

TENDÊNCIAS COMERCIAIS DO MUNDO PÓS-PANDEMIA



O MUNDO **NÃO** SERÁ MAIS O MESMO

A pandemia do novo coronavírus impactou drasticamente nas relações comerciais em todo mundo. Em um cenário de incertezas, vários negócios tiveram que se adaptar para ter um nível razoável de vendas.

Nesse sentido, várias foram as estratégias adotadas: realização de entregas, pedidos feitos via redes sociais, investimentos em marketing digital, dentre várias outras possibilidades.

Entretanto, a reabertura do comércio levanta questionamentos acerca das mudanças a serem feitas para a segurança dos funcionários e dos clientes. A possibilidade de uma segunda onda de contágio e a demora na obtenção de uma vacina eficaz indicam que a sociedade terá que lidar com a Covid-19 por algum tempo.

Nesse sentido, as empresas juniores Colucci, Campe e Porte elaboraram um conteúdo detalhado, explicando para você, empreendedor, como manter seu negócio seguro e consolidado mesmo nesse momento instável.

ÍNDICE

ADAPTAÇÕES FÍSICAS NO MUNDO PÓS-PANDEMIA

ADEQUAÇÃO DE CONTRATOS

MUDANÇAS NAS RELAÇÕES TRABALHISTAS

CONSOLIDAÇÃO DO MARKETING DIGITAL

CONTATO

CLIQUE E VÁ!

ADAPTAÇÕES FÍSICAS NO MUNDO

PÓS-PANDEMIA

Antes, o que costumavam ser os principais diferenciais na hora da compra de um produto, como o preço e a qualidade, acabarão cedendo lugar a **outras preocupações maiores**. Os **cuidados com higiene e limpeza** passarão a ser ainda mais considerados pelos clientes ao frequentar ou consumir algo em determinado local, principalmente os pertencentes ao ramo alimentício. Por isso é fundamental assegurar-se de que **o estabelecimento encontra-se totalmente preparado e adaptado para atendê-los**.

LAYOUT OTIMIZADO

O layout otimizado do espaço **evita o contato próximo entre as pessoas**, direcionando previamente o fluxo para que não haja um congestionamento e nem contatos desnecessários. **As distâncias de segurança devem ser conhecidas e respeitadas**, e podem até mesmo serem demarcadas no chão, mobiliário ou sinalizadas nas paredes como forma de lembrete às pessoas.



DETALHES DA ARQUITETURA

Alguns detalhes da arquitetura, também fazem toda diferença na percepção do espaço pelo cliente e causam nele a sensação de um ambiente mais limpo e seguro. Buscando esse efeito, a tendência do mercado será o predomínio de cores claras, dando muito destaque a lugares mais abertos e arejados, sempre que possível. Materiais como o vidro também são uma grande tendência, por trazerem essa sensação de clareza e leveza do espaço. E a ideia de utilizar mais plantas na decoração, gerando uma humanização maior do ambiente é, sem dúvidas, uma peça chave.

ESPAÇO PARA DELIVERY

No caso de restaurantes, bares e lanchonetes, o serviço de delivery ainda terá uma demanda muito alta, portanto uma solução plausível é a disposição de um espaço de entregas na própria entrada do estabelecimento, para que os clientes e motoboys consigam pegar esses produtos diretamente da fachada, sem precisar entrar e circular internamente. Em loja de utensílios, a opção de vitrines também pode ser uma alternativa para evitar que os clientes fiquem manuseando os produtos.



LOCAIS PARA HIGIENIZAÇÃO

Outra modificação relevante, para ambientes onde as pessoas permanecem durante certo período de tempo, é a **maior presença de pias e locais para higienização dispostos pelo espaço**, facilitando a descontaminação das mãos e de objetos e reduzindo os fluxos, bem como a aglomeração de pessoas em banheiros.



Uma grande aposta para o mercado, que une modernização e higiene, é a **automatização** de alguns processos.

A **instalação de cabines de desinfecção e pontos de higienização automáticos** na entrada dos estabelecimentos, evita que outras pessoas fiquem responsáveis pela aplicação de álcool gel quando o cliente chega ao local, otimizando tempo e reduzindo o contato.

A **desinfecção por utilização de luz ultravioleta** também vem ganhando força, pois pode ser programada para períodos de tempo específicos, garantindo assim a antissepsia em superfícies estratégicas.

ADEQUAÇÃO DE

CONTRATOS



A excepcionalidade causada pela pandemia do COVID-19 e pelas medidas para o controle da situação afetaram não somente a economia, mas também as **relações obrigacionais vigentes nesse período**. Nesse viés, a adoção do isolamento social pela população e o fechamento físico obrigatório de diversos negócios surpreenderam os empreendedores, que viram muito de seus contratos impossibilitados de serem realizados.

Mais do que nunca, a eficiência de um contrato foi colocada à prova, de modo que **situações mal formalizadas geraram grandes prejuízos para os envolvidos**. Aqueles que eram melhor assegurados, tiveram **maior possibilidade de se reorganizar** no atual cenário, estudando as cláusulas vigentes e as opções lá presentes, **para encontrar a melhor solução possível tanto para o contratante, quanto para o contratado**.



CASO FORTUITO OU DE FORÇA MAIOR

Um importante ponto abordado em contratos bem confeccionados é a cláusula referente ao **caso fortuito ou de força maior**.

Essa cláusula possibilita a previsão do que será feito caso alguma **situação imprevisível** pelas partes ocorra, cujos efeitos não eram possíveis de evitar ou impedir, como a pandemia do coronavírus.

Assim, os envolvidos conseguem assegurar uma **solução que seja positiva para ambos**, mesmo diante de uma situação fática como essa. Um bom contrato ainda poderia prever o que seria feito se tal circunstância impossibilitasse parcialmente a execução do objetivo do contrato.

Ainda convém lembrar que, todas essas situações devem ser regidas à luz das imposições do **Código Civil e das legislações vigentes**. Essa coerência é de extrema importância, uma vez que o seu não cumprimento pode implicar na **invalidação dos termos acordados**.

Essa questão se torna ainda mais alarmante visto que estudos indicam a **possibilidade de uma nova onda de contaminação**. Dessa forma, **é necessário repensar toda a estrutura de trabalho e as relações contratuais**, de acordo com a realidade atual.

Com isso, torna-se ainda mais urgente a **necessidade de adequação dos contratos** ao cenário que vivemos, uma vez que diversos empreendedores já viram seus investimentos perdidos e diversos negócios desfeitos inesperadamente, afetando sua renda total de forma abrupta e muitas vezes injusta. Assim, é essencial que sejam tomadas medidas para evitar que situações como esta ocorram novamente, **protegendo ao máximo o seu negócio.**

Em busca disso, **a revisão e a elaboração de contratos bem formulados e atuais** surgem como não apenas uma precaução, mas uma **garantia da continuidade da existência da história de diversas empresas.** A criticidade da situação exige não apenas ações para diminuir seus efeitos, mas também para prevenir que estes não os atinjam.



MUDANÇAS NAS

RELAÇÕES TRABALHISTAS

É evidente que os mais diversos setores já sofreram, e ainda sofrerão, grandes mudanças com a pandemia. Com isso, **a maneira como executamos nossos trabalhos e nos relacionamos com as pessoas será completamente transformada**. Sendo assim, é válido dizer que **as relações trabalhistas nunca mais serão as mesmas**.

A pandemia tornou o trabalho remoto uma necessidade e, para muitos empreendimentos, **o home office foi a única maneira de manter-se funcionando** sem arriscar a saúde de seus colaboradores. A transição do

regime de trabalho presencial para inteiramente virtual, apesar de emergencial, trouxe notáveis mudanças, tanto para empregados quanto para empregadores.

Em primeiro lugar, cabe destacar que tal regime de trabalho deve ser **aplicado com cautela**, uma vez que ele **dificulta a contagem de horas extras e faz com que o adicional noturno torne-se obsoleto**.



Mas é inegável que o trabalho remoto também possui uma série de vantagens, além de se configurar em um formato de trabalho que vem sendo cada vez mais adotado por companhias do mundo todo. No Brasil, especialistas, dentre eles André Miceli, coordenador acadêmico na Fundação Getúlio Vargas, apontam que **o home office pode crescer até 30% em um cenário de pós pandemia.**

BENEFÍCIOS DO HOME OFFICE

Trabalhando em casa, o indivíduo deixa de despender tempo e dinheiro com transporte, **economizando no final do mês e ainda possibilitando um aumento da produtividade**, já que o trabalhador não perderá horas no deslocamento entre casa e local de trabalho. Além disso, essa forma de trabalho também possibilita a **flexibilização dos horários**, já que não exige do indivíduo o cumprimento de rígidas escalas de plantão, contribuindo para maior autonomia dos trabalhadores.

Para a segurança do home office, é imprescindível a proteção dos computadores e ferramentas eletrônicas de trabalho, considerando que será cada vez mais comum o armazenamento de dados sensíveis fora do ambiente profissional. Assim, o **tratamento adequado das informações confidenciais dos empreendimentos** deve se tornar uma preocupação cada vez mais presente no âmbito empregatício.

Para a segurança do home office, é imprescindível a proteção dos computadores e ferramentas eletrônicas de trabalho, considerando que será cada vez mais comum o armazenamento de dados sensíveis fora do ambiente profissional. Assim, o **tratamento adequado das informações confidenciais dos empreendimentos** deve se tornar uma preocupação cada vez mais presente no âmbito empregatício.

Além disso, a priorização da saúde e do bem-estar dos funcionários tem sido um grande diferencial das empresas que buscam aumentar a produtividade dos trabalhos, buscando sempre oferecer condições melhores para que ele possa investir nessa parte da sua vida.

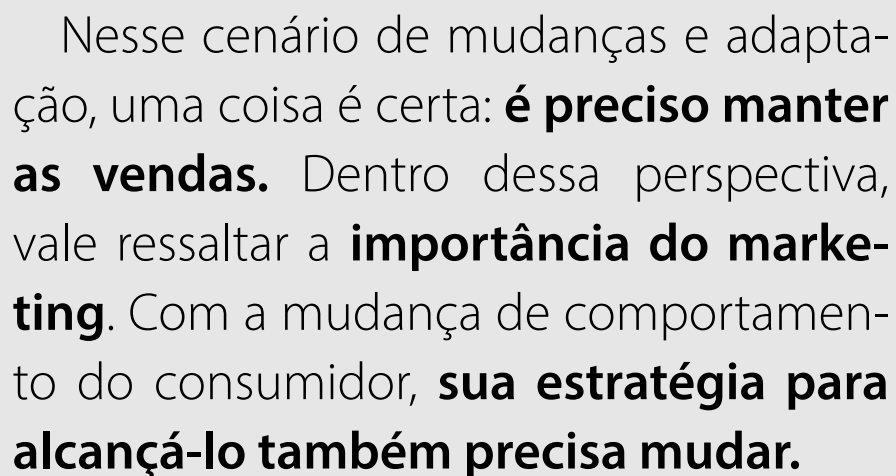
CONTINUE NA PRÓXIMA PÁGINA!

CONSOLIDAÇÃO DO MARKETING

DIGITAL

Para muitos estabelecimentos, estratégias adotadas durante a pandemia podem se tornar uma **grande oportunidade de inovação nos métodos de vendas** daqui pra frente. Esse foi o caso de boa parte das lojas de varejo, como lojas de roupas, calçados, utensílios, que acabaram vendo-se obrigadas a se aliar ao **marketing digital** para que conseguissem manter suas

atividades durante o período em que as lojas estiveram fechadas. Tal fato acabou acelerando um **processo de digitalização do comércio** que já estava para acontecer na sociedade. A tendência atualmente é que tudo se torne cada vez mais digital, e, ao nos familiarizarmos com essa nova forma de consumo, ampliamos ainda mais o nosso mercado.



Nesse cenário de mudanças e adaptação, uma coisa é certa: **é preciso manter as vendas.** Dentro dessa perspectiva, vale ressaltar a **importância do marketing.** Com a mudança de comportamento do consumidor, **sua estratégia para alcançá-lo também precisa mudar.**

DICAS

CONHEÇA SEU CLIENTE

Diante da situação atual, em que várias pessoas encontram-se reaciosas de retomarem antigos hábitos, é importante **ter conhecimento dos obstáculos de seus clientes** para comprar o seu produto. Dessa forma, seu marketing pode se adequar a isso, já contornando **possíveis objeções e impedimentos no topo do funil**.

MÍDIAS ESTRATÉGICAS

Além da qualidade do conteúdo, também é importante posicioná-lo de **forma estratégica** nas redes sociais em que seus clientes estão. Por isso vale o investimento em marketing digital, tanto por **anúncios** através das ferramentas do Facebook Ads e do Google Adwords, quanto pela **automação de leads** através de plataformas como Hubspot ou RD Station.

NOVAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

Se possível também é interessante oferecer **novas condições de pagamento**, para aumentar a captação daqueles leads que não podem ser convertidos por motivos financeiros.

VENDAS

O atual contexto econômico e social contribui para que várias mudanças ocorressem nas negociações e transações. Estudos indicam que **os clientes já não demoram mais tanto para tomar uma decisão de compra.** Com isso, **o e-commerce tem se expandido cada vez mais,** seja pela facilidade de acesso do mercado consumidor ou pela redução de custos proporcionada à empresa. O isolamento social provocado pelo Novo Coronavírus acentuou ainda mais as compras online. No entanto, **o cenário de incerteza provocado pela pandemia tende a reduzir o consumo de produtos não essenciais ao consumidor.**

AGREGUE VALOR NO PRODUTO

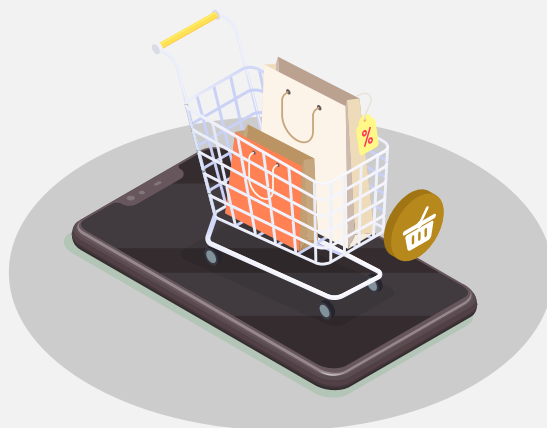
O primeiro passo para convencer seu cliente a realizar uma compra é agregar valor ao seu produto. É fundamental evidenciar a experiência que seu consumidor terá ao adquirir o item vendido. Para isso, é essencial compreender as necessidades do mercado e se adaptar a elas. Assim, será muito mais tranquilo e dinâmico gerar valor em seus produtos.



VENDAS

EXPANSÃO DA MARCA

Para que tudo isso ocorra é necessário conhecer a sua empresa. Não significa exatamente compreender seus processos, fornecedores, colaboradores ou espaço físico, mas sim ter em mente a cadeia de mercado no qual ela faz parte. Para isso, existem diversas ferramentas, a mais usual são os **4Ps do Marketing**. Utilizando esse método, será possível analisar:



- o preço,
- a promoção,
- o produto oferecido
- a praça que sua empresa abrange.

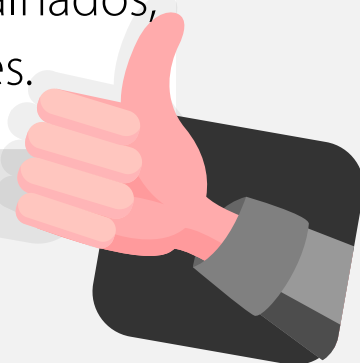
A partir daí é possível traçar estratégias frente ao mercado em que você está inserido. Tendo abordado os 4Ps, você poderá elencar os diferenciais oferecidos, correlacionar o preço com a concorrência, analisar as formas de promoção da empresa, dentre várias outras possibilidades.

VENDAS

COLETA DE FEEDBACKS



Toda empresa deseja fidelizar seus clientes. Uma boa forma de concretizar esse desejo é sempre **coletar feedbacks de seus compradores**. Desse modo, será possível conhecer **pontos positivos** a serem explorados e **pontos de melhoria** a serem trabalhados, gerando uma maior satisfação de seus clientes.



Em tempos de pandemia e pós-pandemia, **alinhar a divulgação em marketing digital com uma estrutura de vendas estratégica é uma grande chave para fugir da crise.**

CONTATO CONTATO



WWW.PORTEJR.COM.BR



@TEAMPORTE



WWW.COLUCCIJR.COM.BR



@COLUCCI.JR



Campe[©]

CONSULTORIA JR



WWW.CAMPE.COM.BR



@CAMPECONSULTORIA