

Aumente suas vendas e construa um caminho de sucesso para a sua empresa

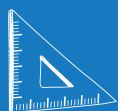


Dicas do Sebrae-SP para a sua papelaria



Mercado e tendências para o segmento de papelerias

2



Regularize sua papelaria e conheça os direitos do consumidor

3



Melhore o visual da sua papelaria para vender mais

4



Como melhorar a gestão da sua papelaria

7



Como inovar no segmento de papelerias

12

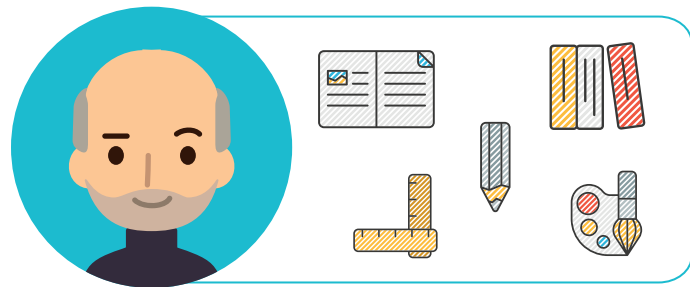
Realização:



Apoio:



Mercado e tendências para o segmento de papelarias



O setor de papelarias é um mercado amplo e, para se destacar, os pequenos negócios precisam estar preparados para as novas tendências, mudança no comportamento do consumidor e concorrência.

Para isso, é necessário fazer um bom planejamento e ampliar o mix de produtos e serviços buscando crescimento, seja físico ou de conhecimento do negócio.

Segundo pesquisa desenvolvida pela Francal Feiras – Cognatis, dados apontam que o universo das papelarias conta com 74.354 PDVs, sendo 52.704 no comércio principal e 21.650 no comércio secundário (empresas que declararam ter atividade de papelaria, além da atividade principal).

O mercado das papelarias

A papelaria é definida como um estabelecimento onde se vende papel, material escolar, acessórios de informática e artigos de escritório.

No entanto, hoje já podemos notar uma mudança, tanto no visual das lojas quanto nos tipos de serviços prestados, podendo até mesmo incorporar no seu interior um café, sala para leitura, ambientes exclusivos para crianças, espaços para cursos, entre outros.

Sazonalidade

O segmento de papelaria apresenta um aumento expressivo de demanda entre os meses de dezembro a março, em decorrência da volta às aulas. Sendo assim, o empreendedor deve se pre-

parar para esse período com bastante antecedência, buscando identificar fornecedores, negociar preços, formas de pagamento etc., além de fortalecer parcerias com escolas, em busca de exclusividade nas listas de materiais.

Após esse período, outros produtos de menor sazonalidade continuam sendo comercializados e, para isso, o empreendedor deve fazer um planejamento para lidar com a queda das vendas e pensar em como aproveitar as datas comerciais.

As lojas podem buscar também parcerias com empresas focando vendas corporativas e apostar em serviços, como a criação de áreas internas voltadas para cursos de artesanato e pintura, por exemplo, para garantir o movimento na loja durante todo o ano.

Mix de produtos

Para que as pequenas papelarias continuem crescendo, é preciso diversificar o mix de produtos, procurando oferecer a seus clientes itens com maior valor agregado, especialmente no segmento de material de informática, presentes e prestação de serviços – como impressão de cartão de visitas, fotocópias, folhetos, encadernações, entre outros.

Novos modelos de negócios



Para atender nichos específicos e se diferenciar no mercado, estão surgindo novos modelos de negócios como as chamadas papelarias de luxo e as papelarias especializadas em materiais técnicos.

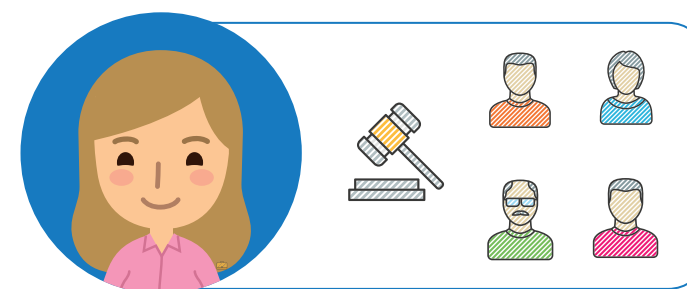
Em geral, essas lojas possuem como características uma decoração bem cuidada e oferecem uma enorme variedade de produtos com design especial, além de ofertar também os artigos de uma papelaria tradicional, com visual e acabamento que os fazem ser reconhecidos como presentes bonitos e úteis.

Esses negócios destinam-se a um público mais exigente e requer um mix variado de produtos compostos e técnicos, como papéis de gramaturas especiais e dimensões diferenciadas. A

diversidade de produtos atrai não apenas o mercado escolar, mas também o artístico, técnico, de escritório e material de informática.

Regularize sua papelaria e conheça os direitos do consumidor

Defesa do consumidor



Conheça os seus direitos e deveres e evite penalidades dos órgãos fiscalizadores de consumo. Seguem abaixo algumas dicas para a sua papelaria:

- Forneça sempre informação clara e de fácil visualização do preço;
- Cuidado com possíveis formas de cobrança, nunca exponha o consumidor ao ridículo, nem o constranja ou o ameace;
- Todos os produtos precisam ter informações em português (os materiais de papelaria, quando necessário, devem conter informações em português sobre forma de utilização e alguns produtos devem ter o selo de segurança do Inmetro);
- Cuidado quanto à publicidade enganosa ou abusiva.
- O Código de Defesa do Consumidor (CDC) foi instituído pela Lei Federal nº 8.078/90 que visa, sobretudo, harmonizar os interesses de consumidores e fornecedores, assegurando:
- O atendimento das necessidades dos consumidores;
- O respeito a sua dignidade, saúde e segurança;
- A proteção de seus interesses econômicos;

- A melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo.

Importante: Todos os estabelecimentos comerciais devem ter um exemplar do Código de Defesa do Consumidor disponível para consulta, em local visível e de fácil acesso ao público.

Emissão de cupom fiscal

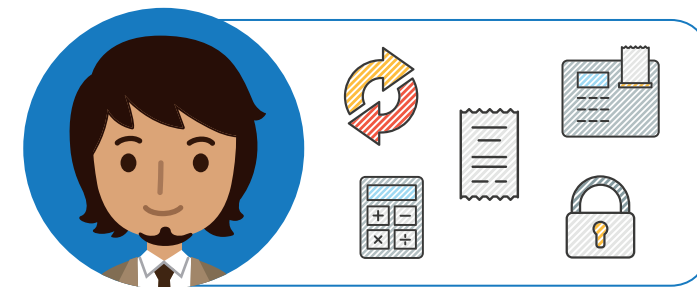
Fique atento às novas regras para emissão de cupons fiscais!

O SAT-CF-e (Sistema Autenticador e Transmissor de Cupons Fiscais Eletrônicos) é uma obrigatoriedade fiscal para operações comerciais do varejo pelos contribuintes do Estado de São Paulo que passou a vigorar no dia 1º de julho de 2015 para novas empresas, bem como para estabelecimentos comerciais cujos equipamentos ECF tenham cinco anos de uso.

Para detalhes do cronograma de obrigatoriedade, consulte a Secretaria da Fazenda (www.fazenda.sp.gov.br).

Os contribuintes devem substituir o equipamento Emissor de Cupom Fiscal ECF pelo equipamento SAT, que gera e autentica, por meio de Certificado Digital próprio, o Cupom Fiscal Eletrônico - SAT (CF-e-SAT) e transmite periódica e automaticamente à Secretaria da Fazenda (SEFAZ-SP), via Internet.

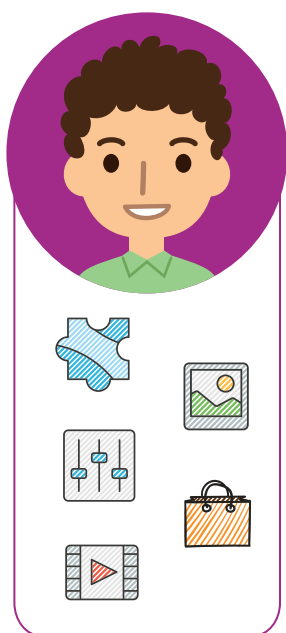
Importante: A adoção do CF-e-SAT e do equipamento SAT em outros Estados depende da legislação estadual específica. Consulte a administração tributária do seu Estado.





Melhore o visual da sua papelaria para vender mais

Identidade visual



Fachada

- A percepção visual é o alicerce de qualquer esforço de marketing para atrair clientes e a fachada da loja deve transmitir a identidade do negócio. Procure mantê-la sempre em bom estado de conservação e iluminada para que fique em destaque mesmo no período noturno.
- A logomarca é um aspecto importante na comunicação com o público. Ela deve ser relativamente curta, de fácil memorização e visualização e passar o conceito da loja e atividade.
- O letreiro deve estar em harmonia com toda a fachada e o conceito da loja, trazendo a logomarca e demais informações relevantes, devendo ser proporcional ao porte da fachada bem como respeitar a legislação local, como a Lei Cidade Limpa de São Paulo.
- Procure explorar todas as oportunidades de comunicação visual da fachada da loja, muros e paredes externas, mas evite excessos.

Vitrine

- A vitrine é um investimento. Capriche nesse espaço e, se for necessário, pense em realizar uma reforma que valorize e permita apresentar melhor os produtos.
- Trabalhe com a iluminação em harmonia com o produto. Com uma boa iluminação, os produtos ganham cores e as formas são mais valorizadas.
- Crie movimentos em sua vitrine (displays que giram, projeção de vídeos, elementos cenográficos etc.). Uma vitrine em movimento desperta curiosidade, atraindo mais visibilidade à loja e, consequentemente, aos seus produtos.
- Cuidado com os excessos. Muita informação na hora de expor os produtos confunde os consumidores.



Lembre-se: datas especiais pedem vitrines comemorativas. Para isso, procure temas, cenas e símbolos que tenham a ver com o seu negócio e que sirvam de fundo para fazer o seu produto se destacar.

Ter uma fachada e vitrine atraentes é o primeiro passo para influenciar o consumidor a comprar, mas uma loja bonita e organizada pode impulsionar a decisão de compra.

Acessibilidade

- A entrada do estabelecimento deve estar sempre livre para facilitar ao máximo o acesso dos clientes. A largura mínima da porta e corredores deve comportar a passagem de cadeira de rodas e carrinho de bebê.
- Quando houver degrau, avalie a altura deles para que não se transformem

em armadilhas para os consumidores. Disponibilize rampas de acesso seguindo os parâmetros de inclinação da ABNT (Associação Brasileira de Normas Técnicas).

- Simule o acesso à loja, desde a calçada até a finalização da venda no caixa, passando por todos os corredores. Se houver mais de um piso, avalie a necessidade de criar acesso especial.

Área de atendimento

- A área de atendimento é o local onde os clientes tomam as principais decisões na compra dos produtos. Por isso, vários aspectos devem ser considerados para garantir uma boa experiência de compra.
- A loja deve ser bonita e, para isso, a decoração deve privilegiar a harmonia entre cores, formas e volumes. Mantenha o ambiente sempre limpo, organizado e bem iluminado.
- O modelo conceitual da papelaria deve enfatizar a boa circulação dos clientes, com expositores bem posicionados no interior da loja.
- O processo deve estar estruturado em dois modelos:

Autoatendimento: em que o cliente circula pela loja, localiza os itens desejados e se encaminha ao balcão de atendimento para efetivar o pagamento dos itens adquiridos.

Venda assistida: com vendedores à disposição para disponibilizar produtos específicos e realizar a prestação de serviços, quando houver.

Exposição de produtos

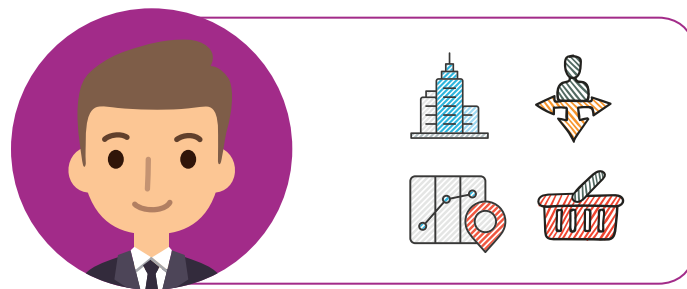
- Capriche na organização do ponto de venda (PDV), pois ele pode gerar o impulso de compra de produtos não planejados.
- Organize os itens em setores e equipamentos adequados que permitam visualizar todos os detalhes e atributos dos produtos.
- Explore diferentes alternativas de exposição de produtos com equipamentos inovadores e criativos.
- Para aumentar as vendas e proporcionar boa experiência de compra, exponha os produtos ao alcance da visão do cliente e evite móveis muito grandes, pois eles diminuem a amplitude do local e bloqueiam a visão.
- Os artigos em promoção devem ser expostos separadamente dos demais para que os clientes possam percebê-los com maior facilidade.
- O empreendedor deve estudar o layout da papelaria e ficar atento ao comportamento do cliente e à localização dos itens mais e menos vendidos. Caso necessário, dever fazer alterações na disposição dos produtos para melhorar a experiência do consumidor dentro da loja.

Coloque preço nos produtos! Além de estar no Código de Defesa do Consumidor (CDC), produtos bem sinalizados vendem mais rápido.



Layout

- Vários aspectos devem ser considerados para o aproveitamento do espaço, desde a circulação de clientes, escolha de móveis e equipamentos de qualidade até a organização de produtos no estoque e a criação de áreas de atendimento com balcões.
- Um bom layout é aquele que consegue organizar um fluxo de clientes e aproximá-lo do maior número de produtos possível. Da mesma forma, para potencializar ainda mais as vendas, o arranjo físico deve favorecer amplamente todas as áreas da papelaria.
- As gôndolas e os corredores são valorizados, uma vez que oferecem facilidade de circulação do público dentro da loja. Não deixe espaços vazios muito amplos, para que a loja não passe a impressão de estar vazia, e mantenha corredores com largura suficiente para permitir boa circulação de pessoas.



Importante: Redobre a atenção nos períodos de “volta às aulas”, pois pontos de aglomeração podem deixar os clientes insatisfeitos.

- Atenção às zonas frias e pontos cegos criados pelo layout, pois podem contribuir para que um produto não seja vendido por não ser visto e favorecer as perdas por furtos.
- Mantenha a área de vendas livre de caixas, papéis e obstáculos. Faça a reposição de produtos nos momentos de menor movimento.

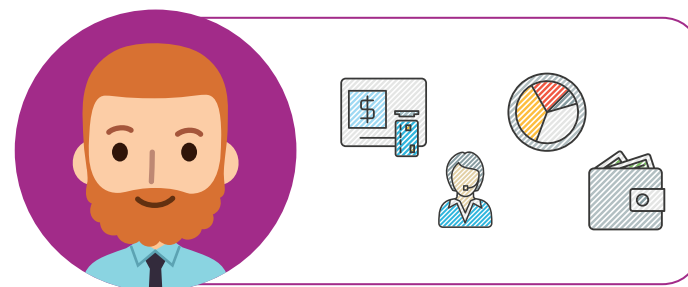
Categorias e sortimentos de produtos

- O sortimento é o conceito utilizado para determinar a variedade de produtos comercializados de uma mesma categoria ou família (itens de papelaria, de escritório, escolar, suprimentos de informática, bolsas, mochilas, presentes etc.).

- Para a definição dos produtos a serem oferecidos, o empreendedor deve ouvir os clientes, observar a concorrência e decidir por um mix que poderá sofrer ajustes e mudanças de acordo com a demanda e comportamento do mercado.

Caixa e pagamento

- O momento da finalização da venda é muito importante para a satisfação e fidelização do cliente. Por isso, pense em todo o processo de compra para evitar erros na hora do pagamento e da entrega.
- Todos os códigos de barra devem estar devidamente cadastrados, evitando atraso na finalização da venda e o registro equivocado de produtos.
- A papelaria, dentro do possível, deve facilitar as formas de pagamento dando opções aos clientes, como pagamento através de cartão e parcelamento.
- As informações de pagamento devem estar disponíveis de forma clara e visível, como descontos, modalidades de parcelamento, “não aceitamos cheques” e as bandeiras de cartão com que a loja trabalha.
- Utilize um software de gestão que permita cadastrar e dar baixa em todos os itens, bem como fazer o fechamento do caixa diário e mensal e extrair relatórios que disponibilizem informações de gestão para um bom andamento da empresa. Esse sistema permite também fazer cadastro de clientes e acompanhar o comportamento de compra deles.

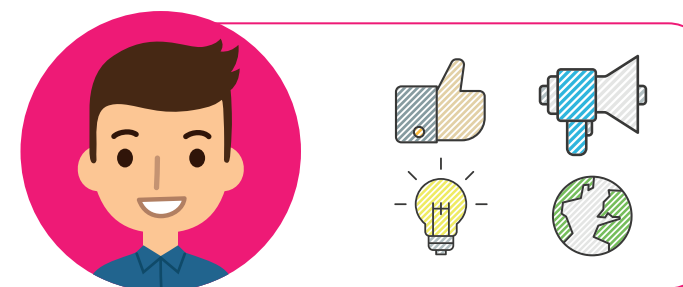


- Procure estabelecer diálogos rápidos com os clientes de forma a avaliar informalmente a satisfação de todo o atendimento e a experiência de compra.

- Crie uma rotina de vendas para que o caixa seja mais rápido no fechamento da venda e tenha sempre um fundo de caixa com troco para pagamentos realizados em espécie, evitando assim filas e reclamações.

Como melhorar a gestão da sua papelaria

Marketing e vendas



- Para potencializar as vendas, a empresa deve sempre estar preocupada com a qualidade do atendimento final ao cliente e ser competitiva no mercado.
- **Atenção aos cuidados iniciais:** consulte sempre a equipe de vendas antes de realizar os pedidos de compra.
- **Melhore o ambiente da loja para vender mais:** capriche na vitrine e no visual interno da papelaria, possibilitando conforto aos clientes e facilitando a localização dos setores e produtos.
- **Atenda bem o seu cliente:** tenha domínio das informações para passar credibilidade.
- **Divulgue sua loja:** utilize os meios e comunicação mais acessados pelo público da loja. Não decida a mídia pelo preço do anúncio.
- **Faça promoções:** inove e planeje adequadamente suas promoções.
 - Determine as datas que deseja trabalhar;
 - Escolha os produtos/serviços que deseja vender;
 - Faça uma estimativa de vendas;
 - Defina os benefícios que irá oferecer;

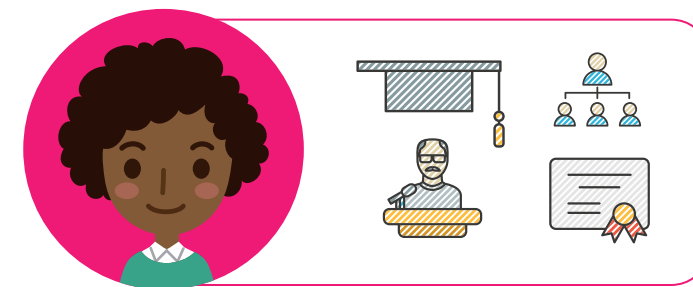
- Planeje a divulgação;
- Prepare a equipe de vendas.

- **Use a criatividade:** tente sair dos moldes engessados de vendas. Aproxime-se do cliente realizando perguntas para identificar necessidades e desejos. Use bons argumentos, apresente opções interessantes e personalizadas ao perfil de cada pessoa. Isso fará com que ela se sinta à vontade e tenha prazer em comprar.

Treinamento de equipe

No pequeno negócio, o cliente está mais próximo do empreendedor e da sua equipe. Assim, o conhecimento, as habilidades e atitudes que os colaboradores possuem poderão fazer toda diferença na hora de fidelizar o cliente e fechar a venda. Fique atento às seguintes dicas:

- **Seleção:** invista no aperfeiçoamento do processo de seleção dos colaboradores, estabelecendo previamente qual o perfil do candidato de acordo com a função a ser exercida e planejando como irá avaliar os currículos, organizar as entrevistas e realizar as dinâmicas para avaliar os candidatos. Faça um checklist dos conhecimentos mínimos que o colaborador precisa ter sobre o mercado de papelaria ou varejo, as habilidades necessárias para executar as atividades diárias do negócio e avaliar através de dinâmicas se o futuro colaborador possui as atitudes necessárias para desempenhar bem o negócio.



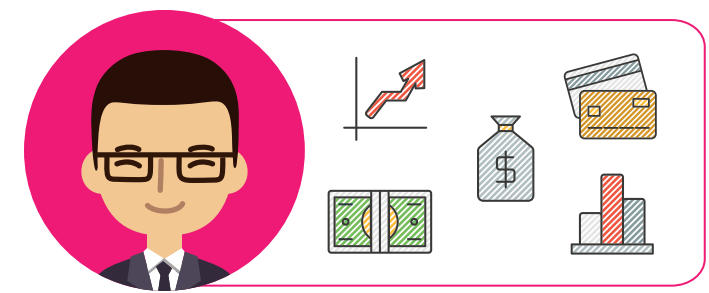
- **Atualização e treinamento:** o empreendedor precisa estar atento às tendências e buscar a excelência no dia a dia da empresa. Por isso, é importante analisar como o mercado de papelaria está se comportando através da participação em congressos, associações de classe, fóruns e workshops, entre outros eventos.



- **Desenvolva um programa contínuo de treinamento da equipe:** selecione cursos e temas que podem contribuir para a formação dos colaboradores e aumentar a competitividade do negócio. Uma equipe bem informada, proativa e liderada com excelência pode ser mais valiosa que os bens da empresa.

Finanças

- **Organização e disciplina:** uma boa gestão de finanças se faz com muita organização e disciplina. Todas as transações devem ter comprovação por meio de documento, tais como nota fiscal, recibos, guias etc. Esses comprovantes de vendas, de compras e dos gastos em geral devem ser organizados e mantidos em local seguro. Recomenda-se que o próprio empresário ou alguém designado por ele seja o responsável pelo controle das finanças e que a papelaria se utilize dos serviços profissionais de um contador, que auxiliará no cumprimento das obrigações legais da empresa.



- **Separe os gastos pessoais dos sócios dos gastos da empresa:** defina um valor como “pró-labore” (salário do sócio que trabalha na empresa) mensal para cobrir gastos pessoais. Além desse salário, os sócios poderão repartir parte dos lucros gerados. Se os sócios retirarem dinheiro sem controle poderão provocar uma “descapitalização” da empresa, o que poderá causar a “quebra” ou o seu fim. Antes de retirar o lucro, é preciso apurar se realmente ela é lucrativa e se tem disponibilidade de distribuir seus dividendos.
- **Controle de gastos:** para uma boa gestão, é importante conhecer bem todos os gastos e saber qual o seu impacto nos resultados do negócio. O empreendedor precisa aprofundar seu conhecimento, separar os custos e despesas variáveis, identificar os gastos fixos e estabelecer metas para que não ultrapassem o limite desejado e prejudiquem a lucratividade do negócio.

- **Faça o fluxo de caixa:** o fluxo de caixa é uma importante ferramenta para controlar e planejar os recebimentos e pagamentos da empresa. Deve ser feito diariamente, com o máximo de informação possível, que irá possibilitar a tomada de decisões de pagamentos e recebimentos com mais segurança, evitando assim o pagamento de juros e multas desnecessárias.
- **Contas a pagar e receber:** apesar de ser comumente utilizado pelos empreendedores, sua gestão é fundamental para garantir a saúde da empresa. Calcular o prazo de pagamento de fornecedores e de recebimento tem impacto direto no capital de giro necessário para manter o funcionamento da empresa.
- **Preço de venda competitivo:** formar o preço de venda é algo que merece atenção. O preço de venda deve cobrir os custos de aquisição dos produtos, conter uma margem de lucro e ser aceito pelos clientes.

Controles financeiros básicos

- **Registro dos lançamentos financeiros e controles básicos:** ter os controles financeiros bem organizados envolve organização, disciplina e uma ferramenta eficiente. Todas as transações financeiras que já ocorreram devem ser registradas como recebimento de serviços realizados, pagamento e custos e despesas, investimentos realizados como a compra de algum equipamento – ou investimento em infraestrutura. É importante ter um “plano de contas”, que corresponde aos tipos de entradas e saídas de dinheiro que a empresa possa ter, como vendas, produtos, salários, aluguel, energia elétrica, água e impostos.

Essa organização irá permitir uma organização melhor e facilidade para levantar os valores por categoria e data, facilitando a análise do fluxo de caixa. A separação entre os gastos pessoais do empresário e os gastos da empresa também é importante para ter um controle eficiente. Dessa forma, os pagamentos que são realizados pela empresa correspondentes às despesas ou retiradas pessoais dos sócios devem ser lançados em um plano de contas específico, para não comprometer futuras análises.

Lembre-se que não é possível gerenciar e controlar nada do qual não se tenha informações para tomar decisões.

- **Fluxo de caixa:** também é fundamental ter registrados todos os lançamentos futuros correspondentes aos custos, despesas e compromissos financeiros já contraidos. Esses lançamentos correspondem a compromissos já assumidos com fornecedores, funcionários, impostos, empréstimos, financiamentos e demais custos e despesas fixas que acontecem todo o mês, bem como a expectativas e projeções de serviços a serem prestados, produtos a serem vendidos e recebimentos de clientes. Nesse item, o empresário deve ter uma visão do comportamento futuro do caixa da empresa, no mínimo dos próximos seis meses. Ter essa visão permite ao gestor avaliar antecipadamente possíveis faltas de caixa, controlar melhor a aquisição de novos compromissos e tomar decisões para prevenir futuros problemas de caixa.
- **Controles financeiros e indicadores estratégicos:** além de manter os controles financeiros básicos e o fluxo de caixa organizado, é importante para o gestor de uma pape-

laria conhecer e calcular alguns indicadores para avaliar os resultados do negócio.

- **DRE – Demonstração do resultado:** é um demonstrativo financeiro dinâmico que deduz do faturamento (total de produtos vendidos) todos os custos e despesas incorridos no período de análise. Os gastos fixos devem ser separados dos gastos variáveis para que seja possível calcular a margem de contribuição da papelaria. Gastos variáveis são considerados aqueles que quanto maior o volume de serviços realizados maior será o valor do gasto.

O modelo abaixo apresenta a estrutura de uma demonstração do resultado para uma papelaria.

- Apurando os valores correspondentes ao período de análise (mês de análise), é possível montar a DRE – demonstração do resultado, conforme:

Contas			Valor (R\$)
Faturamento (volume de produtos/serviços vendidos)			
Custos e despesas variáveis	(-)	Impostos gerados pelas vendas no período	
	(-)	Custo com produtos vendidos	
	(-)	Taxas de cartões (valor que foi deduzido do faturamento dos serviços e vendas realizadas no período)	
	(-)	Comissões de vendas (se houver)	
	(-)	Frete de entrega (se houver)	
	(=)	Margem de contribuição (valor que sobra do faturamento após deduzir custos e despesas variáveis). O resultado da margem de contribuição deve ser suficiente para cobrir os gastos fixos e gerar lucro para o empresário	
Custos e despesas fixas	(-)	Aluguel + IPTU	
	(-)	Salários, encargos e benefícios dos funcionários	
	(-)	Água	
	(-)	Energia elétrica	
	(-)	Contador	
	(-)	Telefone e internet	
	(-)	Material de copa e limpeza	
	(-)	Seguros	
	(-)	Gastos com marketing e divulgação	
	(-)	Mensalidade de sistema eletrônico	
	(-)	Mensalidade de sistema de informática	
	(-)	Pró-labore	
	(-)	Manutenção	
	(-)	Outras despesas fixas	
	(=)	Resultado do negócio	





Com a DRE é possível observar a dinâmica dos custos e despesas da empresa e quanto cada conta representa/compromete do faturamento, bem como avaliar se o negócio está lucrativo e saudável e, caso não esteja, quais são os custos e despesas que estão comprometendo o resultado. Somente com os controles de lançamentos de caixa e fluxo de caixa será difícil ao gestor ter uma visão adequada do negócio.

Os empreendedores que estão iniciando uma papelaria devem agregar ao plano de negócios uma projeção das DREs mês a mês para no mínimo os primeiros 12 meses, com objetivo de avaliar a viabilidade do negócio antes do início.

Dicas

- Os custos e despesas fixas devem ter uma representatividade de pelo menos 10% a menos da margem de contribuição. Exemplo: papelaria com margem de contribuição de 40%, os custos e despesas fixas não podem representar mais de 28% do faturamento;
- Avalie periodicamente se a margem de contribuição percentual da papelaria está satisfatória e/ou ajuste a estrutura de custos e despesas variáveis para manter esse indicador com um bom percentual;
- Mantenha os controles financeiros atualizados e organizados, somente dessa forma será possível ter informações para avaliar a empresa corretamente;
- Elabore mensalmente a DRE. Sem esse demonstrativo o gestor terá dificuldades para tomar decisões corretas;
- Monitore constantemente o ponto de equilíbrio, pois à medida que o negócio evolui são contraídos custos e despesas adicionais, podendo elevar o ponto de equilíbrio.

Estoques

A gestão de estoques no varejo é a procura constante do equilíbrio entre a oferta e a demanda.

Esse equilíbrio deve ser sistematicamente apurado pelo empreendedor, que, através de importantes indicadores, conseguirá avaliar o desempenho da operação. Podemos citar alguns:

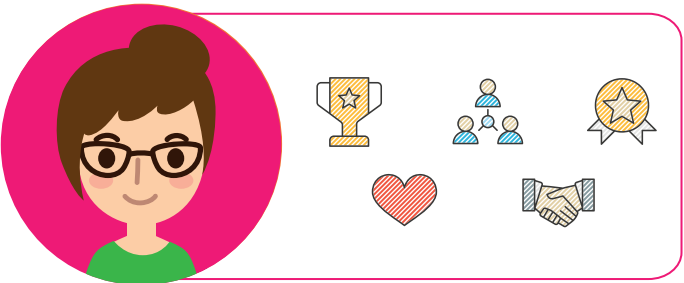
- CMV – Custo da mercadoria vendida:** indica em valores financeiros qual foi o custo das mercadorias que saíram do estoque no mês ou outro período analisado.
- Estoque mínimo:** é a quantidade mínima para que, solicitada reposição, o novo lote chegue antes de sair a última unidade do estoque. O estoque mínimo deve ser calculado levando-se em conta o número de dias entre o pedido de compra e a entrega dos produtos na sede da empresa.
- Estoque médio:** a quantidade média de itens que foram mantidas em determinado período.
- Giro dos estoques:** o giro dos estoques é um indicador do número de vezes em que o capital investido em estoques é recuperado através das vendas. Usualmente, é medido em base anual e tem a característica de representar o que aconteceu no passado.
- Cobertura dos estoques:** o índice de cobertura dos estoques é a indicação do período de tempo em que o estoque, em determinado momento, consegue cobrir as vendas futuras sem que haja suprimento.
- Prazo médio de estoque:** esse indicador demonstra o tempo médio de estocagem das mercadorias.
- Dica:** para atingir melhores resultados, o empreendedor precisa rapidamente implantar indicadores e acompanhá-los a fim de medir seu desempenho e tomar decisões que sejam assertivas para o negócio.

Fidelização

Quando o cliente fica satisfeito com o atendimento, cria uma imagem positiva da papelaria e do processo de compra. Isso faz com que ele retorne outras vezes e recomende a loja.

Para atrair, conquistar e manter clientes, a empresa precisa definir e realizar uma série de estratégias e ações e, principalmente, monitorar para ver se o que está sendo feito produz os resultados esperados. Seguem alguns pontos importantes para fidelização:

- Conheça os clientes:** conhecer o cliente é fundamental e pode ser feito através de um banco de dados que contenha informações básicas, como nome, endereço, telefone, e-mail e um histórico de compras com o perfil do cliente.
- Demonstre importância:** é essencial fazer com que os clientes percebam e valorizem a qualidade oferecida. Aposte em benefícios, como ofertas, descontos ou brindes.
- Conheça seus pontos fracos:** identificar e analisar os fatores que geram insatisfação e reclamação é muito importante para traçar estratégias para resolver esses problemas.
- Acompanhe as críticas:** acompanhar o que dizem sobre o negócio é importante. Somente assim o empreendedor é capaz de corrigir falhas a tempo de preservar a imagem da empresa.
- Treine seus colaboradores:** como não é possível prever e atender todas as situações possíveis, é importante ter funcionários preparados para lidar com as adversidades.



Por que devemos fidelizar clientes?

CLIENTES FIÉIS

- Indicam novos clientes para a papelaria
- Colaboram fazendo críticas e sugestões
- Atender esses clientes é agradável e cativante
- O ticket é mais alto
- Manter esses clientes exige pouco investimento
- Uma boa carteira de clientes fiéis valoriza a empresa
- Compram em qualquer ocasião e fazem compras com frequência
- Compram através de vários canais: internet, filiais, catálogos, telemarketing etc.

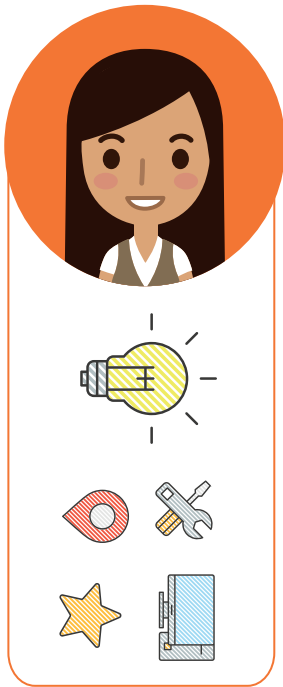
CLIENTES TRANSITÓRIOS

- Não costumam indicar novos clientes
- São distantes e indiferentes
- Atender esses clientes pode ser inútil e desgastante
- O ticket em média é mais baixo
- Atrair e conquistar novos clientes exige muito investimento
- Clientes transitórios não valorizam a empresa
- Preferem promoções e liquidações e fazem compras esporádicas
- Compram em apenas um ou dois canais, em média



Como inovar no segmento de papelarias

A inovação se tornou crucial para o sucesso e sobrevivência de uma empresa. É um exercício prático que deve ser feito constantemente para que seja uma fonte de renovação para seu negócio. Confira algumas dicas para aumentar a competitividade da sua papelaria de forma simples:



- Estimule a equipe a contribuir com novas ideias;
- Crie um ambiente de confiança e aprendizado para favorecer a inovação;
- Ouça o que acontece ao seu redor: clientes e parceiros, fornecedores etc.;
- Observe as tendências de mercado: é preciso olhar para frente;
- Estabeleça metas claras: o que se quer com a inovação;
- Defina como o processo de inovação deve acontecer do início ao fim;
- Monitore os resultados da inovação com métricas claras.

Inovação é para todos independentemente do porte, setor e área de atuação.

Invista no planejamento estratégico para crescer e tornar a empresa mais competitiva, aproveitando as tendências e oportunidades do mercado de papelaria.

O planejamento estratégico ajuda o empresário a tomar decisões no comando do negócio com base nas oportunidades oferecidas pelo ambiente externo em conjunto com as condições internas, favoráveis ou não, da empresa.

Essa ferramenta leva o empresário a responder três questões principais:

- Onde estamos?
- Para onde queremos ir?
- Como chegar lá?

Para chegar a essas respostas, é preciso seguir as seguintes etapas:

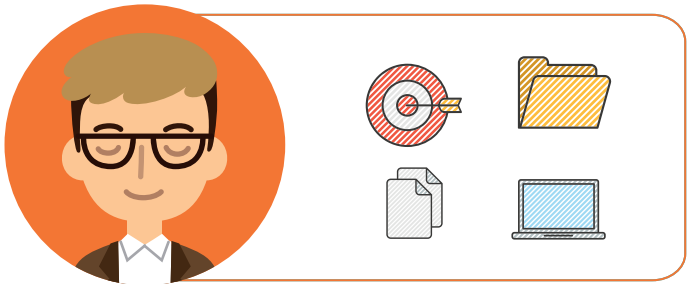
Análise do cenário



Análise do ambiente interno: avaliação e constatação de pontos fortes a serem capitalizados pela empresa e de limitações a serem corrigidas, tendo como foco aspectos técnicos, financeiros, de infraestrutura física, de recursos humanos, entre outros.

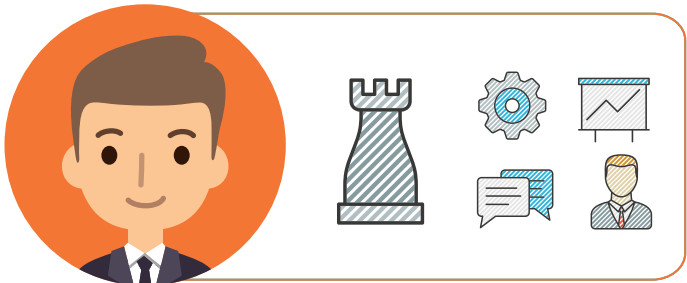
Análise do ambiente externo: busca do entendimento das ameaças e oportunidades que o macroambiente propicia. Trata-se de reconhecer e considerar a influência de fatores econômicos, sociais, políticos, de mercado e outros no desenvolvimento da empresa.

Definição de objetivos



É o momento em que a empresa examina seus dados históricos e projeta suas metas futuras. É a resposta ao questionamento “para onde queremos ir”. De maneira geral, relaciona-se com aspectos ligados a faturamento, rentabilidade, quantidade de filiais, posicionamento no mercado.

Definição de estratégias



Como a empresa vai atingir os objetivos traçados? Para cada estratégia estabelecida, deverá haver, no mínimo, um objetivo ao qual ela servirá.

Como pode ser notado, o planejamento se desenvolve de maneira racional, de tal forma que as etapas venham a ser cumpridas organizadamente, permitindo que revisões periódicas sejam realizadas sempre que o cenário assim exigir.

MÓVEIS DA PAPELARIA MODELO NA FEIRA DO EMPREENDEDOR 2017

- MP Papeleiras

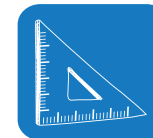
PRODUTOS E EQUIPAMENTOS EXPOSTOS NA PAPELARIA MODELO

- | | |
|---------------|-----------------|
| • Casa Dois | • Pão Diário |
| • Colacril | • Provider |
| • Confetti | • Sestini |
| • Cyclone | • Stalo |
| • Dac | • Summit |
| • Editora DCL | • Teca |
| • Evamax | • Tecnodidática |
| • Evatex | • Tilibra |
| • Fedrigoni | • Todolivro |
| • Gcomweb | • Waleu |
| • Jandaia | |
| • Pacific | |
| • Oki | |

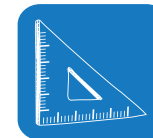
Conteúdo Técnico SEBRAE-SP:

Janaina Moreira Costa

Renato Mazo



Anotações

[illegible]

Anotações

[illegible]



atendimento.sebraesp.com.br



www.sebraesp.com.br



[/sebraesp](#)



[/sebraesaopaulo](#)