

É na loja que tudo se concretiza

Heloisa Omine



A loja é hoje um forte instrumento de comunicação sendo o principal canal de contato do consumidor com produtos e marcas. Isto significa que a loja é responsável por suprir expectativas de soluções e necessita concentrar-se na capacidade de entrega de valor, compartilhando experiências, sendo fonte de inspiração, tangibilizando promessas e apresentando tendências de possibilidades de consumo. Esta capacidade de entrega de valor, pressupõe desafios, ou melhor, o equilíbrio entre planejamento, compras, distribuição, logística e vendas. Assim, é mais do que oportuno repensar os processos administrativos e operacionais da loja, com o objetivo gerar a sinergia da oferta de produtos, do atendimento, dos serviços agregados, das condições comerciais e do ambiente de conversão. Estabelecer processos no varejo, requer unir experiência, ciência e arte é o que defende os teóricos da administração moderna, mas como implantar no dia a dia da loja? Vale lembrar que:

- a experiência é a soma de todas as práticas já estabelecidas, a flexibilidade para implantar ajustes e correções de rota no planejamento, as definições de atividades operacionais e gerenciais, incluindo a autonomia nas decisões relativas às situações diárias

- a arte é resultado das percepções intuitivas, que direcionam as decisões, principalmente aquelas relacionadas ao mix de produtos, a imagem e ao ambiente de loja, os serviços oferecidos

- a ciência consiste na capacidade de gestão do negócio, na preparação da equipe, nas métricas e controles, nos resultados obtidos e na evolução e nas metodologias de análise do negócio.

Com os processos estabelecidos e monitorados, a loja passa a exercer outras funções, como um centro permanente de análise de comportamento, de inovação e de tendências, com a constante contribuição dos colaboradores e fornecedores.

DIKAS:

É sempre importante reforçar os canais de relacionamento da loja com os consumidores, customizando o mix de produtos, criando eventos promocionais, estabelecendo diferenciações.

Uma última recomendação, a loja é um elemento mutante e é preciso vivenciá-la, dedicando tempo e recursos para torná-la mais próxima de seus consumidores. É este é um trabalho destinado a todos os envolvidos em seu sucesso.

Heloisa Omine – Professora de Pós Graduação da ESPM em Comunicação In Store

Fonte: Indika Bem. [Portal]. Disponível em:

<<http://indikabem.com.br/header/consumo-e-gestao/e-na-loja-que-tudo-se-concretiza/>>. Acesso em: 15 out. 2012.