

# PLANEJAMENTO PARA A SUA LOJA EM 2021



**PATOGÊ**



Embora o ano de 2020 tenha sido atípico e incerto para as empresas, já há pistas de como encarar 2021. Pensando nisso, o tema da vez será **Planejamento Estratégico** e como sua empresa pode tomar decisões no futuro, mesmo em um cenário diferente do esperado.

A grande sacada é ressignificar as adversidades e aproveitar a mudança de comportamento do consumidor para fazer ajustes nas metas.

Antes de começar seu planejamento, queremos lembrar também que aqui tem um material importante para ser lido: [Mudanças no Varejo e Tendências de Consumo](#)

# Índice de Conteúdos

**1. Onde quero chegar?**

**2. Análise de Cenários**

**3. Plano de Ação**

**4. Dicas para sua Equipe de Vendas em 2021**

4.1. O que mudou nas vendas em 2020?

4. 2. Datas Especiais para ações comerciais

# 1. Onde Quero Chegar?

O planejamento estratégico é um guia, com um passo a passo, com os principais pontos que a empresa quer mudar, otimizar ou implementar nos próximos meses. Se o planejamento é um conjunto de fases, o principal ponto aqui é definir **ONDE SE QUER CHEGAR**, concorda?

Então comece anotando os objetivos da sua empresa de forma clara. Se o seu time não compreender quais os objetivos e planos da empresa, dificilmente irá conseguir executar o planejamento e bater as metas.



## 2. Análise de Cenários

Para começar a planejar, é preciso entender todo o contexto interno e externo da sua empresa. Saber quais as forças e fraquezas do seu negócio e quais são as ameaças e oportunidades do mercado. Nesta fase é importante também analisar a concorrência.

Ao fazer uma análise geral do cenário você não irá prever o futuro, mas irá identificar fatores que podem vir a ser um problema e sua empresa poderá se preparar melhor. Sem contar que é a partir da análise profunda do negócio e mercado que iremos definir metas, sonhar com algumas conquistas, ajustar pontos necessários.



## MÃO NA MASSA

Comece anotando **tudo** que considerar relevante, para preço, promoção, distribuição, mix de produtos, pessoas, etc.

Veja ao lado um pequeno exemplo, bem simplificado, de uma loja de roupas:

---

O quadro ao lado é apenas um exemplo de alguns pontos que podem ser pensados para seu negócio. Existem muitos outros fatores que podem ser considerados no seu planejamento! :)

| PONTOS FORTES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | PONTOS FRACOS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Loja física consolidada no mercado e bem localizada (no centro da cidade); Possui uma equipe treinada e capacitada;</li> <li>• Vende os melhores produtos do mercado (marcas importantes nas araras);</li> <li>• Mix de produtos interessante;</li> <li>• Consegue negociar muito bem com fornecedores;</li> <li>• Possui CRM e trata bem os dados dos clientes.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Não possui presença virtual consolidada ainda;</li> <li>• As redes sociais da empresa são pouco movimentadas;</li> <li>• O preço praticado está um pouco acima do esperado pelos consumidores;</li> <li>• Não possui verba definida para o marketing e faz poucos investimentos em comunicação;</li> <li>• A gestão do estoque precisa ser otimizada.</li> </ul> |
| OPORTUNIDADES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | AMEAÇAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• O governo está oferecendo um subsídio X para pequenas empresas;</li> <li>• Redução nos impostos;</li> <li>• A pref. da cidade está construindo um grande empreendimento bem próximo a sua loja (o que traria maior movimentação no futuro);</li> <li>• Marketing de influenciadores em ascensão (facilidades para estabelecer parcerias).</li> </ul>                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Com a pandemia os clientes estão comprando menos;</li> <li>• Concorrentes estão vendendo online e investindo muito mais em marketing digital;</li> <li>• Aumento do DIY (faça você mesmo) e Upcycling - provocando uma mudança no comportamento de compra do consumidor.</li> </ul>                                                                              |

# 3. Plano de Ação



Agora que você já desenhou seu cenário e conseguiu entender o que está acontecendo no seu mercado de atuação, é hora de pensar em pontos que gostaria de implementar em 2021.

Seja realista e proponha metas possíveis de cumprir. Converse com sua equipe para entender qual a prioridade, entre os tantos sonhos que tem, para o próximo ano. Algumas empresas vão entender que a prioridade é reestruturar a equipe e motivar os funcionários após a crise. Alguns negócios terão como prioridade as vendas online e investir em marketing digital. Não existe certo ou errado, cada empresa tem a sua necessidade e recursos disponíveis para a execução.

Você pode começar a montar um plano de ação bem simples, como o da tabela abaixo:

| PLANO DE AÇÃO                          |                                                                              |            |                              |         |           |
|----------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|------------|------------------------------|---------|-----------|
| O QUE FAZER                            | POR QUE FAZER                                                                | PRAZO      | QUEM VAI FAZER               | CUSTO   | SITUAÇÃO  |
| Criar um perfil no Instagram           | Para prospectar novos clientes e comunicar com público-alvo (relacionamento) | 12/12/2020 | Ana (Marketing)              |         | Concluído |
| Loja online                            | Para aumentar número de vendas                                               | 02/02/2021 | Empresa/Agência Terceirizada | R\$ XXX | No prazo  |
| Reforma para ampliar vitrine e estoque | Melhorar exposição dos produtos, luminosidade e circulação                   | 01/03/2021 | Empresa de Engenharia        | R\$ XXX | No prazo  |

Faça sua tabela e anote **tudo** que quer realizar em 2021, com prazos, com a verba já definida e a pessoa responsável pela execução.

Você pode delegar algumas tarefas para o gerente de vendas, para os vendedores, para o setor de marketing e contratar outras empresas quando necessário. O importante é tirar o sonho do papel.

# 4. Dicas para sua Equipe de Vendas em 2021

Agora que você já criou um plano de ações geral, vamos falar mais especificamente das vendas, com algumas dicas práticas.

## 4.1. O QUE MUDOU NAS VENDAS EM 2020?

Já falamos em outro material sobre as mudanças do comportamento do consumidor, mas é importante pontuar aqui também algumas mudanças importantes para as equipes comerciais:

- Aumento considerável das vendas remotas (via whatsapp, Instagram, telefone, etc);

- Grande crescimento do comércio eletrônico;

- Redução no orçamento do cliente: seus vendedores precisam estar preparados para negociações e sua empresa pode precisar ponderar uma eventual revisão da política de preços;

- Mudança de sazonalidades. A moda já estava mudando antes mesmo da pandemia, mas agora ficou ainda mais evidente. Se antes tínhamos duas coleções grandes lançadas anualmente, agora a tendência de produtos atemporais e lançamentos cápsulas está ainda mais forte.



## 4.2. DATAS ESPECIAIS PARA AÇÕES COMERCIAIS

Aproveitar datas especiais para realizar ações promocionais já faz parte do calendário da maioria das empresas, mas é legal também incluir algumas dessas datas no planejamento anual. Anote ideias e dicas que seus funcionários podem ter para alavancar as vendas nesses períodos ou mesmo para gerar engajamento nas redes sociais.

Aqui, compartilhamos um peq. calendário:

### LISTA DE FERIADOS NACIONAIS DE 2021

1º DE JANEIRO **Confraternização Universal**  
 02 DE ABRIL **Paixão de Cristo**  
 21 DE ABRIL **Dia de Tiradentes**  
 1º DE MAIO **Dia do Trabalho**  
 07 DE SETEMBRO **Independência do Brasil**  
 12 DE OUTUBRO **Dia de Nossa Senhora Aparecida**  
 02 DE NOVENBRO **Dia de Finados**  
 15 DE NOVENBRO **Dia da Proclamação da República**  
 25 DE DEZEMBRO **Natal**

### DATAS ESPECIAIS PARA CRIAR AÇÕES EM 2021

|                                        |                                                 |
|----------------------------------------|-------------------------------------------------|
| 30 DE JANEIRO <b>Dia da Saudade</b>    | 30 DE JULHO <b>Dia dos Amigos</b>               |
| 14 DE FEVEREIRO <b>Valentine's Day</b> | 08 DE AGOSTO <b>Dia dos Pais</b>                |
| 16 DE FEVEREIRO <b>Carnaval</b>        | 15 DE AGOSTO <b>Dia dos Solteiros</b>           |
| 08 DE MARÇO <b>Dia da Mulher</b>       | 15 DE SETEMBRO <b>Dia do Cliente</b>            |
| 15 DE MARÇO <b>Dia do Consumidor</b>   | 12 DE OUTUBRO <b>Dia das Crianças</b>           |
| 04 DE ABRIL <b>Páscoa</b>              | 31 DE OUTUBRO <b>Dia das Bruxas (Halloween)</b> |
| 09 DE MAIO <b>Dia das Mães</b>         | 26 DE NOVENBRO <b>Black Friday</b>              |
| 12 DE JUNHO <b>Dia dos Namorados</b>   | 29 DE NOVENBRO <b>Cyber Monday</b>              |
| 28 DE JUNHO <b>Dia do Orgulho LGBT</b> | 25 DE DEZEMBRO <b>Natal</b>                     |
| 13 DE JULHO <b>Dia do Rock</b>         | 31 DE DEZEMBRO <b>Réveillon</b>                 |

# PATOGÊ



patogeooficial



Patogê Jeans



patoge.com.br

