

Terça-feira, 14 de Abril de 2015

👛 Dia das mães sem comemoração, pelo menos para o varejo brasileiro

Inflação acima da meta, alta dos juros, preço do dólar recorde, economia desaquecida e proximidade com outras datas comemorativas como Páscoa e Dia dos Namorados, além da confiança do consumidor em queda livre, devem azedar o humor dos varejistas diante das previsões das vendas no próximo Dia das Mães. A saída é tentar aumentar os lucros, com estratégias administrativas e até tecnológicas que previnam perdas, principalmente os furtos

Abril de 2015 – O varejo deve, pelo segundo ano consecutivo, amargar queda nas vendas no Dia das Mães – em 2014, Serasa, SPC e CNDL apontaram desaceleração em relação aos períodos anteriores. E, pior, as projeções é que a segunda melhor data para o comércio depois do Natal não deve servir de salvação para as vendas no segundo trimestre do ano. Pelo menos é o que apontam estudos da Associação Comercial de São Paulo e o Índice de Confiança do Consumidor da Nielsen. Este mostra que, até o fim de 2014, a confiança do consumidor brasileiro havia caído 6 pontos, com 95 de pontuação total, e, até o segundo bimestre deste ano, havia despencado ainda mais 7 pontos, atingido máximo de 88. Acima de 100 pontos, considera-se que a maioria dos consumidores está otimista.

Inflação muito acima da meta, alta dos juros, preço do dólar recorde, economia desaquecida e proximidade com outras datas comemorativas como Páscoa e Dia dos Namorados, são alguns dos motivos que devem azedar o humor dos varejistas diante das previsões negativas da performance das vendas no próximo Dia das Mães, no segundo domingo de maio (dia 10). Se, por um lado, eles têm de torcer por uma “zebra”, podem também se preparar para, pelo menos, tentar aumentar os lucros, com estratégias administrativas e até tecnológicas. “As perdas do varejo brasileiro decorrentes, principalmente, de furtos, atingiram 2,31% do faturamento líquido das empresas, o maior percentual já registrado desde 2002, de acordo com estudo do Instituto Brasileiro de Varejo e Mercado de Consumo (Ibevar). Em números, o setor no Brasil, com exceção de carros, autopeças e combustíveis, perdeu R\$ 27,7 bilhões”, explica Anderson Ozawa, especialista em prevenção de perdas e fundador do blog Prevenção de Perdas Brasil (www.prevencaodeperdasbrasil.com).

Webinar Dia das Mães no varejo – No dia 15 de abril, o especialista Anderson Ozawa será o apresentador de um workshop gratuito (webinar) com o título Dias das Mães no varejo. No evento, ele vai abordar estratégias para o varejo aumentar os lucros, entre elas, blindagem dos processos mais críticos das lojas, formas de utilização do atendimento preventivo para reduzir perdas e aumentar vendas, atenção e controle nas operações de caixa, boas práticas no recebimento e armazenagem de mercadorias e soluções e ações para prevenir as perdas, com foco nos produtos de alto risco.

Promovido pela Gunnebo Brasil (www.gateway-security.com.br), empresa com sede na Suécia que, no Brasil, destaca-se como fornecedora de soluções antifurto para o varejo, por meio da marca Gateway Security, em parceria com o Grupo Boucinhas, o webinar terá duração de 40 minutos e haverá espaço para participação dos ouvintes por meio de perguntas que serão selecionadas e respondidas pelo próprio apresentador. Para os varejistas que não puderem assistir à apresentação online, basta se inscrever para receber logo depois do evento ao vivo um link para vê-la.

Serviço:

Webinar gratuito Dias das Mães no varejo

Ministrado por Anderson Ozawa, especialista em prevenção de perdas e fundador do blog Prevenção de Perdas Brasil (www.prevencaodeperdasbrasil.com).

Promoção: Gunnebo Brasil e Grupo Boucinhas

Data/Horário: 15 de abril (quarta-feira), às 18h30

Duração: 40 minutos

Inscrições e outras informações: www.gateway-security.com.br

Fonte: Maxpress

Disponível: <http://www.varejista.com.br/noticias/10322/dia-das-maes-sem-comemoracao-pelo-menos-para-o-varejo-brasileiro>