

Lojista



Novos equipamentos trazem melhorias ao SPC

O Serviço de Proteção ao Crédito- SPC, ligado à Câmara de Dirigentes Lojistas de Teresina - CDL investiu na compra de novos equipamentos e está conseguindo tornar o seu atendimento, ainda, mais eficaz.



Boas perspectivas para o Dia da Criança



Última grande data comemorativa do ano antes do natal, o dia 12 de outubro anima os lojistas especializados em produtos infantis, que esperam vendas melhores que as do ano passado.

Para atrair a garotada, os empresários investiram na variedade do estoque de brinquedos e em idéias criativas para prender a atenção de consumidores muito especiais.

3

Lojistas se preparam para a Convenção

Os lojistas de todo o Brasil já estão afivelando as malas para seguirem viagem à encantadora Recife, onde já está tudo organizado para a 40ª Convenção Nacional do Comércio Lojista, que acontece no final deste mês de outubro.

A caravana do Piauí está sendo formada e promete ser uma das mais participativas.

7

5

SPC reforça quadro de associados

O mês de setembro registrou a entrada de oito novos associados aos quadros do Serviço de Proteção ao Crédito - SPC de Teresina.

O reforço vem de lojistas respeitados em nossa comunidade e representa um ganho de qualidade à imagem da entidade.

Veja abaixo a relação dos novos parceiros de CDL:

J.B Importação e Exportação Ltda
Imobiliária Cidade Verde
M.G. Tecidos
Liana Silva Rocha - ME
Banco Panamericano S/A
Jorge Batista e Cia. Ltda
F.A. Santos Viana Confeccões
A.F.A Portela.



Números do SPC de Setembro

SPC	94.944
SPC Cheque	50.959
Total	145.903
Cancelamentos	12.529

Lojista



Informativo da Câmara de Dirigentes Lojistas de Teresina - CDL.

Rua Desembargador Freitas, nº 990.

Fone: 221-6969

Teresina - Pi.

Circulação mensal

Diretor-Presidente: Jesus Tajra Filho

Edição, redação

e editoração eletrônica:



Diretoras: Lena de Oliveira

Neulza Bangoim

Fone: 222-6133/981-2271

HALLEY S.A.
Gráfica e Editora

(Impresso em sistema digital)

Samira

1º lugar em móveis

Um dia feliz para ser bem comemorado



Quando o dia 12 de outubro chegar a festa vai rolar solta e, com certeza, não será por conta do descobrimento da América. Também vai ter um montão de gente que vai jurar que é feriado, só porque esse é o seu dia. Estamos falando delas, as crianças, as grandes homenageadas do mesmo dia em que o país referencia sua padroeira, Nossa Senhora Aparecida.

Para a data o comércio prepara-se com muita cor e alegria. Os brinquedos invadem as prateleiras

e os comerciais de TV. Pelas ruas da cidade, "outdoors" com carinhas de anjo começam a encantar a vista de quem passa, imaginando o que dar de presente para as suas próprias crianças.

Grandes lojas armam boas estratégias para atrair a atenção dos homenageados. Seja utilizando um palhaço na propaganda, seja enfeitando as instalações ou induzindo a própria menina a pedir o presente para os pais.

O Dia da Criança é a última data importante do calendário lojista, antes que venha o Natal. Por isso é importante entrar na luta por essa fatia de mercado, que engloba um dos mais exigentes tipos de consu-

midores.

O público infantil é merecedor de táticas específicas voltadas para conquistá-lo como cliente, mas se você consegue cair em suas graças, aí é meio caminho andado para construir uma relação de fidelidade excelente. A criança tem personalidade e, hoje em dia, recebe uma carga de informação muito ampla, que a torna uma consumidora de alto nível, sendo responsável muitas vezes pela decisão de compra, mesmo que a contragosto dos maiores.

De acordo com a opinião de Aerton Fernandes proprietário das lojas BabyLândia, tradicional no ramo de brinquedos, o 12 de outubro desse ano deverá representar um acréscimo de 25% no seu volume de vendas, embora pondere que "o crescimento da demanda vai ser, realmente, percebido nos três dias que antecedem a data,



porque como é da cultura de nosso povo brasileiro, deixa-se tudo para a última hora".

Com 23 anos atuando no ramo de brinquedos, Aerton Fernandes lamenta que o setor tenha passado por uma diminuição em seu tamanho operacional, inclusive levando ao fechamento de fábricas importantes como a TROL. O fato de os grandes fabricantes de brinquedo, também, terem diminuído o tamanho de suas veiculações publicitárias em relação a outros anos é um aspecto relevante, porque os lojistas perderam um apoio importante como acontecia, quando a mídia causava impacto sobre os consumidores.

Por outro lado, o empresário chama atenção para o aspecto positivo dessa queima de gorduras promovida nas empresas fornecedoras, já que ela possibilitou uma queda no preço dos brinquedos, facilitando a comercialização. "Temos uma variedade maior no estoque desse ano, graças aos custos menores, que também estamos aplicando na venda ao consumidor final", informa.

A concorrência com os vendedores ambulantes, também é outra queixa dos comerciantes de brinquedos que vêm na sua porta os importados do Paraguai serem vendidos em condições muito desiguais, principalmente no que se refere à tributação, não esquecendo que a qualidade desses produtos é duvidosa e condená-

12 de outubro, Dia da Criança.

Aproveite cada momento para ficar bem juntinho de seus baixinhos.



No Dia da Criança tem que ter surpresa, tem que ter presente.

Câmara de Dirigentes Lojistas

vel para o manuseio por parte de crianças.

O proprietário das lojas Armarrinho da Criança, Francisco Luís Eleotério, sendo 03 delas localizadas no centro, conta que o acesso das pessoas à área não facilita as compras, principalmente, porque é difícil estacionar, o que torna-se um transtorno a mais para quem anda com crianças.

Nos shoppings a situação é diferente. Não é o acesso que causa dificuldades, mas sim como atrair a atenção das crianças em meio a tantas coisas que lhes desviam o olhar e o foco de interesse. Por conta disso, nesses locais as promoções estão dirigidas à oferecer recompensas aos pequenos compradores.

As ofertas para as crianças são realmente múltiplas e, por isso, elas

dividem-se com facilidade entre lanches, sorvetes, jogos eletrônicos, agendas, lápis coloridos, brinquedos de todos os tipos e até roupinhas bem trançadas. Sim, porque já foi-se o tempo de dizer que criança não se interessa pelo visual. Luís Eleotério, que mantém o seu Armarrinho da Criança, também no Riverside, confirma isso, dizendo que junto com a procura pelos brinquedos cresce também, a venda de confecções e calçados infantis e é por isso que ele mostra-se otimista, quanto aos bons índices para o faturamento de outubro.

Seja como for, o importante é que as crianças conquistaram um respeito muito grande como consumidores especiais. Afinal este é o público que vai permanecer como comprador ativo durante mais tempo, em função da idade. Assim, é melhor pensar com muito carinho nas maneiras de tratar essa fatia de mercado disputadíssima.

Uma dica importante que "● **Lojista**" dá aos leitores, é que com esses clientes não basta ser racional e planejar preços e promoções compatíveis. Acima de tudo, aqui funciona a criatividade, que deve servir a um objetivo sincero: o de agradar e muito. E convenhamos que isso não é lá nenhuma missão impossível, até porque é só cada um fazer um pequeno esforço e lembrar de como se sentia quando ainda sonhava com os brinquedos expostos nas vitrines de lojas que povoam a memória.

A caminho do Recife

Cresce, a cada dia, o número de lojistas piauienses que procuram informações de como integrar a caravana que vai representar nosso estado na 40ª Convenção Nacional do Comércio Lojista, que acontece este mês, entre os dias 24 e 27, na cidade do Recife, em Pernambuco.

A CDL de Teresina já está com uma boa lista de nomes confirmados e no interior os empresários estão se articulando com o apoio da FCDL Piauí para participarem da Convenção, que de acordo com números fornecidos pela comissão responsável por sua organização deve receber cerca de 5 mil lojistas vindos de todas as partes do país.

Um atrativo importante nesta Convenção, que apontará estratégias para o comércio lojista

40ª Convenção Nacional do Comércio Lojista



Ciro Gomes: abertura

do novo milênio é o fato de ela ser realizada em um lugar, absolutamente, bonito e repleto de oportunidades interessantes para os convencionais aproveitarem. É por isso mesmo, que além dos eventos oficiais, que

incluem além da própria convenção, a 58ª Fenal - Feira Nacional do Comércio Lojista e o 57º Seminário Nacional de SPC's, foi planejada uma ampla programação cultural para que todos aproveitem ao máximo o que Pernambuco tem a oferecer.

Quanto a parte de conteúdo proposto para o debate, nesta Convenção o foco central são as técnicas e aplicações dos recursos disponíveis hoje em dia para incrementar a atividade varejista nacional, posicionando-a com a



IMPERIAL

CENTROCAR

Autorizada:

Pneus

Firestone

Baterias

Heliar

Amortecedores

cofop

Escapamentos

Sicap

Rodas Esportivas

BINNO
A RODA DE RAÇA

Alinhamento e Balanceamento Computadorizados
Suspensão em Geral - Freios e Troca de Óleo

Antes de viajar, verifique os itens de segurança do seu carro!

MATRIZ: 223-4088

FILIAL: 233-4141

força competitiva e operacional necessárias à absorção das necessidades surgidas com a globalização econômica.

A abertura da Convenção trará o ex-ministro da Fazenda, Ciro Gomes e o encerramento será feito pelo jornalista Joelmir Betting. As demais palestras que acontecem durante os

três dias do evento irão contemplar temas abrangentes ao universo de interesses de quem atua no comércio lojista, indo desde assuntos puramente técnicos como o comércio eletrônico, cooperativas de crédito e automação comercial, até ao debate de temas mais filosóficos como pretende ser a palestra da escritora Monica Bonfiglio, cujo tema é "Você, seus anjos e seus sonhos", passando ainda por assuntos de importância crucial para o crescimento e a permanência no mercado, como é o caso da palestra sobre propaganda no



Jesus Filho

varejo ou a análise sobre os novos desafios e oportunidades para o novo varejo, que será feita por Fernando Lucena do Grupo Friedman. Confira programação completa na página 07 e veja se não é uma ótima oportunidade para você e seus colaboradores darem uma boa reciclada

para melhorar as atividades que vêm desenvolvendo em suas lojas.

O presidente da CDL de Teresina, Jesus Filho é um dos que dizem-se entusiasmados com as propostas para a Convenção Nacional, porque de acordo com o seu pensamento "é, exatamente, em eventos desse porte que podemos aprimorar nossos métodos de gerenciamento, ampliando nossa visão de mercado, através da troca de experiências

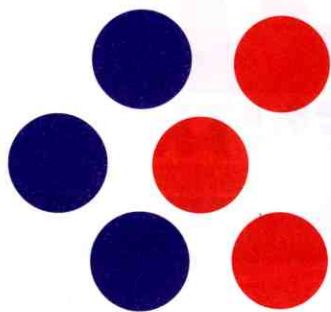
com lojistas do restante do Brasil e com palestrantes vindos de outras áreas de atuação, que enriquecem muito nosso conhecimento a cerca de assuntos gerais, que nos servem de base para uma melhor atuação a frente dos nossos negócios".

O Piauí sempre teve destaque nas Convenções Nacionais pelo bom número de participantes. Para este ano, o presidente da FCDL local, Sávio Normando, demonstra otimismo em conseguir formar, novamente, um bom grupo. Ele conta que "está havendo um aumento significativo do interesse de

nossos empresários por novos conhecimentos e, o melhor exemplo disso, é a participação em massa que registra-se a cada Convenção realizada em Teresina. O empenho de nossas lideranças em fazer



Sávio Normando



COMERCIAL CARVALHO

ESCOLHA A LOJA MAIS PERTO DE
VOCÊ E BOAS COMPRAS

O SEU MAIOR CONFORTO É
SEMPRE O MENOR PREÇO

Sempre, um novo show de ofertas para atender, você e sua família, com o que há de melhor

PROGRAMAÇÃO

2ª feira (26/10)

9:00 às 10:30 **POLÍTICA NO BRASIL: DESAFIOS E TRANSFORMAÇÕES** - Ciro Gomes (ex-ministro da Fazenda) e Esperidião Amim (Governador de Santa Catarina)

10:40 às 12:10 **CRIANDO O PRÓPRIO FUTURO** - Simon Franco (Consultor p/Desenvolvimento Gerencial)

PROPAGANDA NO VAREJO - Duílio Malfati (DPZ) e Aguinaldo Viriato (AMPLA Comunicação)

RECUPERAÇÃO DE EMPRESAS - Arnaldo Victor Carneiro (Arapuã)

COMÉRCIO ELETRÔNICO - Pedro Donda (Interchange); Alexandre Pombo (Microsoft); Sílvio Meira (Cesar/UFPE) e Carlos Augusto Sena (Correios)

12:20 às 13:50 Palestra: **ALIANDO AS PESSOAS AO NEGÓCIO** - Pedro Mandelli (professor, consultor da FGV - SP)

3ª feira (26/10)

9:00 às 10:30 **ECONOMIA BRASILEIRA: DESAFIOS E TRANSFORMAÇÕES** - Paulo Rabello de Castro (economista, prof. da FGV-RJ); Guido Mantega (professor da FGV-SP)

10:40 às 12:10 **VISUAL MERCHANDISING E PRODUTIVIDADE** - George Homer (especialista em Varejo USA)

CASAS EXECUTIVAS: QUANDO A COMPETIÇÃO DO CASAL AFETA OS RESULTADOS DA EMPRESA - Roberto Aylmer (médico consultor de empresas)

COOPERATIVAS DE CRÉDITO - Carlos Althoff (CNDL); Raimundo Mariano (presidente do BANCOOB); Giovani C. Fonseca (presidente CDL de T. Otoni)

AUTOMAÇÃO COMERCIAL/ECF - Milton Dallari (Tributarista); Antônio Galvão Vasconcelos (Automacon); Eliana Moreira (Lojista - Litomortarj)

12:00 às 13:50 Painel: **CASES DIFERENCIADOS DE SUCESSO**
 Pão de Açúcar - atendimento - Vera Giangrandi
 Bom Preço - fidelização - J. Carlos Paes Mendonça
 Tevah Magasine - prestação de serviços - Eduardo Tevah
 Lojas CEM - estratégia operacional - Roberto Bento Jr.

4ª feira (26/10)

9:00 às 10:30 **O NOVO VAREJO: DESAFIOS E OPORTUNIDADES** - Fernando Lucena (Grupo Friedman)

O PODER DA ASSOCIAÇÃO - Alfonso Theiss - Brasil Escolar / Rede Construir - e Henrique Fernando (Agafarma)

VOCÊ, SEUS ANJOS E SEUS SONHOS - Mônica Bonfiglio (escritora)

SHOPPING CENTER: RELACIONAMENTO LOJISTA E EMPREENDEDOR - OS DIREITOS DOS LOJISTAS DE SHOPPINGS - Mário Cerveira Filho (advogado da ABRALSHOP), Vilson Noer (CDL Porto Alegre); Marcelo Souza e Silva (CDL Belo Horizonte)

CDL'S E ASSOCIAÇÕES LOJISTAS DE SHOPPINGS - Renato Rique (presidente Nacional do Iguatemi Empreendedor de Shopping)

10:40 às 12:10 **DESAFIOS DA MUDANÇA NA ENTRADA DO MILÊNIO** - Marco Aurélio Viana (presidente do Instituto MVC)

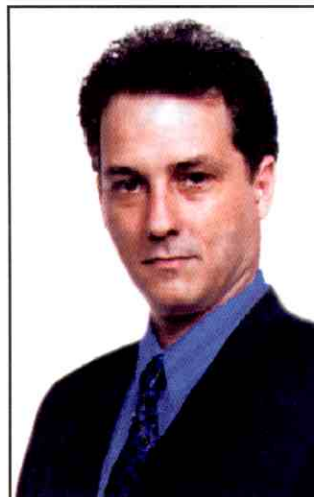
MERCHANDISING E PROMOÇÕES NO VAREJO - Gilberto Strunch (Popai Brasil)

STRESS E FELICIDADE - Paulo Gaudêncio (Psiquita e Consultor de empresas)

RESPONSABILIDADE SOCIAL DO EMPRESÁRIO - Oded Gradjew (instituto Ethos); Antônio Carlos Martinelli (Instituto C&A); Fundação Boticário; FAM - Fundação de Amparo ao Menor; CDL - Recife

12:20 às 13:50 **PALESTRA DE ENCERRAMENTO** - Joelmir Betting

Roberto Aylmer



convenções de sucesso aqui em nosso estado fez crescer em nossos lojistas a certeza de que é necessário participar de movimentos que os levem a melhorar o seu entendimento sobre a nova realidade do mercado, que transforma-se cada dia com mais rapidez, sendo inevitável todo e qualquer investimento feito para melhorar a qualificação, tanto da gerência como do corpo funcional das empresas que desejam manter-se vivas e atuantes".

A 40ª Convenção Nacional do Comércio Lojista, a última a ser realizada neste milênio promete ser um acontecimento imperdível para os lojistas e, por conta disso, a procura por inscrições e hospedagem é intensa. Aqui no Piauí é possível garantir a sua participação, através do telefone (0--86) 221-9292, mas é bom não deixar tudo para a última hora. Afinal, não vai dar para perder essa oportunidade de entrar no ano 2000 com um diferencial competitivo a mais: o aumento do seu nível de informação.

Nova sede da CDL começa a ganhar vida



O interior da Agrovete já foi demolido, mas será mantido o patrimônio histórico

O projeto desenvolvido pelo arquiteto Ricardo Dias para a futura sede da CDL de Teresina começa a sair do papel para tornar-se uma ação.

Agora da antiga loja da Agrovete que funcionava no local, onde será erguido o novo prédio, restará apenas a preservação da fachada. No local, entre outras coisas, funcionará a admi-

nistração da CDL, um auditório para 400 lugares e o Museu do Comércio, uma iniciativa de se resgatar e manter preservada a história dos homens de valor que fizeram a história do comércio lojista, demonstrando o quanto a atividade tem contribuído para o desenvolvimento de nossa sociedade.

A construção da sede vai ser iniciada nos próximos meses e a

previsão é de que a obra possa estar pronta ao final do ano 2000.

Confira nas fotos o início desse verdadeiro marco na história do movimento lojista de nossa cidade, porque ao ser concluída, os empresários que fazem parte da CDL terão à sua disposição uma sede à altura da qualidade do comércio que se faz em Teresina.

PINTOS

Impossível não comprar

SPC investe em novos equipamentos

O Serviço de Proteção ao Crédito - SPC, que é ligado à Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL) de Teresina teve os seus serviços de atendimento melhorados no último mês, é que foram adquiridos novos computadores e novos fones de ouvidos para as atendentes.

A iniciativa do investimento tem como objetivo principal tornar a prestação de serviços aos usuários mais eficaz, já que a comunicação entre as partes envolvidas passa a ser melhorada e o tempo para o fornecimento das informações reduz-se com a modernização do aparelhamento utilizado.

Atualmente, o SPC conta com o suporte de 16 profissionais, que atuam no atendimento telefônico e que recebem por dia uma média de 4 mil consultas.

Como o final do ano está se aproximando e esse número torna-se bem maior fica garantido que não haverá motivos para que todos

os associados ao SPC deixem de ter suas consultas respondidas satisfatoriamente.

A importância do serviço prestado pelas atendentes do SPC é grande, porque somente este serviço está perfeitamente adaptado para fornecer as informações mais precisas sobre consumidores do estado e também de outras localidades, além de obter serviços extras

como o SPC - Cheque que possibilita aos lojistas obter referências sobre compras feitas com cheques dos mais variados bancos.

A diretoria do SPC avisa que as inovações para otimizar o atendimento continuarão sendo implantadas, a fim de que o comércio lojista do Piauí esteja sempre muito bem assessorado nas operações de vendas a crédito.



Informatização: maior capacidade e melhor atendimento.

JELTA

LÍDER EM ELETRODOMÉSTICOS

Mudanças no centro melhoram a circulação

O **Lojista** está acompanhando de perto todos os movimentos para a reestruturação do centro da cidade, área nobre do comércio local e que agora passa por uma ampla revitalização.

As novas calçadas já começam a ficar prontas, facilitando a circulação de pedestres.

Embora as obras possam estar causando algumas dificuldades para os lojistas, principalmente da Rua Rui Barbosa, os empresários estão empolgados com o que poderão conquistar de benefícios, assim que os trabalhos forem concluídos.

A CDL de Teresina, que sempre esteve envolvida nas discussões a cerca das melhorias para o centro mantém-se atenta ao an-



Obras na Praça Saraiva para melhorar o tráfego do centro

damento dos serviços, que não se restringem às calçadas e à rua climatizada em que será transformada a Eliseu Martins.

Outras obras também já estão acontecendo, como as que podem ser observadas na Praça Sa-

raiva e que visam agilizar e descongestionar o tráfego de veículos no centro da cidade.

Uma série de modificações no sistema de tráfego naquela região está sendo programada, sendo que a mais importante delas é a

DROGARIAS PIAUÍ
-XPRESS
800-1414

Rua 7 de Setembro, 100 - sul
221-4232
Rua Coelho de Resende, 310
222-6836
Rua Rui Barbosa 68 - sul
221-5002
Av N.Senhora de Fátima
232-4410
Pabx: **223-1844 / 223-1132**

Uma Farmácia
Dentro de Casa

RECEBEMOS TODOS OS CARTÕES
DE CRÉDITO E CHEQUE PRÉ-DATADO

abertura de uma via exclusiva para o tráfego dos ônibus, da zona Sul de Teresina. A via passará por dentro da Praça Saraiva, onde serão instaladas paradas para o embarque e desembarque dos usuários. Com a mudança, os motoristas dos ônibus evitarão o semáforo que fica no cruzamento das ruas Felix Pacheco e Rui Barbosa, de forma a agilizar o trânsito dos veículos. Além disso, a Rua Félix Pacheco e Rui Barbosa ficarão com o tráfego de pequenos veículos.

Outra modificação é a transferência dos dois pontos de táxis existentes na Praça Saraiva para a Rua Félix Pacheco, pela Strans e das Bancas de Revista, feita pela Secretaria Municipal de Serviços Urbanos (Semsur) para outra região ainda não definida.

De acordo com Diretor de Trânsito e Sistema Viário da Strans, Augusto Basílio, as obras irão não só descongestionar o trânsito, como também proporcionar mais conforto e segurança para os usuários de ônibus. “Um dos grandes problemas daquela região era a falta de espaço para que as pessoas esperassem o ônibus, elas sempre



Calçadas são reformadas na rua Rui Barbosa



ficavam aglomeradas nas calçadas estreitas e debaixo de um sol escaldante. Uma de nossas preocupações foi exatamente reservar espaços para a instalação de paradas”, comenta Augusto Basílio.

Ele informa ainda que, as obras fazem parte do Projeto de

Revitalização do Centro e que está sendo executado com recursos próprios da Prefeitura, da ordem de 100 mil reais. Elas deverão ser concluídas num prazo de 90 dias, e enquanto isso, os ônibus que tinham paradas na rua Félix Pacheco, passam a parar na rua Rui Barbosa.



HALLEY S.A.
Gráfica e Editora

a marca da impressão

Av. Industrial Gil Martins, 250 São Pedro • Teresina • PI
CEP: 64019-630 Fone: (86) 218-4414 • Fax: (86) 218-2688
email: contato@halley.com.br

Planejando o Natal dos seus clientes

* Lena de Oliveira

Chegamos ao último trimestre do ano e para quem é lojista isto significa a reta final da preparação para as vendas de natal. Afinal deixar as coisas para a última hora pode ser hábito de brasileiro, mas em se tratando de comércio só pode ser aceito para consumidores e nunca para quem quer vender.

O natal é ansiosamente esperado por todas os segmentos do comércio, mas será que o planejamento para tirar o melhor proveito das vendas é feito na mesma proporção?

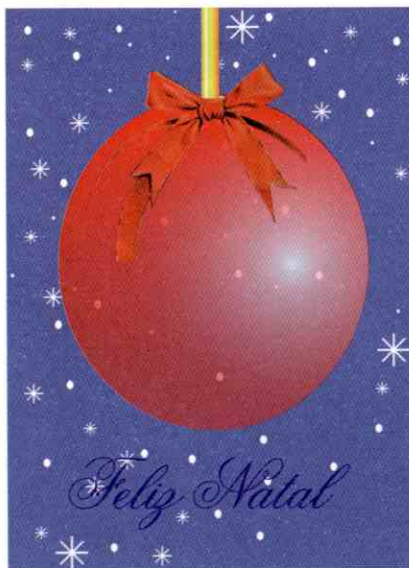
Esta é a pergunta que você, lojista, deve se fazer o mais rápido possível. Analise em que nível de organização encontra-se a sua empresa no que diz respeito aos procedimentos necessários para realizar um natal lucrativo.

Alguns aspectos são altamente relevantes para fazer a diferença entre a sua loja e a concorrência, porque nem só de prateleira cheia sobrevive o sucesso de uma temporada de natal.

Vamos do início. Atualmente é quase impossível pensar-se em qualquer tipo de negócio que não funcione com pelo menos 01 computador e uma impressora. Além de programas administrativos e financeiros é esta máquina fantástica que vai lhe auxiliar no conhecimento de sua clientela.

Comece fazendo um bom cadastro de seus clientes com algumas informações importantes como nome, endereço, idade, profissão, número de compras feitas na loja nos últimos meses, forma de pagamento escolhida e mais dados que você considerar importante para formar um banco de preciosas características sobre o seu cliente. Elas podem colocá-lo em contato mais próximo com ele, inclusive sabendo quais suas preferências quanto a produtos ou melhor época para convidá-lo a comprar.

De posse destas informações pense em como criar algo para agradar o seu cliente. Analise a situação de sua empresa, quanto ao estoque, volume de recursos disponíveis e compromissos acordados e decida-se



por alguma estratégia para falar ao seu público o que você tem para oferecê-lo.

Usando a criatividade é possível mexer com o movimento da loja sem precisar gastar muito dinheiro. O importante é planejar-se com critério a agir de maneira correta. O auxílio de profissionais pode ser de grande valia para evitar decisões equivocadas e desperdícios.

A propaganda é um aliado fortíssimo para incrementar as vendas, mas é preciso ter cautela sobre como utilizá-la, porque é fundamental adequar a sua necessidade à verba disponível, visando resultados práticos.

Se a verba para a mídia é muito pequena, o melhor pode ser aplicá-la em ações mais simples como instituir uma forma de brinde ou premiação para os clientes que realizarem compras em sua loja ou criar um cartão de natal para homenagear, quem lhe prestigiou o ano inteiro.

Todas essas iniciativas, no entanto merecem ser feitas com capricho, senão o resultado pode ser pior do que ter ficado em silêncio. O que é preciso ter atenção é quanto à qualidade do que se está oferecendo para os clientes, porque o consumidor detesta ser bombardeado com mensagens melosas e sem conteúdo, brindes inúteis ou mesmo promoções enganosas.

Tente ser o mais honesto possível, porque a confiança que o seu cliente tem na sua loja nunca deve ser abalada sob pena de você arriscar perdê-lo e como você já deve estar cansado de ouvir é quase impossível recuperar um cliente insatisfeito.

O contrário, no entanto, também é a mais pura verdade: clientes satisfeitos tornam-se fiéis. Isso é o que todo lojista sonha e para conseguir realizar basta um pouco de organização, bom senso e muita disposição para fazer do natal uma época verdadeiramente especial, que fique na memória dos seus clientes como o período em que você o agradeceu por ele ter lhe escolhido entre tantos outros que estão disponíveis no mercado. **Lena de Oliveira** é jornalista, publicitária e pós-graduada em Marketing.