

Enfrentando momentos de crise e incerteza nas vendas

Por Flávio Paim Rodrigues

As empresas enfrentam, com uma frequência maior do que gostariam, períodos de crise, incerteza de vendas e resultados insatisfatórios. Esses momentos de vendas baixas e vacas magras podem se dar por diversos motivos, mas normalmente se relacionam com o desaquecimento do mercado, incerteza da economia, condições climáticas

, concorrência ou, não raras as vezes, erros nos processos internos da empresa. Vale lembrar que esses momentos de incerteza se apresentam a qualquer tipo de negócio e tamanho de empresa. Dentro desse contexto, o presente texto tem o intuito de auxiliar, de forma objetiva e direta, Empresários e Gestores na tarefa de superar esses momentos complicados.

Inicialmente, é preciso entender que quando se observa uma baixa nas vendas é essencial que a empresa tenha plena consciência de que os seus resultados não estão como deveriam estar, e essa informação só é obtida através de indicadores eficientes, úteis e adequados ao negócio. Após o entendimento desses indicadores, é importante manter a calma. Números ruins preocupam e assustam, mas é necessário observá-los com tranquilidade para que as decisões futuras sejam conscientes e profissionais. E, para o enfrentamento dessas adversidades, a empresa deve adotar as seguintes medidas:

- **Manter o Setor Comercial/Vendas funcionando:** em momentos de incerteza é comum ver empresários optando por diminuir a Força de Vendas, sob o pretexto de diminuir custos. A não ser que a Força de Vendas esteja superdimensionada essa é a última alternativa a ser pensada. Durante crises de venda é essencial intensificar o esforço de vendas e continuar o contato com os clientes. Em outras palavras, é preciso correr o dobro para se vender a mesma coisa.

- **Analisar e trabalhar a carteira de clientes:** clientes que já compraram de sua empresa já conhecem o seu produto ou serviço. Desse modo, a tendência é que seja menos trabalhoso gerar uma nova venda para esse cliente ou mesmo aumentar sua venda média.

- **Manter a busca por novos clientes:** mesmo buscando aumentar a venda para clientes existentes, é essencial que a empresa siga em busca de novos compradores para seus produtos e serviços.

- **Qualificar serviços e atendimento:** em momentos de crise, os compradores tendem a ser mais exigentes e mais cuidadosos em suas escolhas. Por isso, é fundamental que a sua empresa o atenda ainda melhor, para que a experiência de compra do cliente seja superior à encontrada na concorrência.

- **Rever diferenciais e benefícios:** o cliente compra de uma empresa e não de outra pelos seus diferenciais. Se a sua empresa não está vendendo bem, analise os seus diferenciais.

- **Manter e aprimorar as estratégias de Propaganda e Publicidade:** é comum se reduzir os investimentos em Propaganda e Publicidade em momentos mais complicados, porém sem essas ferramentas o cliente deixa de saber da existência do produto ou serviço de sua empresa. Evidentemente, deixando de comprar.

- **Observar com atenção e critério os indicadores financeiros:** baixas nas vendas costumam corroer o Caixa, reservas financeiras, capacidade de investimento e competitividade financeira. Por essa razão, é imprescindível que as finanças sejam sempre observadas.

- **Estabelecer um Plano de Ação:** logicamente apenas um plano não vai resolver os problemas de venda da sua empresa, porém colocar as ações e estratégias no papel permite ter uma visão clara de onde e como se quer chegar.

- **Manter a equipe motivada e coesa:** se as vendas não estão acontecendo como deveriam, é comum aparecer nas empresas alguns profetas do caos. Observe-os com atenção e não deixe que pensamentos negativos se espalhem pela organização, pois esses pensamentos e atitudes tendem a se disseminar em toda a organização, piorando ainda mais a situação.

Enfim, para o enfrentamento de uma Crise em Vendas é essencial que os Gestores mantenham a tranquilidade e o profissionalismo. Também é importante que se tenha a clareza de saber as razões que fizeram o negócio entrar nesse estágio. O enfrentamento de uma crise tende a trazer lições valiosas para a organização, desse modo é fundamental que exista e perseverança, otimismo e trabalho duro para que as Vendas voltem ao patamar desejado.