



SEJA DIFERENTE E ENFRENTA O MERCADO

O mercado está mais competitivo e fazer diferente é o principal para conquistar espaço

Enfrentar a concorrência! Encarar esse desafio de frente é consequentemente pensar em inovação. Para as empresas de Panificação e Confeitaria conquistarem um espaço nesse mercado competitivo, é preciso apresentar um diferencial e é nesse ponto que se encontra o grande desafio para os empresários do setor. Algumas questões são primordiais para conseguir sucesso como:

- ✓ Analisar o mercado, a clientela e não se esquecer de avaliar cuidadosamente a concorrência;
- ✓ Ao analisar os concorrentes é possível saber se sua empresa apresenta um diferencial sobre as outras e verificar quais pontos é preciso mudar;
- ✓ Analisar o *layout* de sua loja também é uma questão importante para que seja atrativa e proporcione conforto aos clientes;
- ✓ E investir em bom atendimento também é essencial.

A consultora do Instituto Tecnológico da Panificação e Confeitaria (ITPC) Carolina Galdeano diz que o atendimento é uma das principais ferramentas para conquistar clientes. Uma das dicas que Carolina repassa é sempre manter o bom humor e a educação ao lidar com o cliente. Para que o funcionário mantenha o bom humor é preciso evitar horas extras, principalmente não remuneradas de acordo com a lei além de cultivar um bom relacionamento entre patrão e colaboradores.

Outra dica repassada por Carolina que é considerada um diferencial é a produção de alimentos na frente dos clientes. Poucas empresas aderem a esse serviço, mas o cliente visualizar o preparo do alimento que vai levar para casa gera segurança e mais credibilidade.

Um exemplo é o que a loja Brioche, localizada na cidade de Curitiba/PR faz. Na loja existe uma pista fria onde as massas congeladas e ingredientes como molhos e



temperos ficam expostos. O cliente é quem escolhe e faz o prato, ficando pronto em poucos minutos.

Aproveitar as datas festivas para agradar os clientes e conquistar novos é uma ótima ideia. Nos dias comemorativos é interessante os colaboradores usarem roupas especiais, maquiagens diferenciadas, podem também apresentar algum tipo de dança em determinados horários ou até mesmo formar um coral representado pelos funcionários que apresentam músicas relacionadas à data. Segundo Carolina, “fazer vivo um calendário de marketing ajuda bastante, pois assim como os clientes, também agrada os colaboradores, o deixando o clima da empresa mais agradável”, conclui.

Investir em degustação também é uma boa idéia. Essa pode ser realizada diariamente e é uma maneira de conhecer bem a clientela e investir cada vez mais na coleta de sugestões e cadastro de clientes. A relação com o consumidor fica mais próxima e a padaria pode aproveitar isso para produzir receitas levadas pelos clientes.

Outro ponto importante está relacionado à gestão de produção. Segundo a consultora Luisa Mandetta, também do ITPC, atualmente várias empresas estão interessadas na implantação de serviços, como: mix de produtos, calendário de produção, controle do CMV (Custo de mercadoria vendida) da produção e o controle da quantidade de alimentos produzidos por funcionário. A média ideal dessa produção, segundo Luisa é de 750 kg de produto para cada funcionário em produções artesanais.

Os itens citados são primordiais para o crescimento da loja e que a mesma consiga enfrentar a concorrência. Não pode esquecer os serviços que proporcionam conforto ao cliente, como por exemplo, nas cidades grandes investir em estacionamentos exclusivos a clientes, o que facilita a preferência na escolha na hora da compra. Em locais de clima quente é interessante investir na instalação de ar condicionado,



ventiladores e áreas abertas. Tudo isso é simples, mas é um diferencial que se torna atrativo. Fica a dica!

Comunicação ITPC
(31) 2101-9999
www.institutoitpc.org.br
itpc@institutoitpc.org.br
Maio 2012