

PLANEJAMENTO E GESTÃO DE VENDAS

Andressa Luiza da Silva, Raquel Pinton Geraldino Daolio

RESUMO:

Este artigo é para mostrar a importância das redes sociais e mídias sociais como ferramenta para o alcance de metas, melhoria de processo, melhoria de departamentos com a comunicação, vendas avançadas e facilitadas e etc. Apresentando a importância das redes e mídias sociais dentro de um ambiente corporativo a empresa que temos alto acesso, pois faz parte do nosso dia a dia com isso mostrar como pode-se fazer a consciência de melhoria, tendo como foco principal a busca pela satisfação dos clientes, compreendendo o fator humano como chave primordial para produção de bens ou serviços com qualidade, mas também no compromisso e na disposição dos colaboradores da organização para a aplicação de padrões de excelência

Portanto percebe-se que as redes sociais são um forte diferencial para a organização, buscando nesse aspecto a competitividade no mercado com produtos e serviços confiáveis, atualizações e clareza.

Abstract

This article is to show the importance of social networks and social media as a tool for achieving goals, process improvement, improvement departments with communication, advanced and easy sales and etc. Introducing the importance of networks and social media within a corporate environment the company that have high access, as part of our day to day with that show how you can make to improve awareness, focusing mainly on the search for satisfaction customers, including the human factor as a primary key to the production of goods or services with quality, but also the commitment and willingness of the organization's employees for the application of standards of excellence

So it is clear that social networks are a strong differentiator for the organization, seeking in this regard competitiveness in the market with reliable products and services, updates and clarity.

Palavras-Chave:

Redes Sociais; Cultura de Qualidade; Excelência, Satisfação, Melhoria, Organização.

INTRODUÇÃO

Percebe-se no dia em que estamos vivendo, na geração que passamos, no século que nos encontramos um alto crescimento na informática no Brasil, colaborando isso para um mundo cada dia mais globalizado, com pessoas mais inteligentes e ágeis, um mundo mais competitivo exigindo muito mais conhecimento e dedicação dos funcionários, uma grande a proximidade e fácil acesso para as pessoas do mundo todo. Com isso mostra-se: a evolução da raça humana. A grande guerra das novidades tecnológicas é a grande batalha entre o homem e a natureza, descobertas científicas, cura de determinadas doenças incuráveis, e globalização. No nosso dia-dia buscamos ferramentas ou coisas que melhorem e facilitem nossas vidas dos mais diversos modos, sendo em casa, no trabalho ou na vida pessoal e profissional, mostrando de uma maneira rápida, questão de segundos, minutos, a cada momento surgem inovações digitais tecnológicas. Essa inovação digital é sempre muito importante e, conseqüentemente, as empresas têm que buscar inovações que andem junto com as tendências do mundo tecnológico.

Abordaremos neste artigo a eficácia das redes sociais dentro de uma empresa e sua popularização como ferramenta de trabalho assim como vantagens e desvantagens. O desenvolvimento para isso foi a pesquisa em sites de grandes nomes, a observação dentro de empresas, a leitura e pesquisa em livros de grandes, com isso trazendo a possibilidade da teoria e prática sejam interligadas, surgindo novas abordagens sobre o mesmo assunto, abrindo um leque de ideias para pesquisas futuras referente ao verdadeiro sentido da relação empresa-cliente através das redes sociais corporativas e despertar nas organizações a busca por essas redes. Embora a rede social a mídia ela tenha como peça de foco o cliente e suas necessidades próprias, não tem atingido um nível constante de produção enfrentando um período de oscilação, o que acarreta prejuízos financeiros; por não cumprir metas e vendas estimadas no plano de ação devido ao baixo fluxo operacional, gera insatisfação dos clientes; além desse quadro pôde-se observar, também, a falta de estrutura (espaço físico – falta de atualizações nas redes sociais mais agressivas, falta de campanhas mais sugestivas, despreparo dos funcionários, a falta de aquisição de peças e componentes para reabilitação imediata de computadores, podendo adotar como solução simples e barata o uso de uma importante mídia social que é o e-mail, Facebook, Orkut entre outros para poder informar o cliente a padronização, sendo monitorado diariamente a fim de colher dados satisfatórios sobre o uso da ferramenta e lançado o resultado obtido mensalmente. Esse trabalho se

reveste de importância pelo fato de ter aliado a pesquisa teórica, bibliográfica, com o mundo real, observado no dia-a-dia de uma empresa.

Portanto, uma gestão de vendas eficaz é aquela que desenvolve e mantém processos comerciais eficientes, que agreguem valor ao cliente e que façam das experiências de compra de seus clientes momentos mágicos. Vendedores motivados são criativos, responsáveis, autônomos e estão atingindo metas. (<http://www.gup.com.br/Gestao-de-Vendas.asp>)

“O produto Gestão de Vendas tem como objetivo aumentar a eficácia do processo comercial da sua empresa de forma a:

- Implantar um processo de vendas com metodologia;
- Implantar ações de melhoria nos pontos de vendas, vendedores e processo comercial como um todo;
- Aumentar o volume de vendas;
- Reduzir tempo de fechamento;
- Aumentar fidelização e retenção de clientes;
- Aumentar o valor médio (ticket médio) de venda;
- Implantar indicadores de desempenho comerciais.”

Fundação Teórica

IMPORTÂNCIA DAS REDES SOCIAIS NAS EMPRESAS

Entende-se como moderno algo que atende as necessidades do momento atual e é interessante aos olhos de pessoas comuns. A grande disseminação das redes sociais tem a ver com uma grande expansão de negócios mas há quem as vê apenas como uma simples diversão e atrativo para um bom relacionamento no mundo virtual e tecnológico, sem perceber que, às vezes, elas não são tão interessantes nem para o empregado e nem para o empregador.

No Brasil, a rede social é mais acessada, esse quadro pode ser alterado e o uso dessas ferramentas ser bastante ampliado em curto espaço de tempo, por isso se torna cada vez mais interessante as empresas explorarem mais essas redes sociais pelo fato do grande fluxo virtual de pessoas em busca de informações, novidades, promoções, oportunidades de empregos, entre outros atrativos.

Algumas empresas investem pesado no marketing virtual buscando atualizar sempre seus clientes, desde o lançamento dos produtos até promoções e ofertas inserindo o consumidor em suas contas virtuais, perfis ou atendimento virtual, o que torna as informações mais atrativas e interessantes e em tempo real, o que é o mais importante. Dessa forma bastante chamativa o consumidor fica sempre por dentro de novas tendências de moda, tecnologia, atualidades e notícias e sempre é bom e isso acaba sendo uma estratégia de marketing para ampliar seus negócios em busca de novos horizontes e contar com feedback imediato de seus clientes, reclamações, críticas, elogios etc.

A percepção da parte do mercado de que mídias sociais se aplicam somente às empresas que se relacionam mais fortemente com o consumidor final como serviços, telecomunicações e varejo. Isso demonstra certa maturidade do mercado brasileiro em relação ao conhecimento do que essas mídias podem proporcionar aos variados tipos de negócios existentes. Mas também uso das redes sociais é bem variado, há pessoas que as usam para fazer o mal, para alertar algum acontecimento, escapar de blitz, alguns auxiliando vítimas de catástrofes, enchentes etc.

As tendências que se encontra hoje no mercado e no mundo claro que varia a cada dia inovando e crescendo, mas o uso do celular para acesso à internet será maior do que o computador comum doméstico ou notebook e palmtops. A otimização de mídias sócias tornou-se uma ferramenta de marketing bem sucedida. Outra tendência que está em foco são os famosos App's, se a empresa não tem uma aplicação móvel ela está praticamente morta; outra tendência que está em constante evidência são as publicidades sociais que divulgam de uma forma eficaz e clara toda a ação de marketing de uma empresa proporcionando ao usuário clareza e rapidez nas informações e promoções em tempo real.

A internet a mídia tem todos esses lados positivos como dito a cima que citaria um pouco disso, mas também tem o lado de desvantagem. As redes sociais são ótimas ferramentas, isso todos sabem, mas também têm sua parte ruim para quem não sabe usá-las com moderação e cuidado; se as informações forem bem gerenciadas trazem bastante benefício ao usuário mas, em caso contrário, podem trazer vários malefícios principalmente no ambiente corporativo.

Metodologia

Uso de livros acadêmicos com pesquisas, gráficos, autores com grandes conhecimento e nome, pesquisa na observação das empresas de grandes e pequenos portes, busca do dia a dia em nosso trabalho. Tudo com o único objetivo de mostrar como as redes sociais e a mídia são importante e essenciais para nosso trabalho, lazer, ideias, inovações.

Pesquisa das fontes bibliográficas: livros, revistas científicas, teses, relatórios de pesquisa entre outros, que contêm não só informação sobre determinados temas, mas indicações de outras fontes de pesquisa;

Leitura do material: coordenada de forma seletiva, filtrando as partes principais para o desenvolvimento do estudo;

Elaboração de fichas: descritos os resumos de partes essenciais do material pesquisado;

Organização e análise das fichas: organizadas de acordo com o seu conteúdo, verificando sua confiabilidade;

Por meio deste método, possibilita-se reunir em uma única base de dados todas as informações reunidas, cujas fontes encontram-se em bibliotecas, publicações, entre outros.

CONCLUSÃO

O objetivo era abranger um pouco sobre as redes sociais e tipos de mídias sociais que de todo o cotidiano de uma empresa e usuários domésticos e alertar para a grande e potente ferramenta que o colaborador tem em suas mãos, tanto para disseminar informações produtivas sendo positivas, quanto para disseminar informações negativas. Atualmente existe uma grande gama de informações e atualizações que se pode proporcionar ao cliente usuário, expansão de sua empresa e ampliação tática de implantação a fim de adquirir o máximo possível de desempenho dessa ferramenta.

Pôde-se verificar pelos resultados apresentados que o uso das redes sociais é de grande importância para expansão de marketing empresarial dentro da busca da melhoria contínua da organização. Acima de tudo, procurou-se mostrar a relação entre mídias sociais e empresas na gestão de qualidade, enfocando a integração teoria/prática, possibilitando novas possibilidades de negócios. A utilização das ferramentas propostas propicia a redução de custos, encadeando a obtenção de excelentes resultados financeiros e uma condição competitiva privilegiada no mercado com um produto confiável e acessível ao consumidor.

Portanto o uso adequado das redes sociais possibilita a excelência no atendimento dos clientes, a sedimentação do novo comportamento de todos os envolvidos, a qualidade com foco voltado para o cliente e a abrangência de diversos tipos de públicos: clientes, fornecedores, colaboradores, investidores, gestores, governos e a sociedade como um todo.

Referencias Bibliográficas

KOTLER, Phillip. KELLER, Kevin Lane. Administração de Marketing. São Paulo: Pearson Education do Brasil Ltda, 2009. 12ª edição.

http://unifia.edu.br/revista_eletronica/revistas/gestao_foco/artigos/ano2013/setembro/marketing.pdf