



### PROCEDIMENTOS – Por Paulo Sérgio Gaia

1ª. – Fuja dos Bancos como diabo foge da cruz. Eles não têm linhas de crédito que estimulem o varejo. Somente dinheiro caro, a juros que só o Governo suporta pagar. Você, que não é Governo, fique na sua.

2ª. – Não imobiliza capital. O comerciante vive da operação da loja, não precisa ser proprietário do imóvel. Patrimônio e outro ramo de negócio, outra atividade econômica. Alugue, alugue sempre que puder. Despesas operacionais diminuem os impostos; patrimônio só aumenta a taxa. O que você precisa é capital de giro para fazer andar o seu negócio. Ativo fixo só o indispensável à operação. Faça as contas antes de tomar qualquer decisão de imobilização de capital.

3ª. – Compre a mercadoria que seu cliente quer, e pelo preço que lhe permita vendê-la bem. Para tanto é preciso conhecer as necessidades e desejos do cliente, é preciso conhecer o giro da mercadoria. E, quem sabe, conseguir prazos de pagamento que lhe permitam girar com folga. Não se orgulhe por trabalhar com 5000 itens de estoque.

E a não ser que você tenha uma senhora loja e sua clientela esteja disposta a consumir, trabalhe com produtos líderes de mercado e mais uma ou outra marca de boa saída. O resto pode ser apenas vaidade e bobagem. Controle seu estoque, faça inventários frequentes, tenha bem estudados o volume ideal e ponto de ressuprimento de cada item. Também não erre no cálculo do preço de venda: nem para menos, nem para mais. Se para menos você quebra porque vende, mas não consegue repor a mercadoria; se para mais você quebra porque ela não vai sair da prateleira.

4ª. – Não queira ganhar muito no preço. É o aumento do giro que deve fazer crescer seus lucros. É o volume das vendas que deve ser perseguido.

5ª. – Não esqueça o fornecedor. Não o trate mal. Ele não é um inimigo. Ele precisa ser seu parceiro. Um dia ele pode vir a ser a “Galinha dos ovos de ouro”. Se espremê-la demais, corremos o risco de matá-la.

6ª. – Respeite o cliente, ouça-o, procure sinceramente servi-lo bem. Ele é na verdade seu grande patrão. E a cada dia fica mais exigente. Lembre-se de que a loja de varejo é a vitrine de todos os problemas econômico-financeiro do país. Você não tem culpa, mas é na sua loja que o cliente descobre que está ganhando pouco.

7ª. – Olho na concorrência, que a guerra está dura. Mas a competição é boa para todo mundo: é um estímulo permanente, só é preciso acompanhar o faz. Não fique para trás, mas também não embarque em canoa furada: concorrente também faz besteira.

**Antonio Freire da Silva Neto é Bacharel em Marketing, especialista em Gestão Empresarial e em Educação Superior, Membro do Núcleo de Marketing da Bahia, Professor e Consultor. [professor@academiadavenda.com.br](mailto:professor@academiadavenda.com.br) - (71) 8721-6310 / 8837-6411**



8ª. – Saiba anunciar, porque a propaganda nem sempre é a alma do negocio. Desde que você conheça o seu cliente é a maneira mais econômica de alcançá-lo.

9ª. – Trabalhe duro, que o mar não esta para peixe. Essa, alias, e a grande dica de todos os tempos.

10ª. – Boa Sorte.