

DINÂMICA CONSULTORIA JÚNIOR



COMO AUMENTAR SEU LUCRO

GUIA PASSO A PASSO PARA O
SEU NEGÓCIO LUCRAR MAIS.





Introdução

Quantas vezes você já se perguntou como melhorar a obtenção de lucro do seu empreendimento?

O principal objetivo de toda empresa é movimentar o mercado com as suas soluções inovadoras e gerar lucro para garantir o seu desenvolvimento e o bem-estar dos seus sócios, colaboradores e acionistas. Contudo, são muitos os desafios que uma companhia tem que enfrentar para assegurar o seu lucro e, conseqüentemente, o seu sucesso e credibilidade no mercado.

Pensando nisso, separamos algumas dicas para que você aprimore as operações do seu negócio e aumente os lucros de forma satisfatória. Confira!

PASSO 1:

Procure gerir suas finanças

O lucro de uma empresa está diretamente relacionado à uma boa gestão financeira. Logo, se você não está acostumado a gerenciar as transações financeiras do seu empreendimento, será mais difícil obter ou manter um valor de caixa positivo. A ideia é simples: empresas que não avançam na administração de suas finanças, não conseguem se desenvolver adequadamente.

O atual andamento dos negócios não permite mais o controle por meio de livros-caixa ou até mesmo por planilhas. A necessidade que se sobressai é de mais exatidão nas respostas, e integração com os outros setores da empresa. Dessa forma a atitude mais correta é implementar um sistema ERP - Sistema Integrado de Gestão Empresarial, para fazer a gestão da sua empresa.

A gestão das finanças já deve se iniciar quando o vendedor finaliza o processo de venda. Quando as vendas são corporativas, ou seja, possuem normalmente prazos específicos nos boletos bancários, é que essa necessidade se torna maior. Enquanto o comercial fecha a negociação e emite a nota fiscal, o financeiro já precisa lançar e enviar a cobrança. Na falta de ferramentas como essa, torna-se ainda mais difícil o processo da concorrência e aumento dos lucros.

PASSO 2:

Invista em ações de marketing

Conquistando cada vez mais espaço no mercado, o marketing é uma ferramenta que permite a realização de estudos mais aprofundados, impactando diretamente na inteligência estratégica e competitiva das empresas. Distante de ser apenas um meio de propaganda para serviços e produtos, sua importância também se dá no âmbito da geração de valor e vendas, e aumentar as vendas significa lucrar mais!

Com clientes cada vez mais exigentes, torna-se essencial acompanhar as tendências e procurar a melhor forma para conseguir atingir seu público-alvo.



Sendo assim, procure investir em ações de marketing de acordo com a sua audiência e apropriadas aos produtos que você oferece. Por exemplo, pode ser que anúncios em revistas especializadas tenham uma efetividade maior do que em propagandas na rádio ou na televisão, que conseguem atingir uma grande quantidade de pessoas, mas nem sempre causam o impacto desejado.

No mais, você ainda pode avaliar soluções de marketing digital para atração de clientes através de canais online. Dentre as estratégias mais utilizadas, estão:

- Estar presente nas redes sociais, informando os possíveis clientes sobre seus serviços ou produtos;
- Possuir um site organizado, com informações da sua empresa e itens comercializados;
- Utilizar o e-mail marketing para enviar mensagens exclusivas para os seus contatos pré-selecionados, aumentando sua proximidade e influenciando suas decisões de compra;

O recomendável é sempre buscar o auxílio de instituições especializadas para cuidar dessa área, pois as mesmas contam com profissionais capacitados para ajudar no que for necessário.

Entre em contato com nossa equipe: marketingdinamicajr@gmail.com

PASSO 3:

Saiba precificar corretamente

Considerada por muitos um dos maiores desafios do atual empreendedorismo, a precificação de produtos e serviços é essencial para que se chegue a um valor justo para os clientes. Se a precificação é feita de maneira incorreta, todos os resultados financeiros da empresa estarão comprometidos, principalmente no que diz respeito à lucratividade.

Para chegar ao preço de venda ideal, é preciso considerar todos os custos do negócio, padrões de mercado, margem de lucro desejada, percepção de valor dos clientes e vários outros fatores.



O primeiro grande passo para a correta precificação a fim de maximizar os lucros é reconhecer o custo de produção ou de compra dos produtos e serviços.

Basicamente, são três as classificações de custos:

- CPV (Custo dos Produtos Vendidos): responsável por calcular todo o custo incorrido para que houvesse a produção ou a venda de determinados produtos.
- CMV (Custo de Mercadorias Vendidas): corresponde ao custo total das mercadorias vendidas pela empresa, e não apenas de um produto específico.
- CSP (Custo dos Serviços Prestados): envolvem todos os gastos que a empresa tem ao executar algo para um cliente, isso inclui os custos fixos e variáveis.

Posteriormente a esse processo, deve-se reconhecer a Margem de Contribuição (MC), indicador econômico-financeiro capaz de dizer exatamente se a receita da empresa é suficiente para pagar os custos e as despesas fixas e, ainda assim, lucrar.

PASSO 4:

Reduza seus custos

Conseguir aumento nas vendas e no faturamento é eficaz, mas não eficiente se seus custos crescerem na mesma proporção. Nesse sentido, reduzir os gastos é, talvez, a melhor maneira para aumentar seus lucros!

Dessa forma, para que a redução de custos seja efetiva, é preciso realizar um planejamento estratégico. Isso implica em pensar nos custos, quais os motivos deles se elevarem, quais impactos os cortes poderiam causar à empresa e os principais setores afetados. Lembre-se de sempre manter a qualidade do que você vende, seja isso bens ou serviços, os cortes não podem afetar a qualidade!

Observe as atividades que não agregam valor no seu processo produtivo, isto é, aquelas atividades que gastam recursos mas não contribuem para o produto em si, e procure elimina-las ou diminui-las.

Aqui vão algumas dicas simples:

- Não pague caro por planos de telefone e internet que não são necessários à sua realidade. Além disso, muitos aplicativos gratuitos podem te ajudar na hora da comunicação.

- Instale sensores de luz, além de torneiras e descargas econômicas, isso poderá reduzir muito os seus custos com água e energia.
- Preste atenção no seu estoque. Estoque gera custos e se há produtos parados há muito tempo, a compra e/ou produção (depende do tipo de estoque) do mesmo deve ser diminuída,
- Faça pesquisas constantemente e troque de fornecedores caso velha a pena, pense nos preços das mercadorias mas não se esqueça do frete e da logística de entrega por trás delas,
- Estabeleça metas de redução dos custos, estipulando, também, prazos para que aconteça.

Além desses exemplos, podem existir muitas situações específicas para o seu tipo de empresa, analise bem sua produção, realize o mapeamento de processos e comece a economizar.



PASSO 5:

Separe suas contas

Para se conseguir ter mais assertividade na obtenção do lucro, é necessário separar as contas individuais das empresariais, uma vez que nem todo o dinheiro transcorrido vai direto para o seu bolso!

Na prática, torna-se extremamente necessário possuir contas bancárias separadas e manter os débitos do dia a dia independentes. Outro fator importante a ser destacado é a utilização dos cartões de crédito, que ao serem utilizados para fins diferentes impactam de forma negativa no fluxo de caixa do negócio.

Caso seja necessário estipular uma espécie de remuneração mensal a algum sócio, faça esse processo através da pró-labore, que representa a remuneração que a empresa pagará ao empresário pelos serviços prestados.

A separação dos gastos também traz outro benefício importante para a saúde financeira pessoal e do negócio: as reservas, que poderão ajudar tanto a empresa numa emergência ou num investimento que lhe trará melhorias, como a provisão de recursos para lidar com um imprevisto de ordem privada.

PASSO 6:

Aumente seus preços

Parece um pouco óbvio, é claro que para aumentar o lucro uma empresa tem que aumentar seus preços. Mas aumentar os preços não é tão simples assim, essa estratégia pode dar errado e seus clientes podem deixar de comprar de você.

Assim como qualquer decisão dentro de uma empresa, para realizar essa ação é necessário um planejamento estratégico. Não faça um aumento radical, altere gradativamente. É muito importante que você conheça o seu mercado, seu cliente compraria facilmente em outros locais por serem mais baratos ou ele pagaria um pouco mais pela sua marca?

Nesse sentido, vender mais caro exige: ter um diferencial, agregar valor ao produto, ou seja, oferecer mais que a concorrência e investir em branding.

O branding consiste no fortalecimento da marca. É por meio dele que a sua marca pode transmitir sua identidade e posicionamento ao cliente.

Criar uma identidade de marca trará diferencial e originalidade a sua marca, e ela se tornará um estilo de vida para os seus clientes. Dessa maneira, investir em branding acarretará em inúmeros benefícios para a sua marca:

- Facilitar a tomada de decisão do cliente;
- Proporcionar uma melhor experiência ao cliente;
- Criar laços com o consumidor;
- Diferenciar dos concorrentes;
- Gerar valor para a empresa;
- Orientar as estratégias de marketing;
- Aumentar a coesão da equipe interna;
- Atrair mais clientes, vendas e faturamento.



PASSO 7:

Venda no lugar certo

Se as vendas da sua empresa são efetuadas apenas pelo time comercial na rua ou por telefone e e-mail, avalie aumentar os seus canais de oferta.

Para uma empresa escolher um ponto físico ideal para se instalar e atender seus clientes, deve levar em conta onde o público que ela quer atender está ou costuma ir. Além disso, deve-se observar também se ele é de fácil acesso, se o fluxo de pessoas é relevante e se há uma boa visibilidade.

Atualmente, comprar pela internet é uma realidade para as novas gerações. Considere, portanto, a abertura de um e-commerce ou até mesmo a movimentação das principais redes sociais para comercializar seus produtos e serviços de forma online.

Assim, além de aumentar a possibilidade de vendas, sua empresa pode ficar conhecida como referência e autoridade no mercado em que atua.

PASSO 8:

Treine sua equipe

Para se ter sucesso nas vendas, é necessário que a sua equipe de vendedores conheça muito bem os produtos comercializados pelo seu negócio, já que essa ainda é a melhor forma de sanar todas as dúvidas dos clientes e chamar atenção deles mostrando os pontos fortes de cada produto ou serviço.

Um funcionário que não conhece bem o produto que vende tende a ser mais inseguro e essa insegurança é perceptível ao consumidor, que pode ficar em dúvida sobre a compra, já que nem o próprio vendedor tem informações para validar a qualidade do produto.

Basicamente, uma equipe desmotivada não tem ânimo para vender e, com isso, é muito comum que essa falta de motivação contamine o ambiente, prejudicando o seu negócio.

Dessa forma, o treinamento é uma solução para que a sua equipe conheça melhor o que está vendendo e também se motive vendo que há investimento em sua capacitação para que se tornem profissionais melhores tendo assim um crescimento em conjunto com a empresa.

Portanto, funcionários bem treinados ajudam a sua empresa a vender muito mais porque eles estão preparados para atender e conquistar o consumidor. Não adianta enrolar o cliente, é preciso conquistá-lo!





A **Dinâmica Consultoria Jr.** é a empresa Júnior dos cursos de Administração e Ciências Contábeis da UFSJ.

Desde 1993 somos referência na região pela qualidade e preços acessíveis de nossos serviços.

Trabalhando com profissionalismo, inovação, ética e responsabilidade social, oferecemos projetos totalmente personalizados, estratégicos e inovadores para alavancar os resultados da sua empresa.

Acesse o nosso site agora mesmo e conheça melhor nossas soluções!

