

COMO IDENTIFICAR AS OPORTUNIDADES E CONQUISTAR O CLIENTE

- **Por que uma empresa encerra suas atividades?**

É necessário ser bastante ágil para responder, a todo momento, às novas exigências do mercado; O novo fica velho mais rápido do que antigamente. Idéia de negócio não significa uma oportunidade de negócio.

Uma idéia somente se transforma em oportunidade quando seu propósito vai ao encontro de uma necessidade de mercado

COMO IDENTIFICAR AS OPORTUNIDADES E CONQUISTAR O CLIENTE

- O serviço de disque-pizza a domicílio é um tipo de negócio muito comum nos dias de hoje;
- Antes do disque-pizza, uma pizzaria funcionava no sistema *a la carte*;
- alguém percebeu que as pessoas estavam cada vez mais sem tempo e gostavam de ficar em casa;
- Estas pessoas tinham telefones e, se elas tivessem uma opção, certamente ligariam para fazer um pedido;
- Esta é a dinâmica da oportunidade
- Existem muitas empresas que atuam sobre uma oportunidade que foi detectada há muito tempo atrás

DESCOBRINDO OPORTUNIDADES

- Disque-pizza: surgiu quando diversos fatores, aparentemente sem nenhuma relação,
- Geraram uma idéia que se traduziu em uma oportunidade de negócio:
 - a percepção de que as pessoas tinham cada vez menos tempo;
 - a tecnologia existente nos telefones e disponível para a população;
 - as características do produto pizza;
 - as características do processo de produção e entrega.

DESCOBRINDO OPORTUNIDADES

- No caso do disque-pizza a pessoa que teve a idéia e que ainda não tinha certeza de que era uma oportunidade;
- Se precaveu com as seguintes ações:
 - Realização de uma pesquisa com clientes em potencial, procurando entender seus hábitos, preferências etc.;
 - Identificação de um setor da cidade que seria atendido pelo serviço em fase de teste;
 - Verificação de quantas pessoas moravam naquela área e quantas tinham telefone.

DESCOBRINDO OPORTUNIDADES

- Podemos então relacionar uma série de questões cujas respostas ampliarão a compreensão sobre a oportunidade:

Existe uma necessidade de mercado que não é suprida ou é suprida com deficiências?

Qual é a quantidade de potenciais clientes para este negócio?

Qual é o seu perfil? Onde se localizam?

Quais são os principais concorrentes? Quais são os seus pontos fortes e fracos?

Existem ameaças, como por exemplo, uma nova tecnologia que está prestes a entrar no mercado?

DESCOBRINDO OPORTUNIDADES

Existem aspectos legais específicos que devem ser considerados?

Quais são os valores que o novo produto/serviço agrega para os clientes?

Quais são as vantagens que a empresa terá ao entrar no negócio?

Será que o momento correto é realmente este?

A oportunidade de negócio condiz com as expectativas de lucro da empresa?

Qual é o investimento necessário? A empresa tem capacidade para isso?

Tenho vontade pessoal de atuar neste negócio?

A QUESTÃO DA PERMANÊNCIA NO MERCADO

- **Pode ser resumida da seguinte forma:**
 1. Atenção ao ambiente de negócios;
 2. Formulação de diversas idéias;
 3. Constatação de uma oportunidade potencial;
 4. Coleta de informações para maior segurança sobre a oportunidade existente e geração de aprendizado;
 5. Planejamento dos recursos necessários para o aproveitamento da oportunidade;
 6. Execução do planejamento;
 7. Análise dos resultados;
 8. Atenção ao novo ambiente de negócios.

A QUESTÃO DA PERMANÊNCIA NO MERCADO

- É preciso aproveitar ao máximo as oportunidades e, neste sentido, algumas recomendações são importantes:
- **Planejamento:**

Planejar a atuação sobre uma oportunidade detectada pode ser a diferença entre o sucesso e o fracasso:

Planejar significa responder **o que** será feito, **como** será feito, **quanto** irá custar, **quem** irá fazer, **porque** será feito e **quando** será feito.

A QUESTÃO DA PERMANÊNCIA NO MERCADO

o Acompanhamento e controle:

Registro de informações permitirão comparar o planejamento com o que realmente aconteceu;

É muito útil para que novas decisões sejam tomadas em relação à continuidade de atuação da empresa naquela oportunidade específica.

Devemos nos lembrar que toda oportunidade tem um tempo de duração.

A QUESTÃO DA PERMANÊNCIA NO MERCADO

o **Coerência:**

A maneira como são organizados os processos , de modo a aproveitar uma oportunidade, deve ser coerente com as condições que caracterizam a própria oportunidade;

Por exemplo: uma loja de roupas que esteja se reposicionando para atuar no segmento jovem, deverá adaptar seus processos, instalações, forma de atendimento etc., para estar adequada ao novo público;

Caso contrário, pode até existir a oportunidade, mas com certeza seu aproveitamento pleno não ocorrerá;

Esta questão pode parecer simples, mas muitos negócios incorrem neste erro e fecham suas portas;

Claro, se não houver coerência entre a oportunidade e o negócio, é muito provável que faltem clientes.

A QUESTÃO DA PERMANÊNCIA NO MERCADO

- Permanecer no mercado é estar atento às oportunidades e agir corretamente para aproveitá-las.

“Seu Olavo é proprietário de uma lanchonete de bairro há 20 anos e fecha sempre às 18 horas, como nos velhos tempos. No ano passado, uma escola noturna foi aberta no mesmo quarteirão que sua lanchonete e hoje tem mais de 300 alunos. Seu Olavo continua fechando às 18 horas, quando vários alunos estão chegando e procurando alguma coisa para comer. Será que seu Olavo está perdendo uma oportunidade?”

A QUESTÃO DA PERMANÊNCIA NO MERCADO

“Dona Aparecida tem uma loja de confecções em casa e outro dia viu na televisão um modelo diferente. Imediatamente viajou e comprou muitas peças, fazendo uma dívida enorme. Tinha certeza de que seria um ótimo negócio. No começo, o produto vendeu bem, mas logo a procura diminuiu. Só então Dona Aparecida se deu conta de que a novela na qual ela havia visto o produto tinha terminado. Ficou com um monte de peças “encalhadas” e com a dívida para pagar. Dona Aparecida não sabia que toda oportunidade tem seu tempo e se deixou levar pela emoção de que estava fazendo um bom negócio.”

A QUESTÃO DA PERMANÊNCIA NO MERCADO

“Por ter um espaço vago em sua garagem, Dona Joana decidiu abrir um armário. Achava que era uma boa idéia, pois, muitas amigas tinham o hábito de costurar. Abriu a empresa, comprou estoques e só então percebeu que não havia clientes suficientes para o faturamento necessário ao negócio. O motivo principal é que o armário se localizava numa rua sem fluxo de pessoas. Caso Dona Joana tivesse feito um planejamento do negócio antes de abrir, é bem provável que teria percebido que a sua idéia não era uma oportunidade de negócio.”

A QUESTÃO DA PERMANÊNCIA NO MERCADO

“Os amigos João e Omar são sócios em uma indústria de móveis. Convencidos de que deviam ampliar seus negócios, entraram em uma feira do setor e fizeram muitas vendas. Quando iniciaram a produção, perceberam que não tinham condições de produzir dentro do tempo prometido e acabaram atrasando nas entregas. Perderam clientes, tiveram pedidos cancelados e estão sem recursos financeiros, pois, havia gasto com a matéria-prima. Os sócios não sabiam que deviam ter estudado e planejado todos os aspectos da indústria para que pudessem aproveitar as oportunidades proporcionadas pela feira.”

A QUESTÃO DA PERMANÊNCIA NO MERCADO

- Para Resumidamente, podemos então dizer que para uma empresa ter chances de permanecer no mercado ela deve:

Detectar uma oportunidade;

Organizar-se de forma a oferecer um produto ou serviço com esta oportunidade;

Avaliar sua viabilidade;

Acompanhar os resultados

PARA IDENTIFICAR UMA OPORTUNIDADE É PRECISO ○

- Analisar a existência de um mercado não atendido ou atendido precariamente nas suas necessidades;
- Verificar o surgimento de novos segmentos de mercado com necessidades específicas;
- Agregar valores e serviços ofertados, ou não pela concorrência, e demandadas pelo consumidor;
- Verificar o surgimento de novas tendências no mercado;
- Dominar as competências necessárias ao empreendimento;
- Possuir os recursos para o empreendimento;
- Identificação do empreendedor com o projeto em questão;
- Domínio tecnológico.