

VEJA A IMPORTÂNCIA DAS VERTICAIS DE NEGÓCIO PRIORIZADAS



INTRODUÇÃO	3
O QUE SÃO VERTICAIS DE NEGÓCIO?	5
QUAIS SÃO AS VANTAGENS DA METODOLOGIA VERTICAL DE NEGÓCIO?	9
COMO SE PREPARAR PARA SUPERAR OS DESAFIOS?	12
CONCLUSÃO	16
SOBRE O SEBRAE-PE	18



INTRODUÇÃO



Definir um produto ou um serviço para a sua empresa, em alguns casos, pode não ser o suficiente para obter sucesso no mercado. Às vezes, **será necessário estruturar o direcionamento do negócio** de uma forma que, em vez de atender em grande escala, a organização precise ser bem mais focada no que quer, tanto em termos de produto quanto de público. Nesse caso, ela basicamente fará o que chamamos de verticais de negócio.

Neste e-book, vamos explicar para você tudo que é necessário saber sobre esse conceito e como aplicá-lo. Confira!



O QUE SÃO VERTICAIS DE NEGÓCIO?

“Vertical de negócio” é um conceito para a estratégia da empresa em que um setor ou um mercado se especializa em atender apenas a um nicho específico.

Em suma, seria uma companhia que, em vez de ter uma atuação expandida — isto é, atender a vários tipos de clientes —, concentra-se apenas em um tipo de consumidor com uma necessidade específica.

Para entender melhor, vamos a um exemplo: uma empresa de cordas de baixo pode ser considerada uma vertical de negócio, pois tanto ela quanto os seus consumidores só estão interessados em lidar com produtos voltados a esse nicho.



Qual é a importância de entendê-lo?

Tanto para um negócio que está no começo quanto para um empreendimento que pensa em mudar a sua atuação, conhecer essa possibilidade de operação é muito interessante. Afinal, a verticalização estimula uma série de mudanças — por exemplo, na maneira como a empresa enxerga o cliente, já que ela terá que ser mais focada em conhecer o seu consumidor, nas campanhas de marketing e na fabricação dos seus produtos.

No entanto, é evidente que, mesmo para as organizações focadas em uma comercialização mais ampla, ainda é necessário um trabalho de concentração no cliente. Na verticalização do negócio, contudo, **a empresa é obrigada a ser muito mais restritiva** e a entender que o que ela faz atingirá uma determinada parcela de pessoas com características muito específicas.

Isso pode gerar alguns bons resultados para o negócio, como menos concorrência e mais possibilidades de ser uma autoridade no mercado, além da manutenção de um contato mais próximo com o seu público.

Como usar esse conceito para se diferenciar da concorrência e atingir bons resultados?

A melhor forma de usar o vertical de negócio é colocando-o em prática. Já vimos que **as especificidades constituem a principal característica desse conceito**, mas, além disso, existe uma série de iniciativas que ajudam a empresa a se tornar mais vertical.

Vamos conhecer as principais a seguir!

Identifique os objetivos

Saber para onde se está indo, mas, principalmente, o que se quer é fundamental para qualquer iniciativa de negócio. Antes de conhecer quais são as necessidades dos seus clientes, é importante definir quais são as da sua empresa. **Isso ajudará a mensurar se a verticalização está trazendo um bom resultado.**

Afinal, é sempre bom lembrar que o vertical do negócio torna a sua atuação mais específica e isso diminui consideravelmente as vendas — pelo menos, no início. Inclusive, ao identificar os objetivos, você também terá uma ótima oportunidade de definir quais serão os passos para alcançá-los de forma mais realista.

Não generalize, especialize

É evidente que a cultura do negócio precisará mudar, pois **o objetivo será reestruturar a maneira como o trabalho é feito e também as habilidades necessárias**. Lembre-se de que atender a um nicho específico é muito importante para esse conceito.

Então, quanto mais especialista a equipe for em relação ao produto ou ao serviço do negócio, mais chances terá de obter sucesso no mercado vertical, não só porque isso garantirá que se desenvolva uma mercadoria adequada para o público, mas também porque a empresa estará preparada para as inovações.

Aperfeiçoe os produtos existentes

Mais do que uma melhoria naquilo que já existe, **olhar para produtos que estão no mercado é uma maneira de investir na atração de consumidores**.

Isso porque, em muitos casos, essas mercadorias estão estagnadas em termos de inovação e já não sustentam as necessidades dos clientes como antes.

Quando a empresa trabalha na verticalização, ela se vê obrigada a sempre estar atenta às necessidades dos consumidores de uma maneira mais focada, **entendendo de perto o que precisa mudar no mercado**.

Invista em novos produtos

As operações da organização não podem ficar restritas apenas às mercadorias já existentes, até porque criar novos produtos para um nicho específico pode ser uma ótima maneira de aumentar a cartela de clientes. Nesse sentido, será interessante olhar para dentro da empresa, observando o que o negócio tem em termos de recursos — tanto de materiais quanto de pessoas.

É, por exemplo, um bom momento para se perguntar o que a companhia pode apresentar de solução para os clientes.



Quais são as diferenças entre os mercados verticais e horizontais?

Além dos verticais de negócio, existe também o mercado horizontal. A principal diferença está na especificidade de ambos — afinal, no horizontal, as iniciativas se concentram em atender a um público que está espalhado em vários setores.

Contudo, as distinções vão além, já que, no mercado horizontal, há uma maior amplitude em relação à sua atuação, atingindo um público bem mais generalizado, o que afeta também o seu marketing. Essa generalização atinge o tipo de produto e de serviço comercializados, pois esses negócios costumam oferecer bens mais variados.

Um exemplo de uma empresa de mercado horizontal é uma loja de varejo, que dispõe de uma série de produtos que atendem a uma ampla gama de pessoas.



**QUAIS SÃO AS
VANTAGENS DA
METODOLOGIA
VERTICAL DE
NEGÓCIO?**

O fato de a empresa atender a um segmento específico e, por isso, restringir a sua área de atuação, pode significar certa desvantagem em termos de posicionamento no mercado e de alcance de público. No entanto, a verticalização tem algumas vantagens que compensam essa limitação. Vamos saber mais a seguir!

Máxima eficácia no marketing

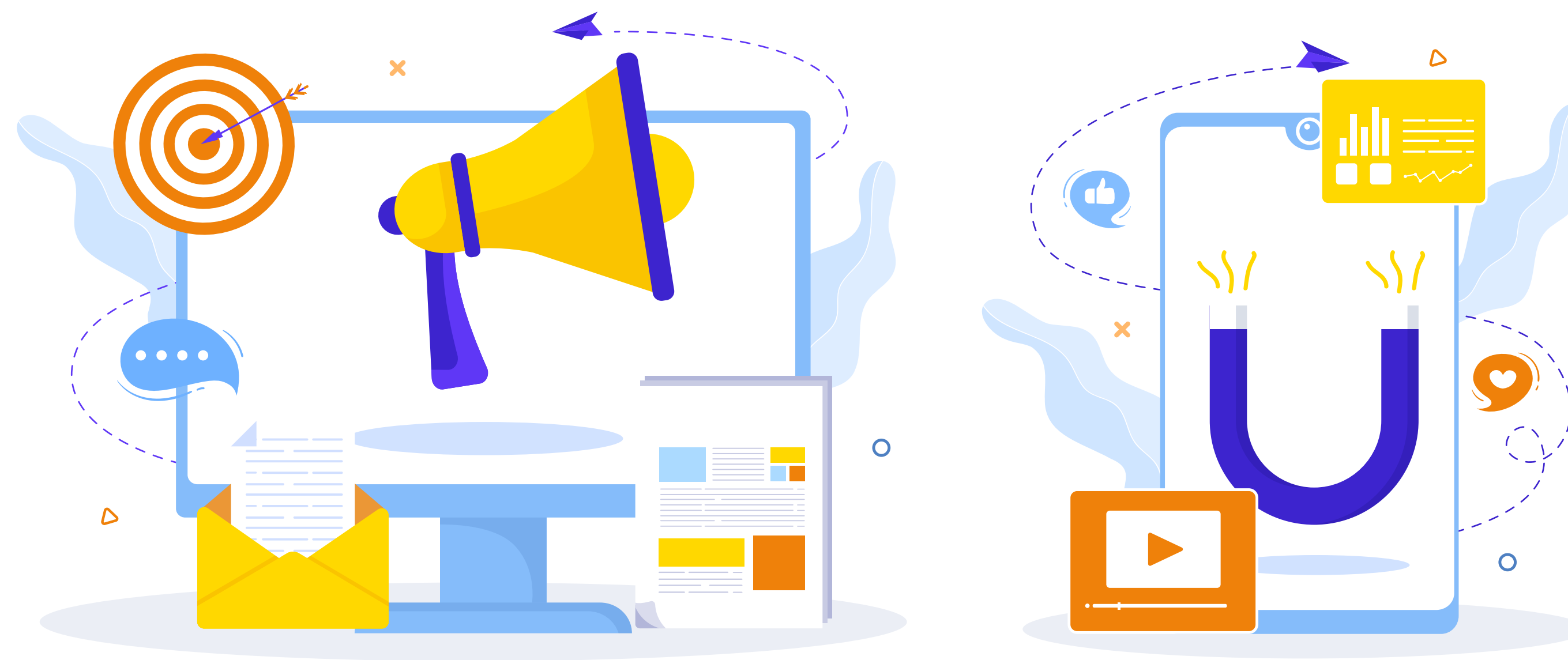
Como a empresa terá que concentrar os seus esforços em um único público, especialmente com certas características, isso refletirá no seu trabalho de divulgação. Assim, **a equipe de marketing que trabalhará para conhecer o público-alvo, entendendo os seus hábitos e as suas necessidades de forma mais fundamentada, e poderá ter maior eficácia no alcance dos seus objetivos.**

Além disso, ela terá a oportunidade de criar estratégias específicas prontas para atrair a atenção desse público com elementos que ele compreende.

Experiência no nicho

Outra grande vantagem é que, **ao trabalhar com um nicho específico, a empresa tem muito mais sucesso em se tornar uma especialista nesse mercado.** Ela sempre terá que se especializar nas novidades do setor, além de testar possibilidades. Portanto, haverá mais chances de se tornar uma autoridade no assunto.

Isso não só garantirá a oportunidade de desenvolver produtos e serviços de qualidade, mas também de fazer sucesso no mercado.



Mais economia nas campanhas de publicidade

Para grandes empresas que trabalham com muitos produtos, o fato de ter que fazer publicidade para diferentes públicos não é um problema tão grande, visto que há condições de arcar com as despesas tanto da equipe quanto dos materiais. Porém, para organizações pequenas e de médio porte, isso pode ser um entrave.

Afinal, os recursos são escassos e direcionar a publicidade para diversos públicos exige, via de regra, um investimento alto, além de uma capacitação maior da equipe. A vantagem do mercado vertical é que as campanhas são mais simplificadas e demandam menos, justamente por serem específicas para apenas uma parcela de pessoas.

Melhores relacionamentos

A especificação permite que a empresa se concentre em ter relacionamentos com nomes importantes para o seu setor. Desde fornecedores a distribuidores, o negócio pode construir uma relação mais centralizada e até de longo prazo, algo que seria muito difícil se fosse preciso trabalhar com diversos parceiros de diferentes nichos.

Portanto, com mais foco, é possível investir em colaborações mais alinhadas e ter maiores chances de construir relacionamentos mais fortes.



Menos concorrência

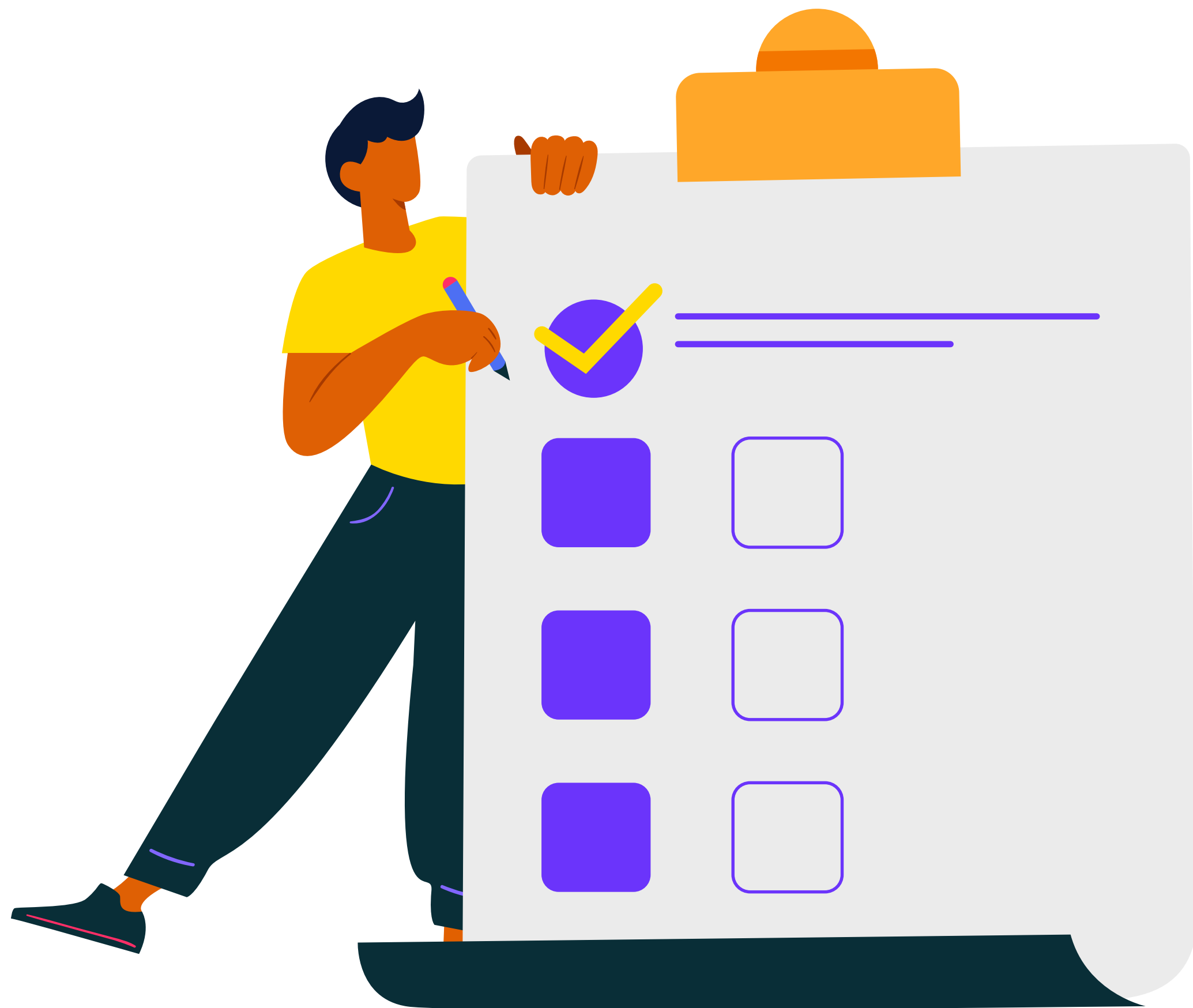
Sabemos que, em qualquer mercado, a concorrência é um fator fundamental para a tomada de decisões. Isso porque, quando outras empresas estão entregando o mesmo produto, significa que a sua companhia precisa se aperfeiçoar não só nas mercadorias, mas também em outros aspectos, o que resulta em mais custos.

Um dos grandes benefícios do vertical de negócio é a possibilidade de ter menos concorrência, justamente por trabalhar em um setor específico, como dito. Mesmo que haja outras companhias em atuação, o número é bem menor do que se comparado a um mercado horizontal, em que a disputa vem de diferentes setores.

Com isso, não há só possibilidades de aumentar as vendas, mas também maiores chances de fidelizar o público.



**COMO SE
PREPARAR PARA
SUPERAR OS
DESAFIOS?**



Claro que a implementação do vertical de negócio não é um processo simples. Além da possibilidade de a empresa ficar restrita a um nicho, como explicamos, será preciso realizar algumas adaptações nos processos corporativos.

Nesta seção, resolvemos elencar algumas dicas de como lidar com os desafios de ter um negócio vertical. Confira!

Planeje os seus passos

Em resumo, um bom planejamento é fundamental para se antecipar aos imprevistos e manter a empresa funcionando. Basicamente, deve-se pensar que **o que faz um negócio ser lucrativo é a eficiência das suas decisões ao longo do tempo**, mas, para que isso ocorra, é necessário que a gestão entenda o que está fazendo e, principalmente, que saiba quais serão os seus próximos passos.

Sendo assim, é fundamental que, antes de qualquer iniciativa, a companhia faça um planejamento. Algumas ferramentas serão muito importantes para o desenvolvimento desse plano, como é o caso da análise tanto do setor quanto dos produtos ou serviços — bem como da equipe e dos clientes.

Essas informações ajudarão a gestão a formar uma imagem mais clara do que é possível fazer, incluindo como atender às necessidades do seu nicho.

Inove em pequenos ciclos

Em tópicos anteriores, vimos que **um dos processos para a verticalização do negócio é a inovação**. No entanto, realizar essa tarefa consiste em encarar uma parcela de risco. Para algumas empresas, isso pode ser muito complicado, especialmente quanto estão passando por dificuldades financeiras.

Contudo, não podemos negar que a inovação é um processo necessário para uma empresa se ela pretende ter vida longa no mercado, especialmente no caso de trabalhar com nichos. A dica-chave, então, é diluir as inovações em pequenos ciclos. Logo, em vez de realizar grandes mudanças e dispende muitos recursos, opte por realizar transformações menores, mas que possam trazer um bom resultado ao longo do tempo.



Descentralize a tomada de decisão

A gestão pode acreditar que, em um momento de desafio, ela tem todas as respostas. Entretanto, não há mal algum em delegar algumas funções — especialmente a liderança — para as pessoas da equipe que estão à frente dos processos no dia a dia.

Por exemplo: uma crise que envolve a equipe de TI precisará de pessoas que entendam o que acontece com esse setor diariamente. É claro que a gestão deve dar a palavra final, mas o líder da equipe é o mais indicado para tomar decisões que envolvam a rotina, já que tem mais familiaridade com o que ocorre na área.

Trabalhe a comunicação

O relacionamento entre a gestão e os funcionários será muito importante para a implementação da verticalização do negócio.

Porém, mais do que isso, será fundamental o trabalho de comunicar o que a empresa quer e o que pretende fazer para chegar lá.

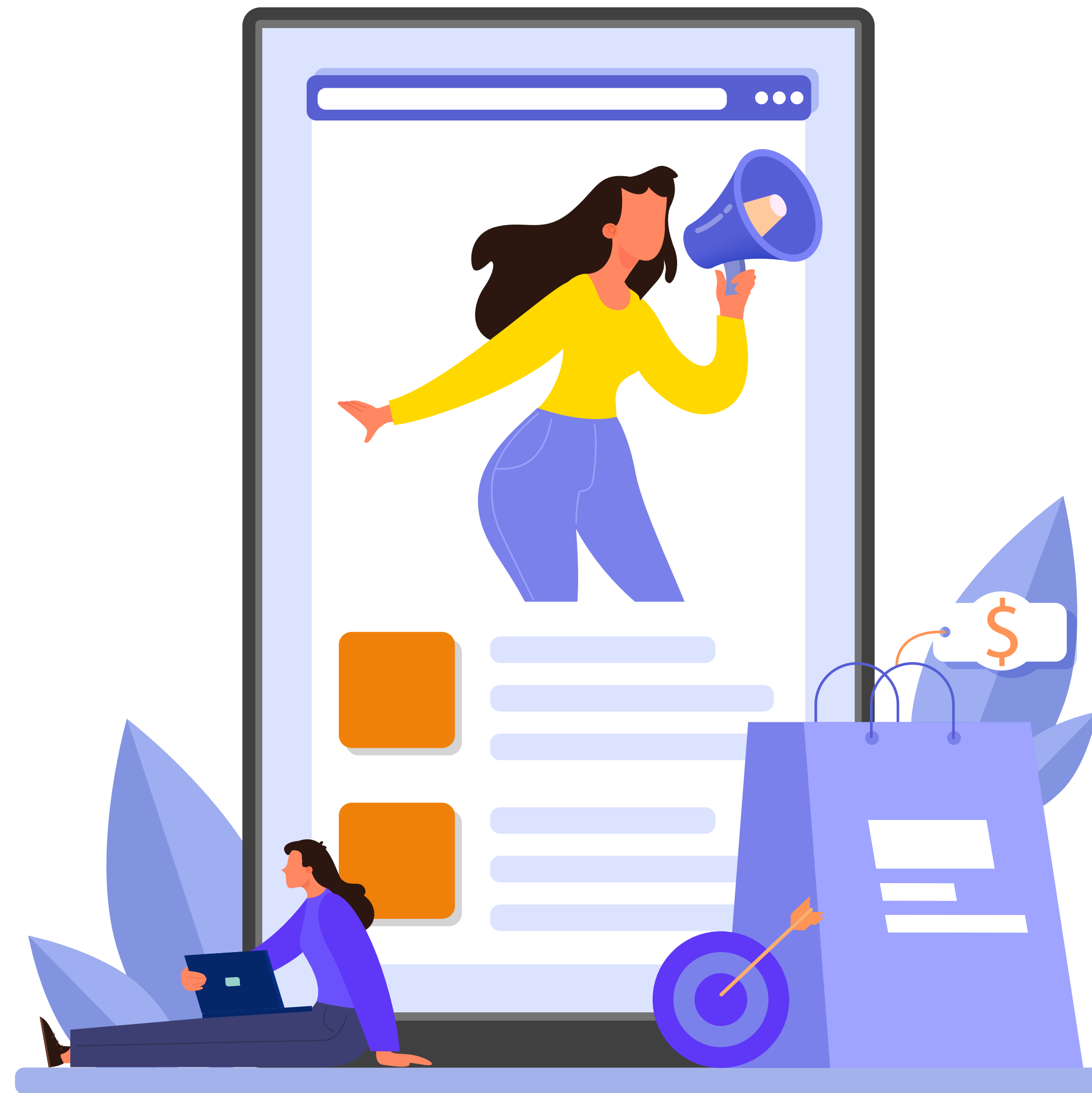
Nesse caso, é importante lembrar que não se pode ter uma relação de via única. Logo, a gestão deve estar aberta para ouvir sugestões e feedbacks, especialmente quando se trata de situações que ocorrem dentro dos setores.



CONCLUSÃO

O vertical do negócio se mostra um conceito bastante interessante para entender as possibilidades de atuação no mercado. Enquanto a ideia de se expandir horizontalmente implica trabalhar com diferentes públicos e conquistar cada vez mais mercado, o vertical pode significar muito mais concentração e a necessidade de especificar o seu trabalho.

Contudo, é preciso pontuar que se trata de uma conduta que não serve para todas as empresas, afinal, restringir e especificar o seu nicho pode trazer uma redução significativa de consumidores — pelo menos, no curto prazo. Por outro lado, é necessário ressaltar que é uma das maneiras mais rápidas de um negócio conseguir ser uma autoridade no mercado.





O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é uma entidade privada desenvolvida com o intuito de **auxiliar os empreendedores na gestão e no crescimento dos negócios**. Temos unidades em todo o território nacional e uma ampla experiência de mercado.

Buscamos construir oportunidades em conjunto, oferecendo capacitações, oficinas, consultorias e diversos serviços para auxiliar empresários a alcançarem a prosperidade nos negócios. Atuamos nas frentes de **fortalecimento do empreendedorismo e no estímulo à formalização dos empreendimentos**, buscando a criação de soluções criativas junto aos empresários.