

RESPONSABILIDADES DO GERENTE DE LOJA.

A operação de uma loja, como já disse, é muito complexa porque envolve centenas de atividades que precisam ser bem feitas, TODOS OS DIAS, para produzir um bom resultado final. Sendo verdade isto, é óbvio que a função do Gerente da Loja abrange diferentes áreas, com diferentes públicos e múltiplos resultados intermediários, um em cada uma destas áreas.

Neste material vamos dar uma visão geral nas expectativas que devemos ter em relação à função do Gerente de Loja. Brevemente, cada um dos temas terá um tratamento específico sobre o COMO FAZER.

Como já se disse, a loja é o ponto de contato com o mercado. E o mercado é quem gera RECEITAS, VENDAS, que é a parcela principal da nossa “equação aritmética básica” para obtermos um bom resultado final! Isto tudo está muito bem explicado no primeiro vídeo conceitual do site.

Logo, a primeira e maior responsabilidade do Gerente será ENCANTAR OS CLIENTES!

São três os pontos essenciais nesta área: a) entender os clientes, compreendendo o que esperam de nossa loja; b) identificar nossas limitações no mercado em que atuamos, conscientes dos pontos fortes e fracos em relação à concorrência; e c) atuar com uma gestão eficaz para garantir que aquelas centenas de atividades diárias funcionem com a máxima qualidade, satisfazendo plenamente os consumidores.

Como complemento a este primeiro desafio, o Gerente de Loja terá que perseguir, permanentemente, o objetivo de VENDER MAIS! Em outras palavras, extrair de seus clientes o máximo de recursos que eles dispõem para adquirir os produtos que oferecemos na loja. Para isto, diversas ações deverão ser implementadas na linha de produtos, merchandising, política de preços, promoções, etc. Mas estes temas serão objeto de análises específicas em outros materiais, brevemente.

A terceira responsabilidade da função será MELHORAR O LUCRO BRUTO. Preços adequados ao nosso posicionamento no mercado e alinhados aos níveis em que operam nossos concorrentes. Compras de produtos nas melhores condições possíveis, trazendo o CMV ao nível mais baixo que pudermos. E reduzindo quebras na operação, combatendo desperdício, desvios e furtos, mau recebimento de produtos, erros na precificação, manipulação errada, etc. LB é a segunda parcela da “equação aritmética básica” para o resultado da loja.

O quarto desafio gerencial na loja será MONITORAR A CONCORRÊNCIA, direta e indireta. Sobre este tema já há um material publicado no site, o qual recomendo que seja analisado. Sem isto, difícil será obter a precificação melhor possível, operando no limite máximo que esta concorrência permitir. Mas, como identificar os pontos fracos de nossa operação e, gradativamente eliminá-los, sem acompanhar os principais concorrentes? Ficaria muito difícil, não?

A quinta área de responsabilidade do Gerente de Loja será a de CONSOLIDAR PARCERIAS. Independente do tamanho de sua empresa, você estará no mesmo barco de seus fornecedores: são aliados na distribuição de milhares de produtos aos consumidores. A loja é o ponto final desta cadeia de distribuição. Apenas para lembrar, todos sabemos que esta relação deve ser do tipo “ganha/ganha”. Isto é fácil? Não, mas é absolutamente necessário construí-la com base nisto!

O sexto desafio será CONECTAR-SE À COMUNIDADE. A empresa não é uma ilha... Com uma, ou mais lojas, estaremos inseridos em um bairro, em uma cidade pequena, em um ambiente social, qualquer que seja nosso tamanho. Nele vivem pessoas, frequentando comércio, escolas, igrejas, ruas, parques, etc. É nossa comunidade, em suma. Precisamos interagir com ela, trocando informações, em vias de mão dupla. Hoje em dia, com as diversas Redes Sociais, esta é uma tarefa que ficou facilitada e, com custos muito baixos em sua utilização. O Gerente da Loja precisa ser conhecido, respeitado e, preferencialmente, admirado pelos moradores e conectado com eles.

A sétima área de responsabilidade será o permanente AJUSTE DE ESTOQUES. Isto é fundamental, tanto objetivando ajustar a linha de produtos da loja aos desejos dos clientes quanto para manter a saúde financeira do negócio e ter um cadastro bem visto pelos nossos parceiros. Sobre este tema também existe material no site que recomendo analisar.

O oitavo desafio diz respeito à outra parcela decisiva naquela equação aritmética básica que produzirá o resultado final da loja: RACIONALIZAR CUSTOS E DESPESAS. Em outras palavras: PRODUTIVIDADE, ou fazer MAIS com MENOS! Também está publicado um material sobre este tema, em PRODUTIVIDADE E INDICADORES, no site.

A nona área trata de ZELAR PELO PATRIMÔNIO SOB SUA RESPONSABILIDADE. Quem delegou a você a autoridade para administrar a loja também espera que você cuide do patrimônio como se fosse SEU! Preserve e não permita que ele seja corroído, seja por funcionários, parceiros e clientes. Nem acidental nem intencionalmente. Tenha cuidado com a manutenção, preventiva e corretiva, de instalações, máquinas e equipamentos. Lembre-se, sempre, que o investimento sustentável é que gera e preserva empregos...Empresas falidas não pagam ninguém!

O décimo desafio será o de RESPEITAR NORMAS E PROCEDIMENTOS INTERNOS. Você é o exemplo e a referência: seu comportamento será, sempre, mais eloquente do que discursos. O que está definido como condutas aceitas precisa ser respeitado por todos e você deve ser o primeiro a garantir isto!

O décimo primeiro desafio será CUMPRIR AS EXIGÊNCIAS LEGAIS E DE REGULAÇÃO do nosso negócio. Cada vez mais os governos regulam nossa atividade e estabelecem normas e procedimentos que precisam ser respeitados, sob pena de gerarmos multas e restrições à nossa operação. Cada vez mais os agentes públicos criam rotinas de vigilância e os valores pelo não cumprimento destas obrigações tornam-se mais elevados. Procure seguir as regras acatadas pela empresa de forma a minimizar atritos e desconformidade com estas exigências legais. Quando tiver alguma dúvida, consulte!

Finalmente, ORIENTAR E MOTIVAR SUA EQUIPE! Nada do que foi dito até aqui será tarefa de uma única pessoa... Independente de quantos estarão no seu time para tocar a loja, TODOS precisarão saber o que cada um deve fazer, como deve fazer, quando fazer, etc.

Nosso negócio costuma atrair pessoas mais jovens e sem muita experiência, com exceção daqueles profissionais mais técnicos, como açougueiros, padeiros, confeitadores, etc. O que significa que o Gerente de Loja precisará, permanentemente, estar orientando sua equipe, apoiando-se naqueles mais experientes para auxiliá-lo.

Mas este ponto, por sua importância, também será objeto de um material específico.

Pense bem em como fará tudo isto. Afinal, trata-se de seu futuro!