

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Aula Apostilada: Planejamento Estratégico para Bike Shop Iniciante

Introdução

O planejamento estratégico é crucial para microempreendedores por diversas razões:

Visão de Longo Prazo: Permite estabelecer metas a longo prazo, fornecendo direção e foco para o negócio.

Tomada de Decisões Fundamentadas: Baseia decisões em análises e projeções, reduzindo a impulsividade e aumentando a eficácia operacional.

Identificação de Oportunidades e Ameaças: Ajuda a reconhecer oportunidades de crescimento e antecipar ameaças, permitindo reações mais rápidas a problemas futuros.

Gestão de Recursos Financeiros: Facilita o gerenciamento eficiente de recursos, evitando desperdícios e maximizando a rentabilidade.

Atração de Investidores e Parceiros: Torna o negócio mais atraente para investidores e parceiros, demonstrando um plano sólido para o sucesso.

Alinhamento da Equipe: Comunica objetivos e estratégias à equipe, criando um ambiente coeso e direcionado a objetivos comuns.

Adaptação a Mudanças no Ambiente de Negócios: Possibilita ajustes contínuos em resposta a mudanças no mercado, tecnologia e regulamentação.

Eficiência Operacional: Promove a eficiência ao identificar processos mais eficazes e eliminando atividades desnecessárias.

Em resumo, o planejamento estratégico capacita microempreendedores a enfrentar desafios, capitalizar oportunidades e construir uma base sólida para o crescimento sustentável de seus negócios.

Vamos juntos, aprender por um passo a passo, como fazer esse manual de boas práticas levar você ao próximo nível no próximo ano. O ideal é ter um caderno para fazer as respostas e não economizar nas anotações, afinal, estamos falando do planejamento do seu negócio para o ano que vem.

1. Análise da Situação Atual (ano que está finalizando)

1.1 Avaliação Interna do seu negócio:

1.1.1 Desempenho Financeiro Atual:

- Preencha:* Analise os registros financeiros do último ano, quanto faturou por mês, qual foi o melhor mês, se houve alguma campanha específica, tudo isso pra entender quais motivos o levaram a vender mais, documentar e replicar os outros meses também. Identifique quais produtos foram mais vendidos, margens de lucro desses produtos e custos operacionais da sua operação como um todo por período.

1.1.2 Estoque e Vendas:

- Preencha:* Avalie o estoque de produtos, faça um inventário, contabilize tudo, assim como o resultado das vendas recentes. Destaque os produtos mais populares e aqueles que precisam de reposição frequente. Ciente disso, você pode ficar mais atento às oportunidades do mercado, uma vez que sabe qual o histórico de venda daquele produto e em qual época ele tem maior e menor giro.

1.1.3 Pontos Fortes e Fracos:

- Preencha:* Observe os pontos fortes e fracos da sua bike shop. Liste pelo menos três aspectos em cada categoria. Aqui é importante lembrar que é **SOBRE O SEU NEGÓCIO**, não é sobre o concorrente, sobre o cliente, o fornecedor ou o governo, seu negócio precisa sobreviver apesar de todo o resto.

1.2 Avaliação Externa: (o mercado)

1.2.1 Concorrência Local:

- *Preencha:* Pesquise outras lojas de bicicletas na região. Identifique seus principais concorrentes e destaque as estratégias deles que considera eficazes.

1.2.2 Tendências de Mercado:

- *Preencha:* Pesquise as tendências no mercado de bicicletas. Liste pelo menos duas tendências relevantes para a sua loja que você ainda não tenha conhecimento mas que no futuro possa vir a adaptar ela pro seu negócio.

1.2.3 Comportamento do Consumidor:

- *Preencha:* Avalie o comportamento do consumidor na sua área. Identifique preferências e necessidades específicas do seu público-alvo. Tenha em mente qual o seu PERFIL DE CLIENTE IDEAL; qual a idade, qual o sexo, qual a média de ganho, que tipo de produto consome, com qual frequência, é público local ou virtual? Essas respostas ajudarão você escolher quais as melhores parcerias vai precisar desenvolver para o ano seguinte. Por exemplo: se você está próximo de uma escola e 50% do seu faturamento é voltado para atendimento de alunos jovens durante o período de entrada e saída do colégio, que ainda não tem sua própria renda, pode se deduzir que esse não é o decisor da compra, ele depende da aprovação ou do investimento dos pais ou responsáveis, logo, o ideal é focar em desenvolver um atendimento pautado nesse fim, em trazer o decisor da compra junto do jovem na hora de falar de negociação de uma bike, por exemplo, assim você terá certeza de que todos os pontos da venda estarão sendo esclarecidos para quem tem o poder de decisão.

2. Definição de Metas e Objetivos (ano seguinte)

2.1 Curto Prazo (3-6 meses):

2.1.1 Aumento de Vendas:

- *Preencha:* Estabeleça a meta de aumentar as vendas em X% nos próximos 3-6 meses. Considere estratégias promocionais e qualquer outra ação necessária pra fazer com que você consiga atingir a meta prevista. Lembrando que, toda empresa que quer se manter estável, precisa crescer pelo menos o percentual da inflação corrente, considere o exemplo a seguir: Se a inflação do ano é de 10% e você continua faturando o mesmo valor do ano passado, logo, seu negócio teve uma retração de 10%. Quando reajusta inflação, tudo reajusta, aluguel, água, energia, telefone, combustível, frete e tudo mais, logo, pra se manter estável, você também precisa faturar mais.
-
-
-

2.1.2 Campanha Promocional:

- *Preencha:* Planeje uma campanha promocional para atrair novos clientes. Liste as atividades específicas dessa campanha. Campanha promocional não é só reduzir preço, na maioria das vezes ações de atração de clientes geram mais resultados do que fazer descontos. Por exemplo: procurar uma maquininha de cartão com boas taxas para venda em 12x sem juros, entregar com frete grátis na região, buscar e entregar a bike do cliente sem custo, sorteio de brindes, cafés da manhã com saída ou chegada de pedais a partir da sua loja, entre tantas outras ações possíveis.
-
-
-

2.1.3 Atualização do Visual da Loja:

- *Preencha:* Defina o orçamento para a atualização do visual da loja. Liste as mudanças específicas que pretende implementar. Por exemplo: dia das mães, dia dos pais, dia das crianças, natal, black friday, dia da mulher, carnaval, aniversário da loja, são inúmeras datas que você pode reservar um pequeno valor para comprar bexigas, fazer banners, colocar um locutor, uma caixa de som na porta, entre tantas outras ações possíveis para chamar a atenção do cliente para a novidade da vez.
-
-
-

2.2 Médio Prazo (6-12 meses):

2.2.1 Expansão Online:

- *Preencha:* Estabeleça a meta de aumentar o engajamento nas redes sociais em 20% nos próximos 6-12 meses. Engajamento não significa mais seguidores ou mais curtidas, significa

mais clientes. É importante quantificar quantos clientes você gostaria que viesse de cada canal, por exemplo instagram, facebook, tik tok e outros.

2.2.2 Serviços de Manutenção:

- *Preencha:* Introduza diferentes serviços de manutenção de bicicletas Por exemplo, se você só tem um modelo de revisão, crie mais 2 e dê nome e descrição pra o que é feito em cada uma delas. Liste os serviços oferecidos e crie um plano de divulgação.
-
-
-

2.2.3 Participação em Eventos Locais:

- *Preencha:* Participe de eventos locais para aumentar a visibilidade. Liste os eventos-alvo e as atividades planejadas. Pedais noturnos, longão, passeios, provas e eventos locais, feiras de negócios e tantos outros tem grande potencial para aquisição de novos clientes.
-
-
-

3. Estratégias e Iniciativas

3.1 Marketing:

3.1.1 Desenvolvimento de Presença Online:

- *Preencha:* Liste as redes sociais que serão foco. Estabeleça metas específicas, como o número de publicações por semana. Na rede social da sua loja, esqueça a curtida dos seus parentes, amigos, isso é métrica de vaidade, foca em postar aquilo que será relevante para os seus clientes, pense como um cliente, o que você gostaria de ver, e poste isso, poste algo que gere valor para aquele que está consumindo o que você posta. Melhor 1 post bem feito toda semana, sempre, do que vários sem sentido só pra ganhar curtida e não atrair o PERFIL DE CLIENTE IDEAL.
-
-
-

3.1.2 Colaboração com Influenciadores:

- *Preencha:* Identifique influenciadores locais de ciclismo para colaboração. Estabeleça parcerias e atividades específicas. Por exemplo: se você vende com foco para ciclistas premium, desenvolva alguma ação com produtos que você queira que seu público interaja, de preferência

com alguém que fale para esse público, não adianta contratar o maior influencer de moda pra falar com ciclistas de speed, por exemplo, que só pensam em performance.

3.1.3 Programa de Fidelidade:

- *Preencha:* Crie um programa de fidelidade para clientes regulares. Especifique as recompensas e critérios de participação. Mais fácil do que atrair novos clientes, é cuidar daqueles que já estão contigo! Não precisa ser algo complexo, ofereça por exemplo, a cada x número de revisões, ganha mais uma, ou uma quantidade maior de revisões na compra da bike, algo que faça o cliente voltar a maior quantidade possível de vezes até a sua loja / oficina.
-
-
-

3.2 Vendas:

3.2.1 Promoções Sazonais:

- *Preencha:* Planeje promoções sazonais para atrair clientes. Defina as datas e os descontos oferecidos. Conforme já falamos, tem várias datas comemorativas que é possível explorar e tematizar para campanhas, o simples bem feito é imbatível. Não se esqueça que tudo, absolutamente tudo que você fizer de campanha, precisa chegar até o cliente, não adianta você fazer desconto se o seu cliente não souber disso!
-
-
-

3.2.2 Pacotes de Produtos e Serviços:

- *Preencha:* Desenvolva pacotes de produtos e serviços. Detalhe os benefícios para os clientes e defina os preços. Como dei o exemplo de revisão logo acima, pode ser feito com vários outros itens. Se você tem capacete, óculos, luva e garrafa soltos, isso pode virar um kit e você oferecer como kit. Pode vender serviço de busca e entrega, pode vender água, barras de cereal, refrigerantes, sucos, salgadinhos entre outros, tudo isso contribui para a receita da loja.
-
-
-

3.2.3 Eventos de Demonstração:

- *Preencha:* Organize eventos de demonstração de produtos. Liste os produtos em destaque e as atividades planejadas. Conforme falei acima de cafés com saída e chegada de pedais, nos intervalos, é possível selecionar alguma aula simples de primeiros socorros, demonstrar como utilizar determinados produtos, ao final, colocar a disposição para venda a solução que utilizou, o mercado trata isso por Workshop.

3.3 Operações:

3.3.1 Eficiência no Gerenciamento de Estoque:

- *Preencha:* Implemente medidas para melhorar a eficiência do gerenciamento de estoque. Considere treinamento da equipe e tecnologias. Existem sistemas de gestão online que custam 50 reais por mês, até menos, o ganho que você terá em controles gerais da sua operação com certeza será maior que o valor investido mensalmente em um sistema. Se não puder, faça cursos gratuitos online de como utilizar o Excel, é uma excelente ferramenta para controles de modo geral.
-
-
-

3.3.2 Treinamento da Equipe:

- *Preencha:* Desenvolva um programa de treinamento para a equipe. Inclua tópicos como atendimento ao cliente e conhecimento de produtos. No nosso blog tem vários artigos para treinamento dos vendedores, boas práticas de contratação, artigos sobre cultura organizacional e vários outros temas ligados à gestão do seu time.
-
-
-

3.3.3 Investimento de tempo em Dados:

- *Preencha:* Dados é o novo petróleo do mundo. Quanto mais dados você conseguir coletar do seu cliente, maior é a chance de você voltar a vender pra ele. Liste 3 dados de extrema relevância que você precisa passar a coletar do seu cliente mesmo que ele só venha comprar um remendo, assim como a maneira que você irá organizar e guardar esses dados, afinal, eles precisam estar fáceis de usar quando você precisar deles. Vou dar um exemplo simples que eu faria: Coletar nome, whatsapp e qual o tipo de bike do cliente, salvar isso em um sistema e no whatsapp também, quando eu tiver uma promoção que faça sentido pra aquele cliente, eu envio uma mensagem de apresentação da oportunidade.
-
-
-

4. Orçamento

4.1 Receitas e Despesas:

4.1.1 Metas de Vendas:

- Preencha:* Estabeleça metas de vendas mensais e anuais. Considere as metas de curto e médio prazo definidas anteriormente. Não se esqueça sobre a situação da inflação que comentei acima, uma meta saudável tem que prever o aumento de pelo menos o % de inflação do momento.

4.1.2 Despesas Operacionais:

- Preencha:* Liste todas as despesas operacionais, incluindo marketing, pessoal e estoque. Ajuste conforme necessário para atingir metas financeiras. Se você não crescer nada mas reduzir 10% de custos, você ainda assim gerou resultado pra sua operação. Reduzir custos sem perder efetividade é tão importante quanto faturar mais.

5. Implementação e Acompanhamento

5.1 Plano de Ação Mensal:

5.1.1 Colaboração com Influenciadores:

- Preencha:* Mês 1: Identificar influenciadores. Mês 2: Entrar em contato e propor parcerias. Mês 3: Executar a campanha promocional. Utilize sempre 3 Fs para avaliar suas ações: FAZER / FAZENDO / FEITO, controle isso diariamente, a mágica está em consistência, sem falhar!

5.1.2 Atualização do Visual da Loja:

- Preencha:* Mês 1: Definir orçamento. Mês 2: Selecionar fornecedores. Mês 3: Implementar as mudanças. Utilize sempre 3 Fs para avaliar suas ações: FAZER / FAZENDO / FEITO.

5.1.3 Pacotes de Produtos e Serviços:

- *Preencha:* Mês 1: Desenvolver pacotes. Mês 2: Treinar equipe. Mês 3: Lançar promoções. Utilize sempre 3 Fs para avaliar suas ações: FAZER / FAZENDO / FEITO.
-
-
-

5.2 Avaliação Contínua:

5.2.1 Reuniões Mensais de Avaliação:

- *Preencha:* Agende reuniões mensais para revisar o progresso. Identifique o que está funcionando e ajuste estratégias conforme necessário. Se você é sozinho na operação, faça um resumo e apresente para o seu parceiro, amigo, é importante que você crie o hábito de falar do seu negócio, isso melhora a sua gestão sobre o todo.
-
-
-

5.2.2 Feedback do Cliente:

- *Preencha:* Solicite feedback dos clientes regularmente. Use para melhorar serviços e identificar oportunidades de inovação. É melhor você saber o que o cliente pensa antes de todo o bairro, se for algo que mancha a reputação da sua loja, você tem a chance de reverter antes que o estrago seja maior.
-
-
-

6. Avaliação de Resultados

6.1 Indicadores-Chave de Desempenho:

6.1.1 Monitoramento de Vendas:

- *Preencha:* Estabeleça Números base para monitorar as vendas mensais e anuais. Utilize ferramentas de relatórios de vendas para avaliar o desempenho. O sistema que comentei acima é importantíssimo pra essa finalidade, você consegue fazer um paralelo no tempo, mês a mês, ano a ano, isso te dá poder de negociação. Por exemplo, em um mês onde o histórico de vendas é maior, é importante ter mais fluxo de caixa pra você conseguir atender a demanda, e assim por diante.
-
-
-

6.1.2 Engajamento nas Redes Sociais:

- *Preencha:* Defina números base para medir o engajamento nas redes sociais. Acompanhe curtidas, compartilhamentos e comentários, mas principalmente, quantos clientes retornaram dessas operações e demonstraram interesse real, e quantos desses fecharam algum negócio com você.

6.1.3 Satisfação do Cliente:

- *Preencha:* Utilize feedback de clientes para avaliar a satisfação. Estabeleça uma escala de pontuação para medir a qualidade do atendimento. Crie parâmetros do tipo: 0 pra insatisfeito, 5 pra satisfeito, 10 pra muito satisfeito. Dessa forma, a opinião dos seus clientes vira número e você consegue medir em que ponto de avaliação do seu cliente sua loja está.

6.2 Avaliação Geral:

6.2.1 Comparação de Metas e Resultados:

- *Preencha:* Ao final do próximo ano, compare as metas que projetou com os resultados alcançados. Analise as diferenças pra entender o que é necessário melhoria para o ano seguinte.

6.2.2 Aprendizados e Ajustes Futuros:

- *Preencha:* Liste os principais aprendizados do ano. Identifique áreas que precisam de ajustes e determine como esses aprendizados serão aplicados no próximo planejamento.

Conclusão: Ao seguir este modelo de planejamento estratégico de forma honesta e verdadeira, preenchendo os espaços com informações específicas da sua bike shop, você estará estabelecendo uma base sólida para o sucesso. Lembre-se de que a flexibilidade e a capacidade de se adaptar às mudanças no mercado são essenciais para o crescimento contínuo do seu negócio.

Esteja aberto a aprender com os resultados, os números não mentem, ajuste estratégias conforme necessário e mantenha um diálogo constante com a equipe e os clientes.

A implementação consistente deste plano ao longo do ano garantirá que sua bike shop esteja sempre alinhada com as necessidades do mercado e dos seus clientes.

Se por ventura você sentir dificuldades de implementar esse Planejamento do seu negócio, nós podemos auxiliá-lo, temos uma frente de consultoria dentro da Prowest Bike que trata apenas do Sucesso do Cliente na Gestão, fale com o seu vendedor e solicite mais informações.

Espero tê-lo ajudado, te desejo um ano de muito sucesso e que essa parceria se fortaleça cada vez mais!

Abraço,

Rodrigo.