

DICAS DE VENDAS, CRÉDITO E GESTÃO

Hora de fortalecer o seu negócio

SOLAR^{BR}
Coca-Cola

SEBRAE





OLÁ

Para ajudar você a dar um gás no seu ponto de venda e a estarmos sempre juntos, apresentamos o nosso novo canal de relacionamento: **Whats Solar BR.**

Confira os serviços que nosso whats já oferece:



Informações sobre boletos e pagamentos.



Conferir ou atualizar dados comerciais.



Acompanhar o status de uma entrega.



Geração de pedido.



Manutenção de geladeira.



Precisou? Manda um whats!
(85) 9.9268-5070

Em breve, nosso whats terá ainda mais serviços. Acompanhe as novidades.

SOLAR^{BR}
Coca-Cola

JUNTOS NA RETOMADA

OLÁ,

É hora de se fortalecer. Os tempos exigem novas atitudes, novos cuidados e novas ações.

Ainda há muitos desafios e incertezas pela frente, sabemos. Nesse momento de mudanças de hábitos, ainda que passageiros, precisaremos aprender juntos e nos adaptar para seguir em frente.

Queremos reforçar, mais uma vez, que estamos aqui para apoiar e dividir os desafios, pois, juntos, continuaremos superando esse momento.

A partir dessa série de conteúdos que disponibilizamos por meio de uma parceria inédita com o Sebrae, você poderá ter mais segurança para seguir com suas atividades, observando as regras locais, os novos hábitos de consumo de seus clientes e, principalmente, sua capacidade de se reinventar e se adaptar aos novos tempos.

Atendemos aos pedidos de muitos clientes que responderam às nossas pesquisas e trouxemos conteúdos ainda mais práticos e direcionados para o momento de reabertura do comércio e novas demandas de segurança sanitária.

Também trouxemos informações importantes para manter seu bolso e seu caixa fortalecidos, bem como algumas dicas para melhorar a oferta de seus produtos.

Este material é a continuidade do nosso compromisso de construir, com você, uma jornada de informações em primeira mão, úteis e de rápida aplicação, que certamente farão a diferença na sua retomada.

Boa leitura. Boa sorte. Boas vendas.

01 FINANÇAS

Fortalecer o seu negócio significa também reforçar os controles. Isso o ajudará a se prevenir de um dos principais motivos que levam ao insucesso e até ao fechamento de pequenas empresas. O controle financeiro abrange desde o fluxo de caixa do negócio até os gastos pessoais e familiares, que muitas vezes são equivocadamente misturados.

Independente do momento em que seu negócio esteja, controlar as finanças vai trazer mais tranquilidade e segurança na rotina, reduzindo riscos de endividamento e ajudando também no envio de informações obrigatórias para o governo.

O FLUXO DE CAIXA EM TEMPOS DIFÍCEIS

Agora mais do que nunca é essencial que o empreendedor “arrume a casa” e organize todos os processos gerenciais do negócio.

O coração do negócio é a gestão financeira e os controles financeiros são os principais componentes de uma boa gestão. Em momentos de crise, tão importante quanto controlar as obrigações já existentes é evitar a contração de novas dívidas.

Faça controles pelo menos uma vez ao mês, perseguindo a obtenção de informações abaixo:

- Projeção de vendas futuras e seus prazos de recebimentos;
- Projeção das compras futuras, necessidade de reposição de estoques e seus prazos de pagamento;

- Projeção do valor que vai entrar no caixa da empresa referente às vendas já realizadas e quando isso vai acontecer;
- Levantamento dos compromissos a pagar aos fornecedores e do pagamento de despesas operacionais mensais;
- Levantamento das reservas financeiras e das necessidades de capital de giro existentes;
- Levantamento do montante das contas de clientes já vencidas e o tempo de atraso.

Controlar o fluxo de caixa traz grandes benefícios como:

- Tomar providências para a cobrança e o recebimento dos valores em atraso;
- Adequar estoques à capacidade de giro das mercadorias;
- Reduzir prazos de recebimentos de vendas;
- Evitar o pagamento de multas e juros desnecessários;
- Prever sua lucratividade.

COMO TRABALHAR A MARGEM

Ainda que os negócios estejam retomando suas atividades, os resultados financeiros não virão na mesma velocidade que os compromissos do caixa e do abastecimento de estoques. Os consumidores estão reduzindo seus gastos, e procurando por preços menores em todos os segmentos de mercado. Nesse contexto, é preciso encontrar caminhos para reter clientes e garantir minimamente uma margem de recuperação. E aqui entra uma estratégia que pode ajudar: A venda composta ou cruzada, também chamada de *cross-selling*.



A venda cruzada consiste em oferecer ao consumidor produtos complementares àqueles que já estão sendo adquiridos. Por exemplo, um restaurante de fast-food sempre irá oferecer um complemento para acompanhar o sanduíche. Os chamados combos são uma técnica comum de *cross-selling*. Seu estabelecimento poderá seguir nessa linha criando combos de produtos que, na composição final, são vantajosos ao cliente e retornam ao seu negócio ao menos três benefícios:

- Escoamento de produtos parados em estoque;
- Otimização operacional, que significa economia de tempo e insumos para vender praticamente o mesmo produto.
- Aumento de margem no composto final de produtos, ou seja, vender um sanduíche com uma Coca-Cola, ou montar um cardápio em que o cliente possa sempre escolher dois produtos e uma bebida, montando a seu próprio gosto, pode ser atrativo e garantir uma margem mais equilibrada.

Quando o cliente percebe um claro benefício em adquirir mais produtos sem que o aumento de preço seja proporcional, ele tende a comprar a opção mais cara. No caso de uma lanchonete, combinar um salgado com Coca-Cola e adicionar um doce como sobremesa pode ser uma ideia de combo interessante. Ao mesmo tempo, você poderá pensar a montagem de combos para duas pessoas, por exemplo, sem dobrar o preço. Exemplo: Combo para uma pessoa = R\$ 25,00. Mesmo combo para duas pessoas = R\$ 48,00.

No entanto, é preciso fazer uma avaliação para verificar se essa estratégia faz sentido para o seu estabelecimento, e se há de fato ganhos financeiros – sobretudo em momentos de crise, nos quais um aumento de caixa e lucratividade são fundamentais. Por isso, é preciso conhecer o perfil dos clientes e escolher produtos que sejam viáveis para esse tipo de ação. É um típico caso de ganha-ganha, onde as duas partes devem ficar satisfeitas.

REPENSE A OFERTA DE PRODUTOS

Estoque parado é também dinheiro parado. Ao adequar e reorganizar a quantidade de produtos com os quais você trabalha, desperdícios podem ser evitados, principalmente em insumos perecíveis, como alimentos. Isso reflete no custo de produção, que por sua vez pode permitir o seu negócio trabalhar com preços mais competitivos.

E O SEU BOLSO, COMO FICA?

- Se a sua conta bancária pessoal é a mesma da empresa, vai ser mais difícil identificar as movimentações referentes ao negócio e, consequentemente, poderão ocorrer desequilíbrios financeiros. Por isso, o melhor caminho é ter uma conta jurídica e concentrar nela todas as entradas e saídas referentes ao seu fluxo de caixa.
- Evite retiradas sem controle e, para manter a saúde financeira da empresa e do seu bolso, estipule um *Pró-Labore*, ou seja, um “salário”, coerente com a sua realidade econômica. O restante é dinheiro da empresa, e deve ser reinvestido ou utilizado para honrar os compromissos financeiros.
- É importante também saber quanto você pode investir na empresa com recursos do próprio caixa, sem precisar usar seus recursos pessoais para cobrir problemas do negócio. Portanto, caso seja possível, planeje uma reserva que lhe assegure ao menos uma emergência ou um período de baixa no faturamento. O mesmo deve valer para a sua casa.
- Por fim, faça um planejamento separado de suas contas. É uma tarefa relativamente simples e que você pode começar com um papel e uma caneta. Divida o papel no meio. De um lado coloque o que tem para receber e do outro o que tem a pagar. Na medida em que pagamentos e recebimentos forem acontecendo, marque na data em que realizá-los. É importante fazer esse trabalho todos os meses, de preferência, semanalmente.
- O ideal é que haja um equilíbrio entre essas contas. A matemática é simples: gaste menos do que recebe e seu bolso estará sempre saudável.

02 MERCADO

Os negócios de alimentação fora do lar foram especialmente impactados pela crise causada pelo coronavírus, que afastou as pessoas das ruas e provocou queda no consumo. Agora, planos de retomada começam a ser implementados, mas, como fica o comportamento do novo consumidor pós-quarentena?

Os investimentos em **serviços de delivery** e **divulgação reforçada na internet**, vêm demonstrando resultados favoráveis para os negócios, mesmo com a queda do consumo. Especialistas do Sebrae entendem, a princípio, duas ondas até o momento. Primeiro, no início da pandemia, houve uma queda brusca no consumo. Isso levou ao fechamento de muitos estabelecimentos. A partir de meados de junho, no entanto, observou-se o início de uma recuperação lenta e gradual. O consumidor, aos poucos, retomará seu ritmo de consumo, porém, com hábitos novos.

O QUE ESTÁ POR VIR?

O consumo de alimentos prontos tende a uma expansão sustentável, já que os lares passam a consumir mais em casa do que normalmente fariam. A venda de produtos “para fazer em casa”, como salgados pré-assados, tortas congeladas e ingredientes para montar o prato em família, são boas opções.

Hábitos saudáveis, de nutrição e saneamento, representam uma oportunidade para que os estabelecimentos fortaleçam ainda mais a consciência dos consumidores sobre estes temas, principalmente demonstrando o cumprimento de boas práticas.

O medo da contaminação ainda irá durar até que se haja uma vacina definitiva. Portanto, os consumidores ficarão mais atentos aos protocolos de segurança e darão preferência a estabelecimentos demonstrem mais cuidados com a parte sanitária. Isso vai desde a embalagem do produto até a disponibilização de informações sobre como um alimento foi preparado e chega à mesa do consumidor, seja por consumo no local ou por entrega.

Outra tendência é a importância de ter canais online à disposição para diversificar as formas de alcançar o cliente. As redes sociais se tornam poderosos meios de vendas e de comunicação dos cuidados tomados com seu estabelecimento e os alimentos, além de divulgar novidades.

Os momentos de quarentena e em família propiciam a retomada do consumo de alimentos variados. Muitos gostos diferentes podem compor o mesmo pedido. Portanto, se o seu estabelecimento tem a opção de diversificar no cardápio, oferecer combinações para mais de uma pessoa ou para mais de uma refeição, será um diferencial competitivo.

A tendência de fidelização será mais alta. Consumidores buscarão por confiança na hora de comprar seus alimentos e refeições, portanto, há uma grande oportunidade de ser a opção mais segura e conquistar a permanência de seus clientes. O medo de uma contaminação torna os consumidores mais criteriosos e menos dispostos a variar os estabelecimentos que frequentam.





Foto "Alimento" por freepik - br.freepik.com

A FAMOSA MARMITA

Um movimento interessante, antes próprio dos restaurantes, passou a ocorrer nos comércios locais como bares e lanchonetes nesse período. Trata-se da produção de marmitas ou combos de refeições completas. Alguns consumidores relatam que ainda não se sentem confortáveis em retornar aos estabelecimentos para consumo, ao menos no primeiro momento de reabertura. Porém, muitas vezes, não encontrarão tempo ou não terão disposição para cozinhar, além daqueles que já não se sentem à vontade nessa tarefa. Então, investir nas marmitas pode ser uma boa opção para diversificar a sua oferta.

Lembre-se que, em se tratando de refeições completas, você poderá explorar também a compra recorrente, propondo pacotes de refeições semanais ou quinzenais. Isso poderá ajudar a planejar a sua demanda, a fidelizar o seu cliente e, ainda, equilibrar as contas, garantindo alguma previsibilidade.

No caso de um bar ou lanchonete, ofertar um pacote com entregas agendadas de lanches e combinados para toda sexta-feira à noite de um mês, por exemplo, poderá ser uma inovação frente à concorrência, além de garantir ao cliente uma oferta diferenciada.

COMO OFERECER ESSA ALTERNATIVA AO MEU CLIENTE?

Comece dando prioridade ao cardápio. Balancear o que você já tem com outros produtos

que possam servir ao momento de uma refeição, produtos customizados, que atendam às necessidades (e restrições) alimentares do público, ou seja, dê opções de refeições que agradem diferentes paladares. Lembre-se que o seu cliente poderá fazer um pedido para mais de uma pessoa da família, portanto, ter opções para mais gostos é fundamental.

A oferta de combos família, variando para duas, para três e para quatro pessoas, estão entre os pedidos mais realizados nos aplicativos de entregas. Você também poderá criar combinações por refeição. Exemplo: combo almoço, combo jantar, combo sábado à noite, etc.

CARDÁPIO PARA O DIA-A-DIA

Seu negócio pode adotar uma linha mais convencional e oferecer refeições para o dia-a-dia. Os pratos tradicionais (como arroz, feijão, carne e fritas) podem agradar muitos consumidores e custar menos para serem preparados. Com isso, podem ser oferecidos preços mais baixos e competitivos. Para o jantar, combos com salgados, tortas e sanduíches são bastante indicados. Saiba que pizza, hambúrguer e marmitas convencionais foram os pratos mais comprados durante a pandemia. Seu consumidor provavelmente buscará essas opções em muitas alternativas de alimentação que tiver.

E NA MERCEARIA? TEM COMO FAZER?

Em mercearias e minimercados também poderão ser ofertados combos, seguindo a mesma lógica de agrupar opções que completem uma refeição. Um exemplo é a combinação de alimentos resfriados ou congelados com molhos e complementos, montando uma oferta de preço único. Você poderá combinar uma lasanha com um molho pronto e uma bebida para um combo do jantar, ou ainda, um combinado de pipoca, Coca-Cola e chocolates para uma ocasião do fim de semana. Lembre-se de ofertar em horários compatíveis com a busca por esse tipo de refeição e deixar exemplos das combinações montadas visíveis ao cliente.

03

PROTOCOLOS

Retomar deverá ser ao poucos, tanto em termos de quantidade e tipos de estabelecimentos, quanto em termos de movimento dos clientes. Isso também ocorre em momentos diferentes para cada local, considerando a evolução da pandemia e as regras de flexibilização

De toda forma, seu estabelecimento precisará se adaptar a uma nova realidade, assim como seus clientes. Então, resumimos os principais itens de cumprimento dos protocolos obrigatórios e orientados, para facilitar a sua visão sobre como organizar seu estabelecimento para a reabertura completa ou parcial.

Seguindo esses itens, você estará mais seguro, seus colaboradores e clientes também.



Foto por Méliissa Jeanty em Unsplash.



Acesse a página do Sebrae sobre os **protocolos de retomada** e fique por dentro!

PREPARAÇÃO

DOS ESTABELECIMENTOS E DOS COLABORADORES

1. Observe os Decretos e documentos oficiais para o seu estado e município.
2. Realize uma reunião com colaboradores antes da reabertura, para passar as orientações oficiais. Entregue os documentos e orientações para que eles tenham ciência.
3. Providencie máscaras para colaboradores.
4. Peça para os colaboradores que assinem um documento de recebimento das máscaras, para controle interno.
5. Disponibilize dispersadores de álcool 70% nas áreas estratégicas do estabelecimento.
6. Comunique claramente as instruções sobre lavagem e higienização das mãos nos banheiros e lavatórios.
7. Realize um treinamento sobre regras e procedimentos com colaboradores.
8. Defina uma forma e horário de alinhamento diário com colaboradores.
9. Informe seus fornecedores quanto às regras e protocolos.
10. Defina novas regras de funcionamento e escala de trabalho de modo e minimizar a exposição e garantir a saúde dos colaboradores.
11. Elabore materiais de sinalização e comunicação ao cliente e instale no estabelecimento.
12. Defina procedimentos e escala de limpeza de equipamentos, superfícies, utensílios e estoques.

13. Realize limpeza e desinfecção periódicas do estabelecimento sempre antes de abrir.
14. Mantenha os estoques limpos e higienizados.
15. Adeque as instalações do estabelecimento seguindo as regras locais.
16. Providencie uma área reservada para recepção de colaboradores, para que possam realizar os procedimentos de segurança, troca de roupas, higienização, guarda de pertences, etc.
17. Providencie uma área reservada para recepção de fornecedores.
18. Providencie uma área reservada para retirada de alimentos para entrega.
19. Revise e higienize o sistema de ventilação.
20. Ajuste do fluxo de ar condicionado para que não incida diretamente sobre clientes e alimentos.
21. Defina procedimentos de limpeza específicos para maquinetas de cartão e cartões, pois demandam maior frequência.
22. Defina procedimentos para a destinação do lixo/resíduos.
23. Reforce e comunique as boas práticas de manipulação de alimentos em seu estabelecimento.
2. Mantenha os canais de divulgação e escuta do cliente abertos e atentos.
3. Defina uma forma de agendamento ou controle de fluxo de clientes.
4. Defina uma política clara de limite máximo de pessoas dentro do estabelecimento.
5. Defina uma política clara de uso obrigatório de máscaras. Institua e comunique aos seus clientes.
6. Implemente a política de distanciamento mínimo no estabelecimento.
7. Adote o espaçamento entre cadeiras (1 metro) e entre mesas (2 metros).
8. Realize um treinamento prático de atendimento com os colaboradores.
9. Institua formas de pagamento alternativas, sem contato. Ex.: aproximação por celular, depósito em conta, link de pagamento online.

E NA HORA DE ATENDER AO CLIENTE

1. Comunique ao cliente, em todos os seus canais, sobre reabertura realizada e os procedimentos adotados (ex.: redes sociais, banner na frente da loja).



Foto "Tecnologia" por freepik - br.freepik.com

04

LEGISLAÇÃO

Manter a segurança jurídica de seus contratos de trabalho, a saúde de seus empregados e as obrigações trabalhistas são parte de sua rotina.

Abaixo, listamos as principais perguntas e respostas sobre como garantir uma retomada segura, tanto para seus empregados quanto para a sua empresa seguir em frente sem tropeçar em problemas jurídicos.

1. Como posso me informar das Leis e regras que impactam minha empresa?

Comece se informando sobre a legislação local. A responsabilidade sobre as regras de retomadas está concentrada nos estados e municípios, portanto, vale a pena acompanhar as redes sociais dos governos estadual e municipal de sua localidade, para obter as informações mais atuais. Além disso, sindicatos, Ministério Público e Procon podem ser fontes de conteúdos relevantes.

2. As medidas trabalhistas são definitivas?

Não. As regras são temporárias e válidas até 31 de dezembro de 2020.

3. A quais trabalhadores as medidas se aplicam?

As medidas podem ser aplicadas a todos os empregados celetistas, inclusive trabalhador rural, doméstico e temporário.

4. O empregador pode antecipar as férias individuais? De quais trabalhadores?

Sim. O empregador pode antecipar as férias de qualquer um de seus empregados, desde que comunique o empregado por escrito ou por meio eletrônico com 48h de antecedência.

5. O empregador pode antecipar o gozo de feriados? Há necessidade de concordância do empregado?

Sim, o empregador pode antecipar o gozo de feriados. A concordância do empregado só é necessária no caso de feriados religiosos.

6. Caso o empregado tenha menos de um ano de trabalho, poderá ter suas férias antecipadas? E período futuro?

Sim. Empregados com períodos aquisitivos incompletos também poderão ser colocados em gozo de férias individuais como antecipação de férias futuras. Significa que, além das férias a que tem direito já adquirido ou em aquisição, férias futuras poderão ser negociadas para gozo antecipado (exemplo: gozar além de 30 dias, mais 10 dias das férias do período 2021/2022).

7. O pagamento das férias e do adicional de férias deve ser realizado quando?

O pagamento do adicional de 1/3 de férias pode ser feito até a data do décimo terceiro salário (20/12/2020). O pagamento das férias pode ser efetuado até o quinto dia útil do mês subsequente ao início do gozo das férias.

8. E como será a fiscalização?

A fiscalização será orientadora. Durante 180 a contar da publicação da MP 927/2020, os auditores fiscais do trabalho irão atuar orientando quanto às medidas de cumprimento das regras.

9. Caso o empregado apresente um atestado por ter sido infectado pelo coronavírus, será considerado ocupacional?

Os casos de contaminação pelo coronavírus (covid-19) não serão considerados ocupacionais, exceto mediante comprovação do nexo causal.

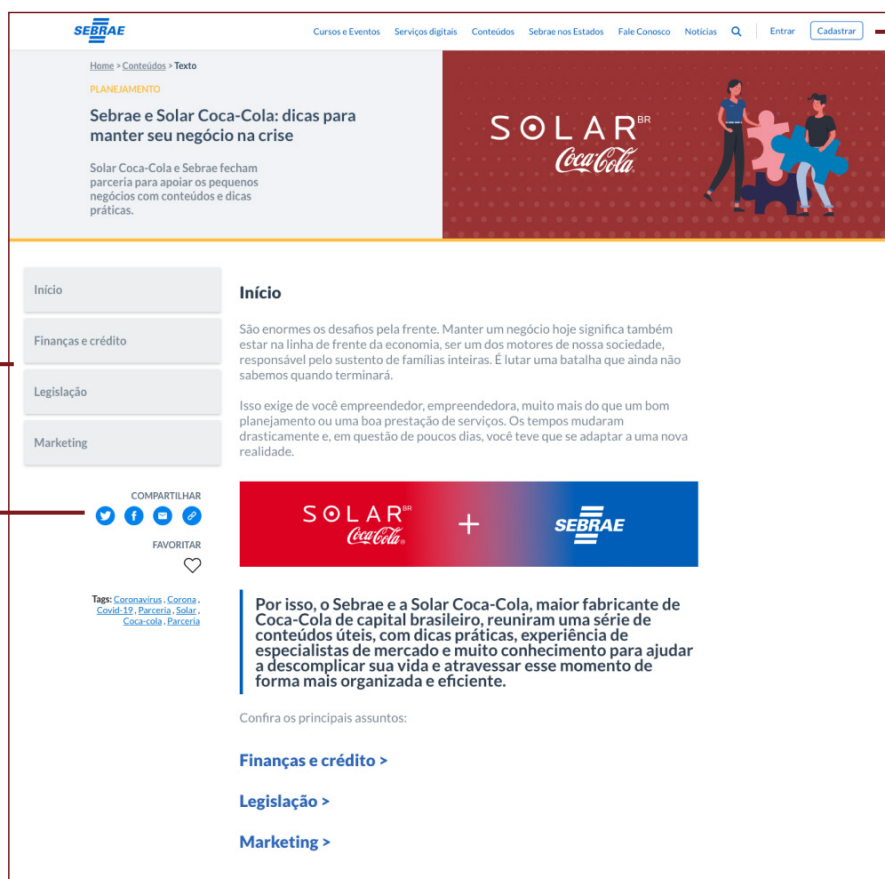
PÁGINA ONLINE - SOLAR E SEBRAE

Para você que está enfrentando a crise à frente de um negócio, preparamos uma série de conteúdos práticos para te ajudar a atravessar esse momento de forma mais organizada e eficiente.

São conteúdos nas áreas de finanças, mercado, protocolos sanitários e legislação. Tudo o que precisa saber para manter seu negócio e se fortalecer para a retomada.

Categorias

Aqui você poderá navegar nas três categorias de assuntos.



Cadastro

A qualquer momento, você pode se cadastrar no Portal Sebrae e acessar mais conteúdos.

Compartilhamento

Você pode compartilhar essa página com amigos e em suas redes sociais.



SOLAR^{BR}
Coca-Cola

SEBRAE