



ESPECIALISTA DÁ DICAS

QUANDO É A HORA DE MUDAR OU FECHAR A EMPRESA?

▶▶ Leia na página 6

Muito se fala sobre dicas de empreendedorismo ou em como obter melhores resultados para uma empresa. Mas pouco se fala sobre quando chega a hora da decisão de fechar uma organização. E essa é uma discussão importante para pequenos e médios empresários, sobretudo com a crise econômica que se instalou, trazida pela pandemia do Coronavírus.

O coordenador do Centro de Empreendedorismo da Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado (FECAP), Edson Barbero, diz que parte do cenário atual pode ser resultante de uma mudança a longo prazo que está acontecendo na sociedade, como a digitalização.

"Mesmo após a pandemia, seguiremos possivelmente com mercado e sociedade com maior índice de digitalização. Temos que fazer esse olhar a curto prazo e, sobretudo, a longo prazo". Confira dicas do especialista.

1 Pense estrategicamente – A decisão de fechar ou não um negócio tem aspectos financeiros estratégicos, a partir dos quais o pequeno empresário deve avaliar condições financeiras e de caixa.

É preciso pensar nos aspectos do mercado: qual é a projeção futura de receitas, qual o potencial de demanda que seu negócio pode atender, o produto ou serviço que a empresa oferece tem potencial de crescimento, outras empresas podem fazer o que a sua empresa faz?

É preciso também avaliar a perspectiva financeira: qual é o endividamento da empresa, em quanto estão reduzindo as receitas, quais condições financeiras estão provocando um crescimento exagerado de endividamento?

2 Pense com racionalidade – Por outro lado, é evidente que a decisão de fechamento tem impacto em desemprego, do empresário e também dos colaboradores da empresa. Existem os impactos emocionais.

O empreendedor vive uma relação afetiva com o negócio, ele coloca sua vida ali. Ao fechar, a dor emocional é grande

e pode ser um limitador de racionalidade, deixando de tomar decisões estruturadas e financeiras.

3 Reduzir o tamanho do negócio é opção – Antes de decidir pelo fechamento total, também é possível avaliar reduzir a operação da empresa. O fechamento provisório pode ser uma alternativa. Cabe inclusive uma redução do tamanho da operação.

Um restaurante pode se tornar um local de delivery durante a pandemia e depois voltar a ter um espaço maior para atender presencialmente. O empresário tem que identificar quando, dada a sua realidade, pode reduzir a operação ou fechar definitivamente.

4 Reconheça suas competências – O empresário precisa ter em mente que a sua vida nos negócios não acaba com o fechamento de uma empresa e que ele pode continuar nos negócios após a pandemia. Muitas vezes, o empresário se vê como vendedor ou prestador de um serviço específico.

Mas ele também precisa enxergar a ele próprio e a seu time como possuidores de competências, como networking e competências comerciais. Ao observar a própria competência, o empresário deve avaliar em quais novos negócios pode se aventurar.

Exemplo: um empresário do setor de educação, que está sendo bastante afetado, pode se perceber competente para atuar em negócios da comunicação, haja vista que ele exercita a capacidade de dialogar, conversar, levar conhecimento, e isso pode ser feito de outras formas e modelos de negócio, que não abrir uma escola.

Um dono de restaurante pode perceber que pode ser educador de gastronomia, ou um youtuber ligado ao universo da alimentação. Que tal, após a pandemia, oferecer um serviço de confraternização de comida de alto nível, na residência do cliente?

5 O que você sabe fazer bem? – O especialista recomenda ser flexível: olhar para si... no que você é bom, o que sabe fazer bem? Enxergue suas competências! O mercado é instável, os produtos ficam obsoletos rapidamente, mas as competências não. Pode haver no futuro demanda menor de professores universitários, como eu.

Mas pretendo continuar desenvolvendo minhas competências analítica e de comunicação, para me adaptar a novas realidades. Mudanças tendem a acontecer de forma cada vez mais rápida. Não há um modelo de negócios que seja suficientemente sólido e que suporte tantas mudanças. Mantenha-se calmo, focado e com autoestima elevada, isso é muito importante.

6 Não se sinta derrotado – Uma força maior, que a humanidade nunca viu antes, está derrotando a todos. Fechar empresa, infelizmente, é uma realidade do empreendedorismo brasileiro. Mas isso não significa derrota ou fracasso pessoal, pelo contrário.

O empresário deve levantar a cabeça, tendo consciência de que a derrota é um instrumento de aprendizado, para que esse empresário se torne ainda maior, mais forte. A maior derrota é a da saúde: a preservação da vida é o que poderá gerar renda no futuro. Sem vida não há negócios.

Fonte e mais informações: Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado (www.fecap.br).

EMPREENDEDORES COMPULSIVOS

#tenhacatrizes



Marcelo Salvo

Os Medos x O Brilho

Marcelo Salvo (*)

Todo empreendedor tem preocupações, todos os dias, 24 horas, porém, devemos evitar os medos que nos bloqueiam.

O medo de não prosperar, de não entrar clientes no nosso estabelecimento, de não conseguir vender, do cliente não trocar pela concorrência, do cliente não gostar dos nossos produtos ou serviços, medo de outras crises, medo de perder clientes.

Mas ele também pode os ajudar, ele funciona muito bem quando pensamos em agir de forma precipitada a uma situação.

O medo retrai a nossa capacidade intuitiva, criativa e inovadora, além de paralisar nosso crescimento.

Temos de eliminar esse sentimento acreditando em nós mesmos, fazendo nosso melhor, oferecendo para os clientes, boas experiências.

Saiba que o cliente compra o brilho do seu negócio, se você brilhar ele te compra.

O cliente compra o astral do ambiente, a proposta temática, ele compra o brilho nos olhos que você demonstra pelo seu negócio.

E esse brilho nos olhos, deve ser expandido para seus funcionários, todos aquele que junto com você, proporcionam a experiência de que falamos.

A recepcionista, o manobrista, atendente, cozinheiro, caixa, garçom, vendedor, entregador, simplesmente todos.

Se você fizer seus produtos ou serviços brilharem por intermédio do valor percebido pelo cliente, a venda acontecerá mais fácil.

As pessoas compram pela emoção e por incrível que pareça, comprar o seu brilho, é mais fácil do que elas próprias gerarem esse brilho.

As pessoas vão para um restaurante ou pedem por delivery em casa, porque querem experimentar algo que alguém aprendeu a fazer e deve ser

delicioso, elas não querem aprender, demanda tempo, e precisa gostar.

Compram a experiência de um professor, para explicar coisas que elas ainda desconhecem

Tudo para serem felizes mais rápido e também para simplificar suas vidas.

Não é fácil vender, não é fácil conquistar um cliente, mas com foco, determinação e persistência tudo vai acontecendo naturalmente.

Fazer a sua parte não é o suficiente, é preciso que todos façam com você o melhor, desde a comunicação que tem com os clientes, presencial ou online, até a qualidade do que se entrega.

Um dia fui dar treinamento de vendas em uma empresa pequena de estética e percebi que as pessoas estavam super felizes de estar ali, mas a proprietária estava mais, havia trazido seu pai que investiu no seu sonho, ela anotava cada detalhe do treinamento em um caderno e fazia perguntas, estava super envolvida no negócio, queria que desse certo, seu corpo transpirava empolgação e nos olhos eu consegui ver tudo isso.

Antes de terminar o treinamento, quase no final, eu disse a ela, "esse brilho nos seus olhos deve estar nos olhos de cada uma das **peças da sua equipe**, porque não basta gostar do que faz, tem que amar para que as coisas fluam, tem que transpirar, terá que fazer sentido todos os minutos gastos dentro do ambiente onde trabalha, fazer sentido para quem vende e para quem compra, então a partir de agora, a sua dedicação deve estar em fazer os olhos dessas pessoas brilharem como o seu".

Use o medo a seu favor, mas não deixe que ele te use.

Bons negócios.

(*) É membro dos Empreendedores Compulsivos, é diretor da Atitude Profissional Educação Corporativa. Com 30 anos de experiência em vendas é graduado em Administração e Artes Cênicas – Ator, com especialização em Gestão de RH e pós graduado em Marketing e Negociação e Vendas pela FAAP. Professor de Pós e MBA na B. I. Internacional e Senac, é também Escritor do livro Atitude Profissional.