



SEBRAE



**DICAS PARA
ELABORAR UMA
ESTRATÉGIA
COMERCIAL**

SUMÁRIO

1. Apresentação > 3

2. Estratégia: O que é? Como elaborar? > 5

3. Como elaborar uma boa estratégia comercial? > 9

4. Quais aspectos observar ao elaborar um planejamento estratégico? > 13

5. Existem ferramentas para criar um planejamento estratégico de forma organizada? > 15

6. De que forma obedecer a esse planejamento? > 17

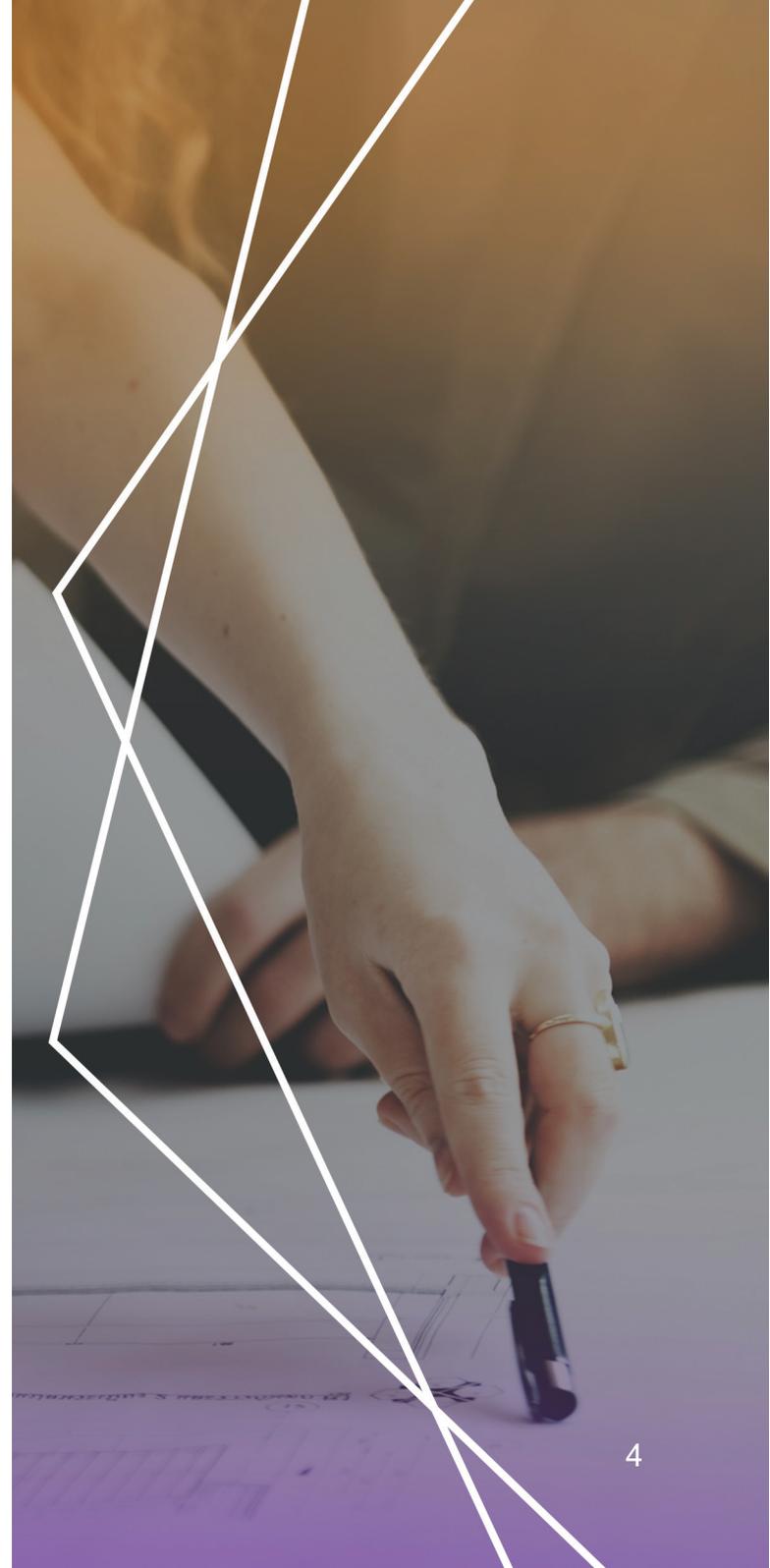
7. Dicas gerais > 19

Sobre o SEBRAE Bahia > 21



APRESENTAÇÃO

A estratégia comercial visa melhorar o desempenho do setor comercial de uma empresa. Sendo assim, a competitividade de mercado é um dos fatores de alto risco para a empresa tentar aprimorar e desenvolver novas estratégias para chamar atenção do público-alvo, por isso a necessidade de projetar um plano de ação e de funcionalidade para alcançar as metas estabelecidas. É na estratégia comercial que será necessário o envolvimento da equipe e do público estratégico (empresas concorrentes, aliadas, ou clientes individuais...) para analisar o mercado e a concorrência, a fim de colher os frutos de uma conversão de sucesso.





**ESTRATÉGIA:
O QUE É?
COMO ELABORAR?**

O termo estratégia lida diretamente com a questão da eficácia de executar um plano para poder prosperar com resultados positivos e, assim, sobreviver no futuro. Para elaborar uma estratégia, a concorrência deverá ser analisada para então optar por tentar encontrar um padrão a ser seguido ou por diferenciar-se das empresas já instaladas, com o intuito de se desenvolver e atingir a estabilidade no mercado, pensando em longo prazo.

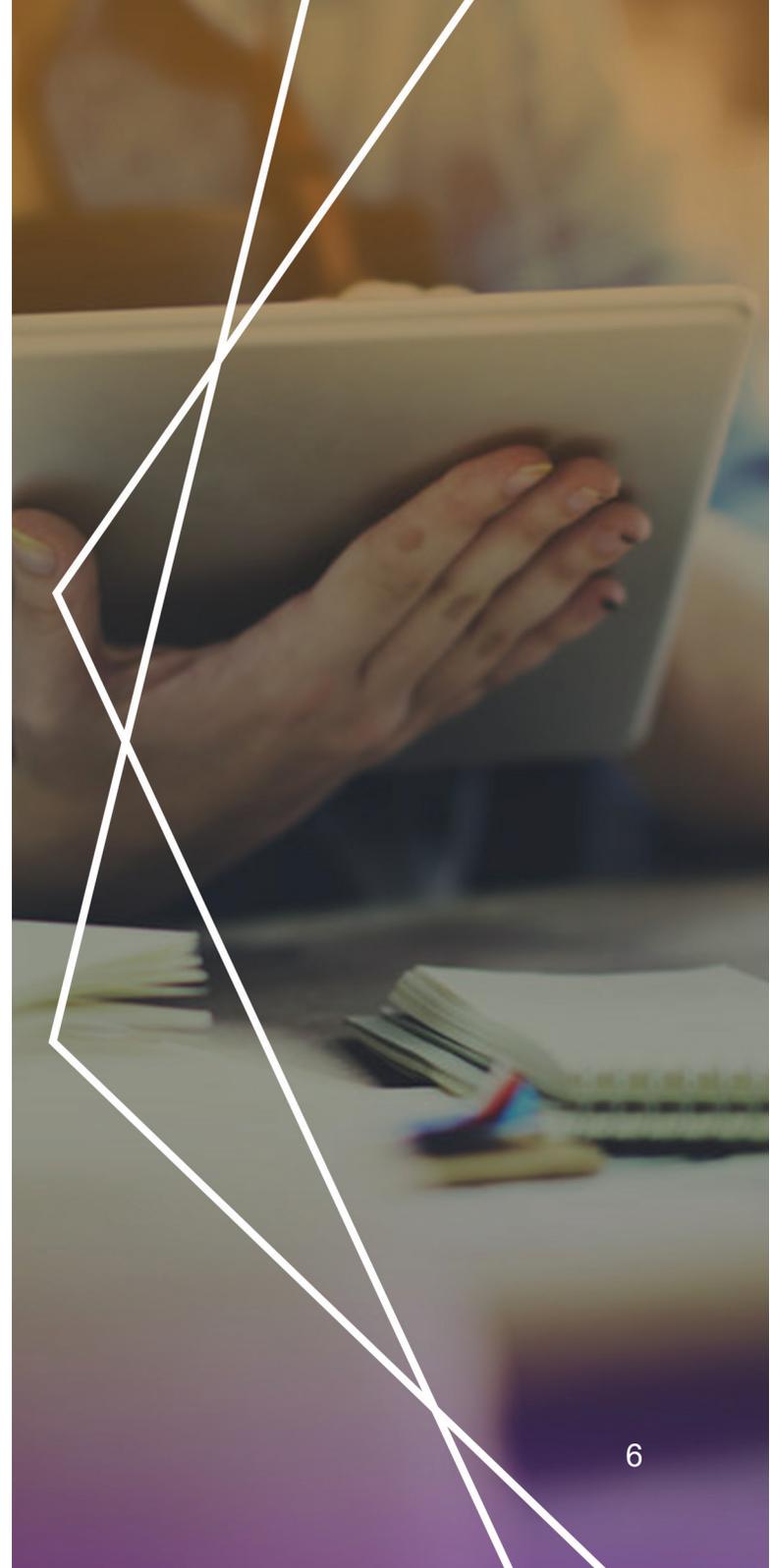
Tendo conhecimento de mercado e informações adequadas, no contexto do setor empresarial, as estratégias podem ser elaboradas, visando objetivos pré-estabelecidos pela empresa e equipe. Não devem ser esquecidos os valores éticos e morais de uma empresa, a fim de continuar zelando pelo melhor e atuando com responsabilidade frente aos negócios.

Existem três passos para que você entenda o processo de elaboração de uma estratégia comercial:

Diagnóstico

É nessa fase que você deverá indicar as respostas para as três perguntas a seguir: Por quê? Para quê? Aonde se quer chegar com isso?

Assim, você terá feito um diagnóstico preciso acerca da importância de elaborar essa estratégia comercial em sua empresa.



Padrão

Em todas as empresas ocorrem situações imprevistas, ocasionando o aumento da pressão e a tomada de decisões rápidas, em nome da reversão do resultado ruim.

Antes de começar o plano de ação, é recomendado que seja estabelecida qual será a conduta diante desses problemas; se serão resolvidas orientadas pelo instinto profissional ou pessoal. Micro e Pequenas empresas, por conta de suas estruturas menores, possuem mais condições de reagir rapidamente, isto é algo que pode ser aproveitado como um diferencial de mercado.

Comunicar-se com a equipe e tentar estabelecer uma flexibilidade ajuda a desenvolver novas técnicas.

Coerência

Caso um problema apareça, é necessário ser coerente em suas atitudes e ações para não manchar o nome da empresa ou decepcionar a equipe. Esta coerência deve considerar como a empresa escolheu se posicionar no mercado, seus valores, seu histórico de atuação e até mesmo alinhar com possíveis planos futuros.

As estratégias empresariais visam melhorar o desempenho da empresa dentro do mundo corporativo, assim, utilizam-se de mudanças internas e externas para atingir esse alvo. As estratégias nada mais são que peças fundamentais para orientar e guiar os planos da empresa, tendo em vista um melhor posicionamento frente à concorrência, construindo uma base muito próspera. A partir do momento em que existe uma visão do mercado, a empresa consegue reparar qual é o seu papel dentro desse universo corporativo.



Além disso, para elaborar uma estratégia bem desenvolvida, é preciso honrar com um compromisso, tentando buscar e obedecer às etapas propostas na estratégia.

Por sua vez, elas precisam ser criativas e inovadoras para aumentar o seu valor empresarial. Só que é comum as pessoas esquecerem-se de que essas estratégias precisam ser compatíveis com os recursos disponíveis da empresa, uma vez que o objetivo também será criar vantagens competitivas, que são diferenciais que geram resultados e que a empresa consegue manter ao longo do tempo ao invés de apenas manter em uma ação em específico.

Essas táticas devem ter visão de mundo, prevendo o amanhã para que o plano seja executado corretamente. O mundo dos negócios é muito instável, logo, uma visão estratégica pode mudar o rumo da empresa em questão de meses.

Ao mesmo tempo em que as estratégias devem pensar no futuro, um pensamento deve estar no presente, lidando com os problemas emergenciais da corporação.





**COMO ELABORAR
UMA BOA ESTRATÉGIA
COMERCIAL?**

A estratégia comercial está atrelada diretamente à estratégia corporativa, uma vez que sua elaboração depende da análise do mercado a que a empresa deverá ter acesso.

É como se fossem interdependentes, isto é, uma diretriz influencia na outra, concomitantemente. Para elaborar uma estratégia comercial, devem-se verificar três itens:

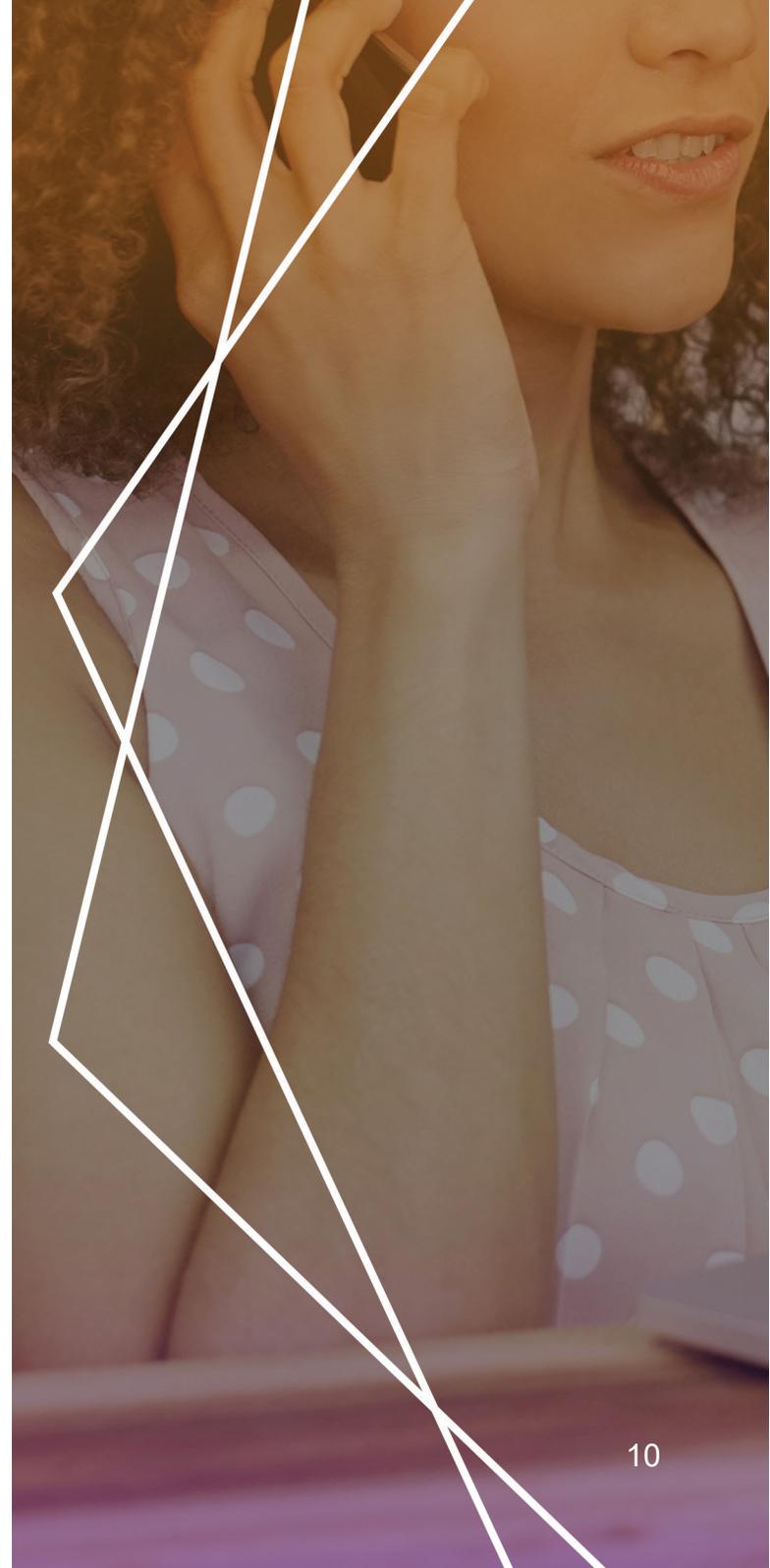
- Envolvimento de stakeholders + equipe comercial;
- Visão dos objetivos comerciais;
- Definição dos objetivos financeiros (chamados de curto prazo) e não financeiros (longo prazo);

Conseguindo analisar esses aspectos, tendo em vista o aprimoramento e alcance de resultados mais promissores, a empresa poderá atender às necessidades de seu público-alvo mais concretamente, atuando no mercado de forma consciente e planejada.

A elaboração de uma estratégia comercial também passa por três níveis até chegar à fase de implementação, afinal, deve-se planejar cada passo para a estratégia ser executada sem erros:

- **Nível 1:** estratégico (onde será definido o modelo de oferta);
- **Nível 2:** tático (identificação do público-alvo);
- **Nível 3:** operacional (em que as oportunidades teóricas vão para campo, provocando oportunidades de novos negócios);

Se o objetivo da empresa ligada ao comércio é lucrar e aumentar a demanda de oferta, precisa atentar-se ao mercado e ao setor para verificar o que há de excesso e o que está ausente, aspectos esses que são descobertos por meio do público-alvo.



Os fatores que mais influenciam durante a elaboração de uma estratégia comercial são: o modo de organização para coleta de dados, o ambiente, cenário, mercado e as fraquezas comerciais.

Quais dados coletar para fazer elaborar uma boa estratégia comercial?

Os dados que deverão ser coletados fazem parte da pesquisa de mercado e do agrupamento do público-alvo, isto é, realizar pesquisas de campo, identificando: o cenário, o ponto de locação (virtual ou físico), acessando mídias sociais, para verificar a popularidade da marca ou do produto, observando sempre o feedback dos consumidores, pode ajudar você a elaborar uma boa estratégia comercial para sua empresa.

Os elementos imprescindíveis, na hora da montagem dessa estratégia comercial são: observar os cenários competitivos, analisar os problemas do negócio, produzir um mapeamento acerca da aplicação da oferta e ter percepção de valor.

Estratégia Comercial tem a ver com Marketing?

Sim, a estratégia comercial tem muito a ver com marketing, pois será necessário chamar atenção do consumidor para aprimorar suas vendas, por exemplo. O foco é atender a demanda e às necessidades do consumidor, logo, você deve sair da zona de conforto para ir até ele. E onde ele está mais conectado se não no mundo virtual? O poder tecnológico de hoje em dia com a internet vem crescendo muito, garantindo engajamento empresarial para com seus clientes. O marketing irá atrás do consumidor ou potencial cliente, persuadindo e convencendo do seu produto. Assim, aliar essas duas estratégias é muito esperto!



Além disso, deve-se atentar à importância do branding (constituição do conceito e identidade da sua marca) nessa hora, porque a empresa deve ter um nome que vende a marca, assim como o layout, logo etc.

A estratégia comercial, aliada ao marketing, também verifica as tendências do consumo da população por meio das mídias sociais, garantindo maior contato e preocupação com o consumidor, a fim de sua estratégia ser viável para aquele tipo de cliente dentro de determinada situação e cultura.

Como saber se a minha estratégia comercial está correta?

Você verificará que sua estratégia comercial está correta a partir do momento em que colocará o plano em ação e verá os resultados. Por isso, a necessidade de se ter um planejamento estratégico e validar com atenção antes de pôr em prática, a fim de evitar possíveis problemas e imprevistos.

Como estabelecer uma relação entre a estratégia comercial e a pesquisa de mercado?

Os dados da pesquisa de mercado levarão para a equipe itens que devem ser expostos na hora de criar uma estratégia comercial, ou seja, a análise dos dados permitirá analisar e verificar o melhor caminho a ser tomado diante da perspectiva do trabalho de campo. Essa relação deve existir por meio de um plano de ação com a descrição, indicativo de tempo e responsável para que seja executado conforme os parâmetros e objetivos já estabelecidos.





**QUAIS ASPECTOS
OBSERVAR AO
ELABORAR UM
PLANO ESTRATÉGICO?**

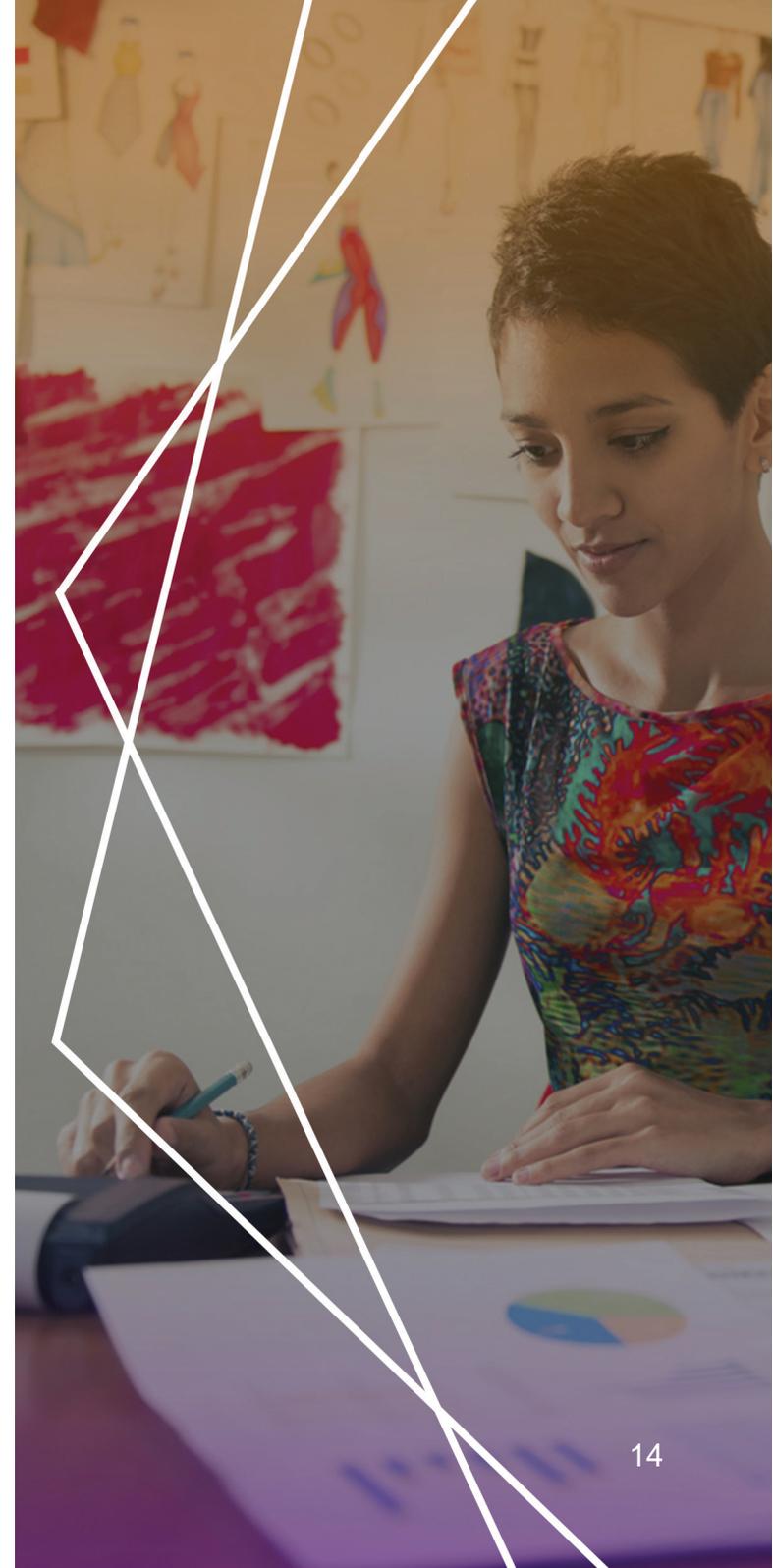
O planejamento estratégico visa compreender os agentes internos e externos da empresa diante do posicionamento no mercado, conforme a variedade, necessidade e acessibilidade que promove ao consumidor, isto é, é caracterizada pela disciplina e organização das estratégias que visam responder: Onde estamos? Para onde queremos ir? Como chegar até lá?

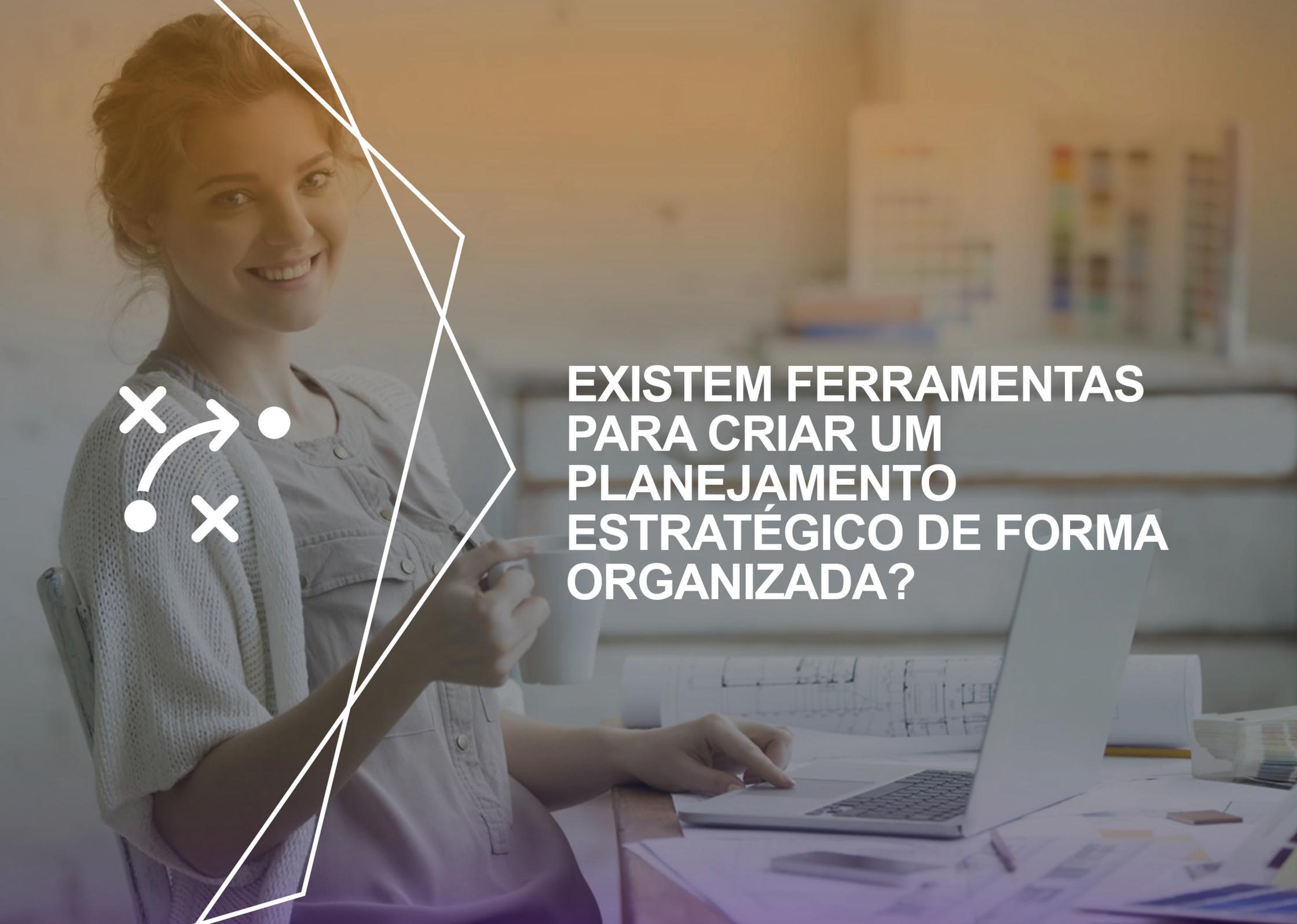
As estratégias precisam ser refinadas para produzir os efeitos desejados. O que precisa ser restringido é o planejamento estratégico, já que necessita estabelecer os objetivos de desempenho por meio de estratégias. É no planejamento que serão divididas as funções para cada componente da equipe para que todos trabalhem em sincronia e harmonia, dando incentivo aos demais funcionários, atuando com sabedoria, responsabilidade e flexibilidade.

O planejamento é necessário para:

- Definir o objetivo;
- Diagnosticar o mercado;
- Apontar os pontos fracos e fortes;
- Criar plano de ação;
- Monitorar a implementação das ações;

Ao elaborar um planejamento estratégico, precisa-se analisar o cenário e definir qual será o cronograma das ações, ou seja, como chegar aos resultados utilizando dessas estratégias. É preciso ter visão em longo prazo para atender os objetivos, entretanto, também necessita-se observar os recursos disponíveis que podem ser investidos.





**EXISTEM FERRAMENTAS
PARA CRIAR UM
PLANEJAMENTO
ESTRATÉGICO DE FORMA
ORGANIZADA?**



Há ferramentas disponíveis no mercado para a criação de um planejamento estratégico de forma organizada. Essas ferramentas ajudam a definir mais concretamente seus planos e como controlar a concorrência e o mercado que tende a ser instável.

Missão-Visão-Valores: essa ferramenta permite que você faça uma reflexão acerca dos seus negócios, a fim de entender o motivo do planejamento e da estratégia.

Análise 360°: a Análise 360° estabelece uma visão ampla que garante todos os aspectos que você deve atentar acerca da viabilidade do projeto e dessas estratégias.

Matriz SWOT: muito conhecida no mundo do marketing e da comunicação, a Matriz SWOT (FOFA, no Brasil) promove um completo diagnóstico acerca das forças, oportunidades, fraquezas e ameaças do seu planejamento estratégico.

5 Forças de Porter: essa ferramenta traz uma reflexão acerca da concorrência e como lidar com substituições no mercado empresarial e comercial.

Matriz BCG: essa matriz, por sua vez, realiza uma análise periódica do fluxo de caixa do seu planejamento a fim de apontar possíveis erros que podem ser corrigidos mudando a estratégia de custos e investimentos.

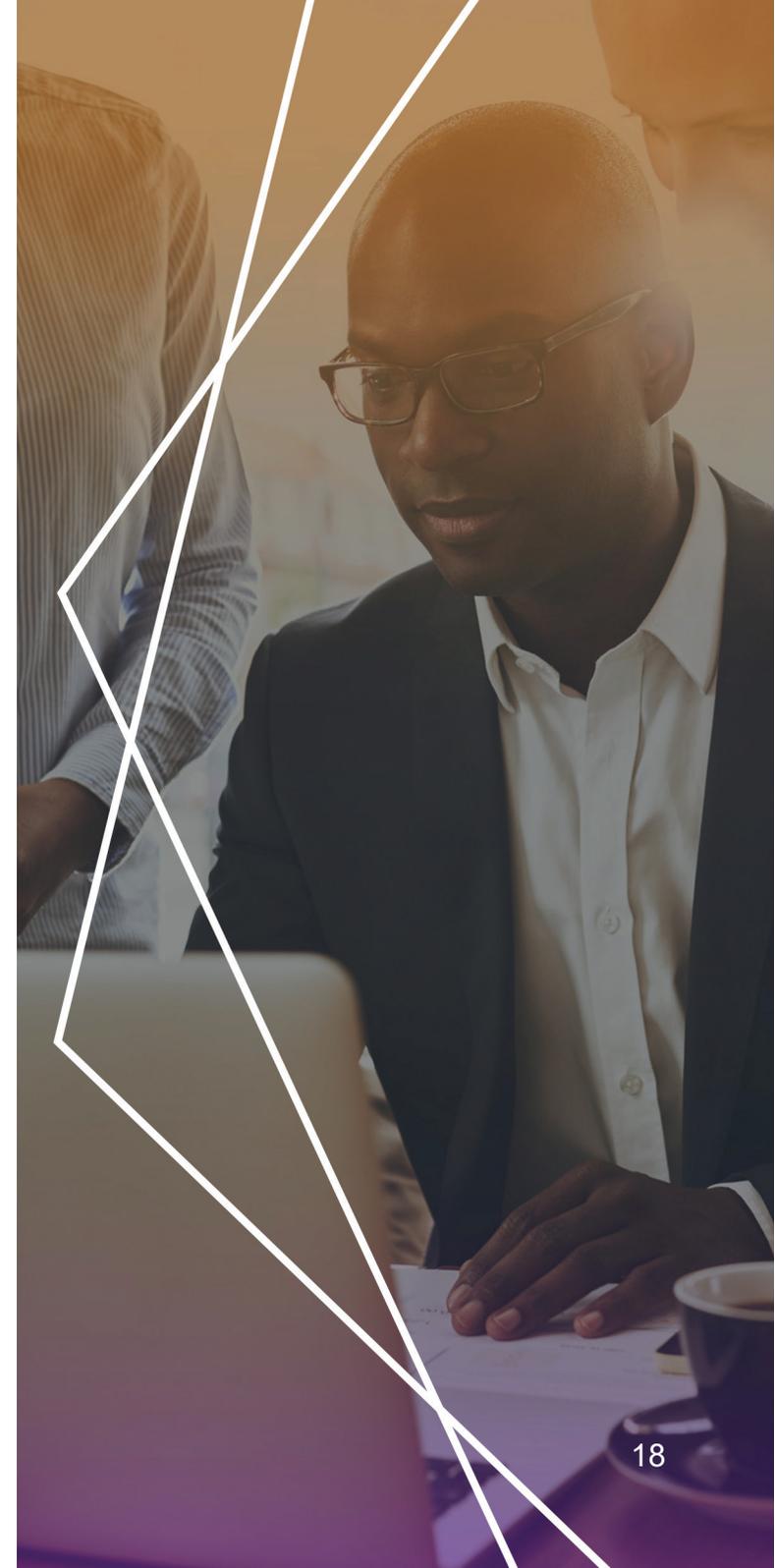


A photograph of three business professionals in an office setting. A man in a dark suit and glasses is seated at a desk with a laptop, looking at a document. Two other men, one in a light blue striped shirt and one in a white shirt, are standing around him, looking at the same document. The scene is overlaid with a semi-transparent orange filter. On the left side, there is a white geometric graphic consisting of a large triangle and a curved arrow pointing from a dot to another dot, with 'X' marks indicating a path or process. The text 'DE QUE FORMA OBEDECER A ESSE PLANEJAMENTO?' is written in white, bold, uppercase letters on the right side of the image.

**DE QUE FORMA
OBEDECER A
ESSE PLANEJAMENTO?**

Para conseguir obedecer ao planejamento estratégico, recomenda-se obedecer ao cronograma para se organizar e ter disciplina frente às necessidades e objetivos já expressos no planejamento. Por isso a necessidade de ter uma conduta padrão para você honrar com seu compromisso. O planejamento serve para evitar decisões imprevistas, logo, é preciso agir com coerência e responsabilidade para aprimorar a empresa como um todo.

O planejamento também pode ser obedecido por meio de fases pré-estipuladas para que a empresa consiga se organizar diante dos prazos e ações diretas e indiretas acerca das estratégias comerciais que visam melhorar o desempenho da empresa no mercado competitivo.





DICAS GERAIS

É necessário pensar muito antes de aplicar suas estratégias no mercado. Recomenda-se fazer um planejamento para entender todas as fraquezas e forças do projeto diante da viabilização das verbas e do plano de ação;

É importante a comunicação com a equipe comercial, então, procure sempre expor a real situação, justamente para ser flexível e ouvir novas propostas (e estratégias) para o bem da empresa e do convívio social; Esteja sempre em um canal próximo de comunicação com seus vendedores, com quem lida diretamente com os clientes, eles tem muito a acrescentar.

Se a empresa comercial for pequena ou está começando seus passos no mercado, consultar-se com alguém que entende do assunto ou realizar cursos de empreendedorismo ajuda a ter uma visão geral do assunto, tal como os riscos implicados e resultados alcançados;

Verificar casos de sucesso que deram certo por meio de um planejamento estratégico que visava em um âmbito comercial também facilita na hora de determinar quais serão os passos decisivos da elaboração de uma estratégia comercial. Assim, pode-se encontrar um modelo ou um padrão de sucesso. Mas, lembre-se de que cada caso é um caso e é preciso verificar a situação da sua empresa atualmente.

Assim, a empresa pode prosperar, garantindo melhores resultados e atendendo às necessidades do público-alvo. Produzindo uma estratégia comercial, verifica-se que o empresário tem uma visão em longo prazo, a fim de colher os frutos de um trabalho duro. Conquiste seu sucesso!



The logo for Sebrae, featuring the word "SEBRAE" in a bold, white, sans-serif font. Above and below the text are three horizontal white bars. The logo is set against a dark, textured background that is part of a larger graphic design on the left side of the page.

SEBRAE

O Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é um entidade privada sem fins lucrativos, que conta com uma rede de quase 700 pontos de atendimento presencial em todo o Brasil, sendo 31 somente na Bahia. Com o apoio e a orientação do Sebrae, as micro e pequenas empresas se fortalecem e geram mais empregos e renda para todo o Brasil.

O Sebrae na Bahia foi concebido para apoiar e fomentar a criação, a expansão e a modernização das micro e pequenas empresas do Estado, capacitando-as para cumprir, eficazmente, o seu papel no processo de desenvolvimento econômico e social. Para facilitar o atendimento em diversas regiões do estado, foram inauguradas diversas unidades de atendimento.

Desta forma, o Sebrae na Bahia fica ainda mais próximo de seus clientes, oferecendo soluções em educação, consultoria, acesso ao crédito e ao mercado, além de incentivar a abertura de novos pequenos negócios e a qualificação das empresas já existentes.

Tudo para fomentar o progresso econômico e social do povo.

0800 570 0800
www.ba.sebrae.com.br

