



*Compre seus presentes  
no comércio de  
São Roque ...  
... e deixe o amor  
te levar!*

*Sorteio de  
30 Jantares românticos  
para comemorar*

*12 de Junho  
Dia dos Namorados*

## Está na hora de monitorar seus clientes

**V**erdade seja dita: as empresas cuidam muito mal das informações de seus clientes. É ousado dizer que a sua não é exceção! Pense e responda francamente: há alguém na sua empresa que realmente tem a função de controlar os clientes? gestão de clientes.

Tenho notado com frequência que muitas empresas não têm ninguém realmente focado nessa missão.

Algumas colocam a função sob responsabilidade do departamento de Marketing, que também gere a comunicação, cuida de ações promocionais, da convenção de vendas, etc., etc., etc.

Obviamente, pelo acúmulo de responsabilidades, o controller dos clientes não é tão eficiente quanto deveria. Então, a pergunta deveria ser



a seguinte: se essa é uma tarefa do pessoal de marketing, quem dentro da equipe assume a bronca?

### **Uma história que ilustra essa ideia**

Um dia desses, em visita a uma rede que possui 30 restaurantes, perguntei para o dono: você tem cadastro dos seus clientes? Ele me respondeu: "de uma minoria". Eu disparei: "se você tem de alguns, por que não ter de todos?".

A resposta era óbvia: porque o processo ficou esquecido, já que na realidade ninguém era cobrado por isso. E aí, quando o cliente deixa de frequentar o restaurante, ninguém fica sabendo, claro.

Você precisa monitorar seus clientes se quer saber como eles se comportam, se quer se comunicar com eles de forma efetiva e, conseqüentemente, vender mais e melhor para eles.

### **Os benefícios do controle de clientes**

A falta de controle dos seus clientes pode fazer com que você não note quando clientes fiéis começam a se tornar inativos. Aliás, sem o controle você nem sabe quem são clientes fiéis, como eles compram, quando eles

compram, o que eles compram...

Fazendo o cadastro de cada comprador que entra na sua empresa você conhece informações que, se bem aproveitadas, podem fazer toda a diferença na sua empresa.

É função do controller de clientes interpretar as informações e, de forma lúdica, colocar todos os profissionais da empresa para trabalhar sobre a base para evitar inatividade, cuidar dos clientes fiéis, e assim por diante.

Os líderes precisam estar por dentro desse processo e apoiar o controller na determinação de quem deve contactar quais clientes, bem como na divisão de tarefas.

Juntos, vocês conseguirão cuidar do seu bem mais precioso, da melhor maneira possível. Pense nisso!

Marcelo Caetano

# Dicas para atrair o consumidor o ano todo

## CHAMARIZ

'Promova ações de relacionamento, de entretenimento, faça eventos temáticos, chame o cliente para dentro da loja', conheça sua vantagem competitiva e use criatividade para atrair o consumidor. Vale caprichar na vitrine, oferecer brindes a quem comprar determinada quantidade, ou enviar um cartão de aniversário bem simpático ao cliente.

## ABAIXO A OSTENTAÇÃO

O uso de materiais sustentáveis e de custo relativamente baixo é muito bem-vindo neste momento. É essencial deixar de lado o supérfluo e, principalmente, o excesso de luxo. 'Saem de cena o exagero de iluminação, metais e acrílico dos displays, e entram materiais recicláveis e menos exuberantes', afirma. O ideal é que a mudança de conceito seja pensada para fortalecer o posicionamento da marca - e que venha com toques de inovação e tecnologia.

## O HUMOR SEMPRE VENCE

Uma proposta de marketing bem-humorada, no mínimo, chama a atenção. Ainda mais quando o mundo vive um momento de grande instabilidade. 'Nada mais atual do que levantar o astral do consumidor', diz Brian Dyches, diretor internacional do Retail Design Institute, com sede nos Estados Unidos. O caminho é apostar nas cores e em um eficiente projeto gráfico que pode ser traduzido, por exemplo, em cartazes ou adesivos aplicados nas paredes e no piso da loja. 'Além de refrescar o espaço, a estratégia custa um décimo do preço de uma reforma completa e pode ser realizada em pouco tempo', afirma Dyches.



Ele observa que os tons de amarelo, laranja e vermelho estão em alta, porque são alegres e ligados à prosperidade.

## PODE PEGAR

Se o cliente está reticente, que tal eliminar as barreiras de acesso à loja? Diga 'não' aos vendedores com ar de superioridade, aos balcões e, se for o caso, até à porta de entrada. 'Quanto mais o produto puder ser tocado, maior será a chance de venda'. Um exemplo clássico, e inspirador nos dias de hoje, é a mesa de experimentação instalada em algumas lojas, que permite ao cliente tocar qualquer produto sem ser incomodado. 'Mais do que nunca, é hora de colocarmos o aviso: pode pegar, no lugar do tradicional não toque'.

## MANEQUINS DINÂMICOS

Sem movimento e atitude, uma vitrine perde toda a graça. 'Para fazer diferente, porém, não basta trocar a roupa do manequim. Este precisa transmitir um estilo'. Vale usar adesivos que simulem expres-

sões e adotar peças articuladas, que possam ganhar novas poses. 'Sem criatividade não há como chamar a atenção do consumidor'.

## COMUNICAÇÃO DIRETA

A loja deve usar a linguagem e os ícones de identificação dos produtos e setores de acordo com o perfil dos clientes que atende. 'É preciso adotar signos que eles reconheçam como reais. Não basta ser apenas bonito, deve ser eficiente'. 'Uma boa saída é optar pelos mesmos ícones adotados no computador, reconhecidos por todos os consumidores.'

## LUGAR INCOMUM

Uma forma de realçar o caráter de novidade de uma loja é mudar a posição dos produtos mais de uma vez na semana. Dá para surpreender com atitudes triviais, como inverter a mesa de apresentação da linha masculina com a feminina e substituir a tradicional oferta por grade de tamanho pela proposta de agrupamento por cores. Re-posicionar as araras e até mesmo os manequins, caso eles marquem

presença além da vitrine, também é uma conduta interessante.

## VISUAL LIMPO

'Lojas lotadas de cartazes não funcionam mais'. O segredo é destacar apenas a informação relevante, a fim de chamar a atenção do consumidor. 'Vale a pena comunicar tudo o que servir para incentivar o aumento do tíquete médio e não apenas o preço'. Pode-se destacar, por exemplo, a oferta de kits promocionais (como 'leve três e pague dois') e descontos especiais para portadores de cartão fidelidade.

## EXPOSIÇÃO EFICAZ

'As gôndolas e prateleiras não podem mais parecer simples expositores de produtos, devem se transformar em um espaço de experiência visual'. A ideia é criar ondas de movimento, por meio da combinação de embalagens maiores e menores, da aposta no degradê de cores e do jogo das formas, por exemplo.

## PROMOÇÃO INTELIGENTE

Na ponta de estoque de grife de calçados infantis, as ofertas mudam de perfil a cada semana. 'Praticamos preço único, ora para uma linha de modelos, ora para uma determinada cor, ou ainda damos descontos para calçados fora da estação', diz Elaine Barbosa, sócia da empresa. 'Se o cliente frequentar a loja semanalmente, encontrará uma oferta diferente em cada visita.' Movimentar a ponta de estoque foi uma das formas que Elaine encontrou para atrair o consumidor em tempos bicudos. 'Para garantir o resultado esperado, a promoção deve ter hora para começar e acabar'. 'Caso contrário, compromete a rentabilidade e não causa impacto.'

## Pense duas vezes

### Como usar as redes sociais profissionalmente



Evite emitir ou compartilhar opiniões polêmicas, principalmente as que envolvem posições radicais sobre política, futebol, religião, sexo e assuntos controversos em geral.



Pense muito antes de escrever seu post. Uma vez publicado, dificilmente você conseguirá apagá-lo.



Escreva sobre assuntos que possam ser relevantes profissionalmente. Construa uma estratégia que valorize sua imagem pessoal.



Fotos e imagens constrangedoras que envolvam roupas inadequadas, bebidas, sexo e drogas não devem ser publicadas. Fora de contexto, elas podem dar impressão de irresponsabilidade.



Não fale mal publicamente de colegas, do chefe e da empresa. Nem por meio de indiretas. Além de correr o risco de chegar ao ouvido deles, ninguém vai querer contratar alguém que vive reclamando.



Evite aceitar pedidos de desconhecidos para fazer parte de sua rede social. E se for o chefe? A melhor saída talvez seja aceitar o convite. Mas tenha atenção redobrada sobre o conteúdo postado.

## Mantenha a pose

### No computador de mesa, preste atenção a esses detalhes para ficar numa boa



Deixe o topo da tela na altura dos olhos, ou um pouco abaixo, para evitar inclinações do pescoço e não forçar a região cervical.



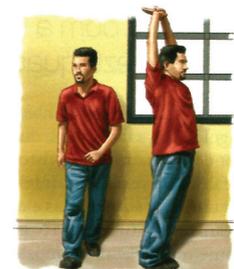
Mantenha os antebraços apoiados na mesa, formando uma linha reta com as mãos, para evitar sobrecarga nos ombros.



Ombros relaxados ajudam. De vez em quando contraia e eleve os ombros para perto das orelhas, inspire e depois solte de uma vez, expirando.



Os pés devem ficar bem apoiados no chão, ou em uma base ajustável sob a mesa. Nunca os coloque sob a cadeira ou em baixo do próprio corpo.



Dê uma voltinha pelo escritório e alongue algumas vezes ao dia. Atitudes simples que evitam dores no corpo.



Para dar apoio e evitar desconforto nas costas, a região lombar deve estar apoiada no encosto.

## Plano para relaxar

### O que fazer para aproveitar o direito ao descanso

#### FIQUE SEGURO

A primeira providência é agir para reduzir ou acabar com a insegurança. Peça feedback e evite entregar tarefas com atraso. Converse com o chefe para não deixar nenhuma pendência. Se não quiser sair por 30 dias, proponha dividir esse tempo.

#### PLANEJAMENTO

Comece a preparar a saída com dois ou três meses de antecedência. Tente prever os problemas que possam ocorrer durante sua ausência. Evite assumir grandes projetos nos dias que antecedem as férias.

#### DELEGAR FUNÇÕES

Entenda quais tarefas precisam ser repassadas e nomeie uma pessoa responsável e de confiança. Repasse as funções de forma clara e objetiva, sem esquecer de documentar os pedidos.

#### BOA VIZINHANÇA

A puxação de tapete acontece em maior intensidade com pessoas que não são queridas pelo time. Mantenha amizade com seus colegas e chefes, são eles que vão cobrir sua rotina quando você estiver fora.

#### TRABALHO REMOTO

Se algumas decisões não puderem ser delegadas, tente limitar o tempo de trabalho remoto nas férias. Cheque e-mails uma vez por dia e desligue o celular corporativo. Avise em que momentos do dia vai estar disponível.

#### DIVIRTA-SE

Controle a curiosidade de saber o que acontece no trabalho. Ocupe-se com atividades interessantes e distrativas: viagens, cursos ou momentos em família. Não é bom mudar completamente o ritmo de vida, para não se entediar ou não se cansar. Nunca visite o escritório.

# O cérebro produtivo



## A TÉCNICA DOS 2 MINUTOS

Em 120 segundos, você aquieta a mente e passa a ter mais clareza das situações ao redor, principalmente em momentos difíceis. É o que ensina o engenheiro Chade-Meng Tan, do Google, autor do recém-lançado livro *Busque Dentro de Você*. "Gosto de dizer que 2 minutos são ideais porque é o tempo que dura a atenção de uma criança e de um engenheiro", diz. Ele ensina dois modos de praticar o exercício:

### MODO FÁCIL

Direcione seu foco de maneira consciente para sua respiração durante 2 minutos. Sempre que se distrair, volte ao foco calmamente. Segundo Meng, a respiração é como a Nova York da sua atenção: se você tiver sucesso nela, terá em qualquer lugar, como em uma reunião que demanda concentração para não se estender por horas ou num projeto que precisa ser concluído logo.

### MODO MAIS FÁCIL AINDA

Sente-se e não faça nada - nem planeje fazer - por 2 minutos. A ideia é mudar sua atenção do "fazer" para o "ser", sem questionar ou imaginar significados mirabolantes para o exercício.

## Clube do Desconto é simples e vantajoso. Participe!

### ACADEMIAS

#### MILLENIUM ACADEMY

**20%** de desconto na mensalidade para associados e funcionários  
Av. Santa Rita, 45 - São Roque  
Centro Comercial Cidade  
Tel. 4784-1760

### IMPRESSÃO

#### MI BALÕES DECORATIVOS

(impressões em balões) - **10%** de desconto para associados. Estrada São Roque / Araçariçuama, 144 - Tel. 4712-7235

### PETS / VET.

#### DOGS WASH

**20%** de desconto nos serviços de ofurô. Associados e funcionários. Rua Prof. Joaquim de Oliveira, 116 São Roque - Tel. 4784-3488

### S.O.S. ANIMAL

**10%** de desconto em produtos anti-pulga, anti-carrapato, vermífugos e produtos de higiene - Associados e funcionários  
Rua Sotero de Souza, 425  
Tel. 4712-6129 - São Roque

### CABELEIREIRO

#### ELZA CABELEIREIRA

**10%** de desconto em todos os serviços do salão (exceto manicure e sobrancelha). Atendimento com a massagista Paula Junqueira. Para associados e funcionários. Rua João XXIII, 17 - São Roque  
Tel: 4712-6195 | 9 9630-1702

### CLUBE

#### GRÊMIO UNIÃO SANROQUENSE

Isonção do valor do título para associados  
R. José Bonifácio de Andrada e Silva, 452 - São Roque  
Tel. 4712-2088

### INGLÊS

#### NOVIDADE FISK SÃO ROQUE

**35%** de desconto mensalidades. **50%** de desconto matrícula. Material gratuito para associados e funcionários  
Av. Antonino Dias Bastos, 660 - Centro - São Roque  
Tel. 4784-6844

### PLANET TALK

#### LANGUAGE CENTER

Cursos de inglês para associados e funcionários  
**50%** de desconto  
Rua José Brenha Ribeiro, 24  
Centro - São Roque  
Tel. 4784-2200

### MICROLINS IDIOMAS

Agora com a caneta que fala inglês!  
Curso de inglês para associados e funcionários  
**30%** de desconto  
Praça da Matriz, 52 A - Centro  
São Roque - Tel. 4712-2575

### CURSOS

#### PREPARA CURSOS

#### PROFISSIONALIZANTES

Associados e funcionários. Cursos Profissionalizantes. **20%** de desconto.  
Rua Padre Marçal, 53  
Sobreloja - Centro  
São Roque  
Tel. 4712-7984

### MICROLINS

#### Educação, Profissão & Idiomas

Associados e funcionários **35%** de desconto no curso de Informática e Profissionalizantes.  
Praça da Matriz, 52 A  
Centro - São Roque  
Tel. 4712-2575

### FAC SÃO ROQUE

- Cursos de Graduação **40%** desconto na 6ª parcela
- Cursos Pós Graduação **15%** desconto mensal
- Cursos Pedagogia para Licenciados **15%** desconto mensal

Para associados e funcionários  
Rua Padre Marçal, 30  
Fone: 4719-9300

### DENTISTAS

#### DR. RIOVALDO CASTELANI

#### DRA. ANA CAROLINA CASTELANI

**10%** de desconto exceto prótese e implantes  
Associados e funcionários  
Av. Tiradentes, 491  
São Roque - Tel. 4712-3601

#### DR. CELSO DOS SANTOS ABREU

**10%** de desconto - exceto próteses - Associados e funcionários  
Rua Cap. José Vicente de Moraes, 37 - São Roque  
Tel. 4784-1340

#### DRA. JULIE L. D. M.

#### RABELO NEVES

**30%** de desconto nos tratamentos odontológicos Associados e funcionários  
Av. Tiradentes, 196 A  
São Roque  
Tel. 4712-5230

#### DR. GUSTAVO CARVALHO ROSA

**10%** de desconto nos implantes odontológicos  
Associados e funcionários  
Rua Dr. Stevaux, 25  
Centro - São Roque  
Tel. 4712-6904

#### CLÍNICA DENTÁRIA RODOVIÁRIA

**15%** de desconto em tratamentos e implantes (exceto ortodontia e prótese)  
Associados e funcionários  
Av. Santa Rita, 11  
Tel. 4784-5013

#### DRA ALINE NERY DE LIMA

**10%** de desconto para associados e funcionários.  
Especialista em cirurgia e traumatologia. Buco maxilo facial  
Rua Santa Isabel, 9  
São Roque - Tel. 4784-6682

### FARMÁCIA

#### FARMÁCIA AMUMINAS

**Medicamentos a preço de custo**  
Torre-se um associado e obtenha R\$ 1,00 de desconto na mensalidade (exclusivo para sócios da Acia São Roque).  
Rua Pedro Vaz, 94 - Centro  
Fone: 4712-8780 / 4712-8877

### INFORMÁTICA

#### CTI - INFORMÁTICA E INGLÊS

Isonção de Matrícula - **20%** de desconto nas mensalidades para informática e idiomas  
Associados, funcionários e dependentes.  
Rua Rui Barbosa, 519  
Centro - Tel. 4712-9720

#### PEOPLE COMPUTAÇÃO

**10%** de desconto para empresas e seus funcionários  
Av. Antonino Dias Bastos, 650  
Centro - São Roque  
Tel. 4784-5550

### TROFÉUS

#### TROFÉUS SÃO ROQUE

Troféus, medalhas personalizadas, shows pirotécnicos, fogos de artifícios.  
**10%** de desconto em todos os produtos.  
Rod. Raposo Tavares, Km 63,5 - N1.628 - Jardim Marieta  
São Roque - Tel. 4712-8154  
99931-4381  
trofeu@trofeusaoroque.com.br