

AGÊNCIA COLUCCI

MANUAL DE SOBREVIVÊNCIA
*Como blindar seu
negócio na crise*

AC

AGÊNCIA COLUCCI



INTRODUÇÃO

Realmente o que era apenas uma ameaça local em menos de um mês se tornou uma pandemia global pegando literalmente muitas empresas de “surpresa” e assim todo mundo tomou ciência do que é o coronavírus e assim iniciou o pânico.

Pensando nisso criamos este e-book com alguns pontos importantes que podem ajudar pequenas empresas e negócios a se manterem funcionando com as portas abertas, sobrevivendo a esta e muitas outras crises que estão por vir, se tornando empresa sólidas e blindadas contra crises





Tenha calma e organize sua estratégia

Antes de qualquer coisa é importante sentar e se acalmar, o cenário externo de pandemia com o coronavírus está mudando e infelizmente você não tem controle sobre ele, você pode apenas controlar o seu interno então faça isso.

Quando se acalmar, comece a adaptar sua estratégia para os piores cenários onde sua receita despenca para praticamente a zero, contratos são cancelados, o movimento no caso de um comércio local de porta aberta chega ao mínimo entre outros casos.

Com todas estas situações devidamente pensadas agora você precisa traçar um plano de resposta para diversos casos, seja diminuindo seu custo/despesa e até mesmo fechando temporariamente uma de suas unidades.

Aqui é importante entender que em caso de medidas drásticas como demitir colaboradores chave no processo devem ser executadas com cuidado, pois sabemos que é apenas um período e por isso não comprometa a operação inteira para uma futura retomada.

Por isso tenha calma e realize o planejamento necessário.

O poder do planejamento

Neste momento onde uma pandemia que supostamente não poderia ser prevista qualquer planejamento prévio faz muita falta, afinal existem casos onde empresários um mês antes da quarentena realizaram grandes investimentos comprometendo uma parte significativa de seu caixa ou até mesmo tiveram quedas bruscas em suas receita!

Neste momento o mais importante é sobreviver, mesmo que agora não seja possível criar um planejamento para o atual cenário, mas uma lição precisa ser aprendida:

Realize seu planejamento para o pior cenário possível!

Entenda que se planejar para o pior vai naturalmente “blindar” o seu negócio contra baixas temporadas e reveses que o mercado pode trazer, isso o torna antifrágil.

Este termo caso não conheça foi cunhado no livro “Antifrágil: Coisas que se Beneficiam com o Caos” do autor **Nassim N. Taleb**, que ficou conhecido pelo livro “A Lógica do Cisne Negro”.

No livro Antifrágil, Taleb lista alguns conceitos e premissas importantes que visam preparar o negócio para os piores cenários possíveis, o que permite à empresa criar “resistências” contra as oscilações de mercado, ainda aproveitando destes cenários para conseguir crescer.

Em resumo é importante ter um planejamento de médio a longo prazo com um estudo dos piores cenários possíveis e planos de contingências para estes acontecimentos.

Como ter múltiplos canais é importante

O segundo ensinamento que a quarentena trouxe para as empresas foi a importância de ter múltiplos canais de atendimento e vendas.

“Cash is King” ou Dinheiro é Rei

“O dinheiro é rei” é uma expressão usada algumas vezes na análise de negócios ou carteiras de investimentos e se refere à importância do fluxo de caixa na saúde fiscal geral de uma empresa.

Por isso em um momento de pandemia seja de coronavírus ou qualquer outra situação de crise é importante ter liquidez disponível para sustentar a empresa durante pelo menos esta fase. por isso caso tenha alguma maneira de gerar tal caixa este é o momento para fazê-lo.

Pois neste momento que as empresas que tinham fluxo de caixa positivo e uma margem ideal sobrando vão passar por esta crise com muito mais tranquilidade sem ser afetado pela crise.

Agora as empresas que não tinham um fluxo de caixa positivo, batendo o famoso zero a zero a todo mês, um alerta precisa ser ligado. O ideal é buscar uma forma de aumentar o quanto antes esta liquidez mas sem comprometer a operação.

Lembre-se que isto é apenas uma fase e por mais que pareça que não vai passar ou isso vai acabar com o mundo, não vai é apenas um fase e o importante é passar por esta fase.

Aproveite as Oportunidades

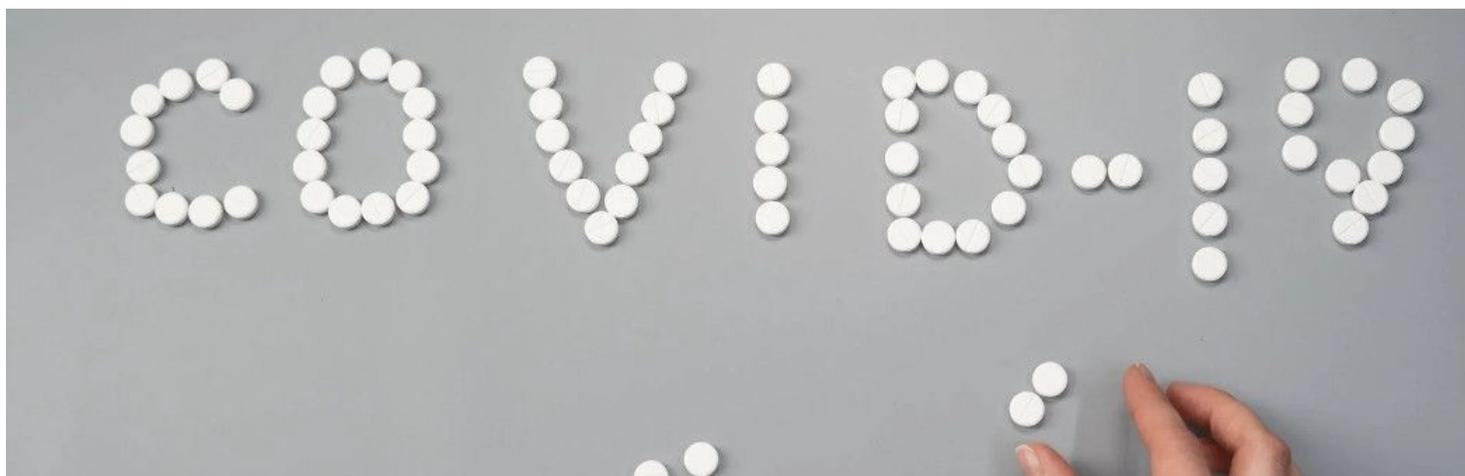
Agora depois de se acalmar e definir planos de contingência para caso a situação se torne algo pior, é o momento de definir uma maneira diferente de realizar receita para seu negócio.

Uma coisa que você precisa entender é que por mais que o movimento tenha diminuído muito ele não parou, ele simplesmente foi direcionado para outros canais pois as pessoas ainda têm necessidades e desejos, apenas precisa que você se apresente para elas em suas casas.

Então enquanto muitas empresas principalmente os concorrentes estão com medo e se retraindo isso abre uma porta sua empresa diversificar neste momento, criando novos canais de entrega do produto como é o caso do delivery que está crescendo muito sem falar em canais digitais como lojas virtuais.

Aqui vale a criatividade quase todos os segmentos podem oferecer algum benefício remoto e conseguir entregar um produto agora ou a longo prazo, após a pandemia do coronavírus como é o caso de empresas de turismo que estão oferecendo pacotes de viagem para depois de 2 meses com um considerável desconto o que já mantém um fluxo de caixa para ajudar a receber o impacto dos cancelamentos.

Por isso vale a pena desenvolver ou até mesmo investir mais recursos em um canal de vendas que seja ideal para o momento.



Não colocar todos os ovos no mesmo cesto

Uma lição que foi aprendida é não colocar todos os ovos em uma única cesta, que basicamente é não é inteligente apostar tudo em uma única jogada ou estratégia, o mais importante é entender o que você está fazendo e os riscos que está correndo.

Lembro que quando a crise do COVID-19 começou a dar os primeiros sinais de que haveria uma mudança brusca no panorama, as bolsas financeiras acabaram sentindo e reagindo com uma queda brusca o que fez muitos investidores tanto mais antigos quanto os mais novos sofrerem prejuízos.

Mas os que mais sofreram foram os investidores de primeira viagem que apostaram grande parte de seus ganhos e reservas em um mercado que estava em plena ascensão distribuindo ganhos para todos, o que naturalmente “atraiu” muitos novos investidores seguidos por promessas mirabolantes.

E quando houve essa queda muitos não estavam entendendo e nem acompanhando a situação o que fez perderem grande quantidade de seus montantes quando não perderam 100%, simplesmente por apostar tudo em uma única estratégia que nem ao menos eles mesmos tinham conhecimento.

Por este e outros motivos é importante não apostar tudo em uma única escolha ou estratégia.

A Importância do delivery e sua estrutura

Agora com esta situação mais do que nunca fica claro duas coisas: a primeira é que o delivery de produtos é essencial e nunca foi tão importante para qualquer empresa e o segundo é a clara falta de estrutura para o delivery.

Mais um exemplo de um dos conceitos do antifrágil que prega a empresa se aproveitar de situações adversas com uma velocidade de adaptação imensa gerando uma grande oportunidade para crescer muito.

Então uma lição aprendida é que se sua empresa possui uma estrutura de delivery abuse dela, leve isto até seu cliente uma vez que manter um espaço físico pode possuir um custo maior que uma estrutura de delivery.

Home office, uma possibilidade pouco explorada

Um aprendizado é que o se antes o home office era uma opção hoje é uma necessidade, e muitas empresas devem criar políticas para conseguir manter sua operação independente onde seu colaborador está. no momento.

Claro entendo que algumas operações não possuem esta “capacidade” mas garanto que grande parte da equipe que oferece este suporte a operação pode sim ser realizada de maneira remota, o que reduz muito o custo diário da empresa, melhora a vida e otimiza o tempo do colaborador já que ele não precisa mais se locomover até a empresa, por isso é uma possibilidade que precisa ser explorado e adotado.

Não demita seu time se possível

Nos últimos dias as grandes empresas e grupos como Magazine Luiza, BTG, Natura, Boticário entre outras iniciaram um movimento #nãodemita, que basicamente tem a intenção de evitar uma escala de demissão em massa o'que agravaria muito mais a situação.

Só quem desenvolveu um time e passou meses aprimorando e melhorando a sinergia entres os colaboradores sabe que caso um peça errada seja removida a performance geral despenca, o que torna impossível uma retomada rápida quando a situação for mais favorável.

Entenda que por mais desesperadora que seja a situação atual ela vai passar e aos poucos vai retornar a normalidade, por isso o ideal é não se desfazer de membros chaves do time se possível para quando houver a normalização a empresa conseguir ter uma retomada mais rápida e não ter que investir tempo para desenvolver novamente o time.

Bônus: Ações de sobrevivência para setores

Abaixo listei três estratégias para continuar gerando caixa mesmo em tempo de quarentena, divididas em segmentos para tentar ajudar neste momento de necessidade.

Segmento: Varejo

Negócios: Lojas de produtos e mercados

Abuse de marketplaces e Aplicativos

Marketplaces como Magazine Luiza, Americanas e Mercado Livre permitem que em pouco tempo seu negócio consiga realizar vendas pela internet pagando uma pequena taxa de comissão para a plataforma.



Já aplicativos como iFood e Rappi permitem que lanchonetes e mercados realizam entregas em domicílio direto para o cliente, o que ajuda a manter o funcionamento destes tipos de negócios.

O mais importante é que estas plataformas atraem uma grande quantidade de pessoas interessadas em determinados produtos, por isso você não precisa ter muitos conhecimentos em marketing para conseguir atrair pessoas para comprar seu produto.

Lembrando que todas as plataformas disponibilizam um maneira de comprar mídia para aparecer mais que concorrentes, tendo um bom resultado em um curto prazo.

Segmento: Serviços

Negócios: Cabeleireiros, academias, agências de turismo

Realize vendas a longo prazo (vouchers de desconto)

Uma excelente estratégia é realizar vendas de pacotes de longo prazo com descontos altos assim a empresa consegue manter um fluxo de caixa com novas aquisições de assinantes e clientes para quando a quarentena acabar.

Por isso abuse de pacotes de 6 meses e voucher com descontos estimulando a aquisição de novos clientes, o que pode ajudar o negócio a passar por este momento de crise.





Precisa de ajuda para implementar sua estratégia de Marketing Digital?

Nós da Agência Colucci temos como principal objetivo ajudar você a alcançar seus objetivos no mundo do marketing digital, precisando mudar o rosto de sua empresa ou mesmo ampliar sua presença online?

Entre em contato com nossa equipe:
contato@agenciacolucci.com.br

Ficou com dúvidas?

Acesse nosso site www.agenciacolucci.com.br para mais informações.

