos seus clientes. Caso algum colaborador precise se ausentar por encontrar-se em grupo de risco, peça que ele contribua, à distância nessa tarefa.
- Redirecione alguns de seus colaboradores que possam estar um pouco ociosos, dada a redução de clientes na loja, para atuar com a venda à distância e entregas.
- Aposte em parcerias com pintores, mestre-de-obras, eletricitas, marceneiros, decoradores e arquitetos (conhecidos também como “especificadores”) e, também, aplicativos de prestação de serviços.

6. Negocie, renegocie e busque o consumo com fornecedores, bancos e outros credores

- Negocie com fornecedores as datas de pagamento e entregas de produtos. Tenha à mão seus dados de vendas recentes, pois assim facilita a negociação baseada em dados, não em opiniões ou sentimentos. Caso considere que será necessário, negocie as taxas de juros dos empréstimos. Observe que a escassez não está afetando somente o seu negócio, mas é generalizada.

- É importante que o empresário consulte seu estoque e verifique a necessidade ou não de abastecê-lo. Com a diminuição de público, imobilização em estoque deve ser muito bem avaliada. Lembre-se de que a matéria prima de sua venda é sazonal e muito volátil a mudanças de coleção.
- Caso seja necessário realizar a compra, verifique a possibilidade de realizá-la por canais digitais ou remotos e receber a mercadoria diretamente em sua empresa. Além da comodidade, há a necessidade de cuidados maiores, evitando o contato desnecessário entre pessoas.

Lembre-se de que toda crise é passageira, e de que em toda crise, há grandes oportunidades. Quem mantém o foco e a organização, poderá sair mais fortalecido desse período.

Dúvidas?
Ligue **0800 570 0800**
Whatsapp **(81) 99194-6690**



Baixe o nosso
aplicativo.

