



ANALISE DO PROCESSO DE VENDAS NA EMPRESA LIVRARIA E PAPELARIA CRIATIVA

PAULO QUADROS DO CANTO

dcolussi@unisc.br

DANIELA COLUSSI

dcolussi@unisc.br

A importância da administração leva as empresas a se nivelarem no mercado e, com base nisso, os administradores tentam formular estratégias de gerenciamento em todos os setores da empresa, com o objetivo de serem cada vez mais concorrentes e obterem uma maior participação no mercado. O mercado, com o aumento da globalização, tornou-se altamente competitivo, forçando as empresas a buscarem acirradamente melhorias para sua gestão. Nesse contexto, pode-se avaliar o grande desafio dos administradores e empreendedores para manterem-se firmes no mercado. Se os produtos tornaram-se semelhantes, resta-lhes tornarem-se, eles próprios, diferentes. Oferecer serviços inovadores, atendimentos padronizados, serviços superiores a consumidores cada vez mais exigentes propicia destaque na atividade, gerando reconhecimento e fidelização por parte dos clientes. Nisto consiste a diferenciação: oferecer qualidade e segurança aos consumidores, antecipar-se às suas necessidades, como forma de fidelizá-los. Diversas empresas já estão reconhecendo que é a força vendas o que de fato implementa todas as estratégias de *marketing*, sendo, portanto, um dos principais responsáveis pela obtenção e manutenção da satisfação dos clientes. É pela satisfação dos clientes que a empresa pode buscar o aumento do seu faturamento e lucratividade (GOBE et al, 2007, p. 181). Nesse contexto, a Livraria e Papelaria Criativa, na busca de melhorar sua participação do mercado, tem visível sua preocupação de oferecer, como diferencial, um atendimento de excelência e o melhor preço da cidade, investindo na diversificação e qualificação de seus produtos e em suas divulgações, através de investimento em publicidade. Diante dessa realidade, o presente estudo se propôs realizar uma análise do processo de vendas da Livraria e Papelaria Criativa, sendo que o objetivo geral é examinar a estrutura do processo de vendas da empresa. Os objetivos específicos serão: analisar como ocorre o processo de vendas internas da organização, identificar a atuação do profissional e, por fim, estabelecer ações entre cliente/empresa, relacionadas ao processo de vendas. A escolha do tema em estudo foi em relação ao interesse do conhecimento mais detalhado do processo de vendas da Livraria e Papelaria Criativa, podendo, assim, analisar as etapas da venda, desde a abordagem do cliente até a finalização do processo, que é fundamental para a existência da empresa, consistindo, também, em uma oportunidade em que podem ser sugeridas ações para cada uma das etapas. Este estudo pode trazer um grande conhecimento sobre um processo que é a chave principal para tudo que acontece dentro da empresa e responsável pela sua receita. Na ótica do pesquisador, que também é gestor, torna-se necessário total conhecimento do processo de vendas, pois é desta ferramenta que advêm os lucros de uma organização, uma vez que o entendimento das necessidades dos clientes pode-se acarretar melhores resultados. O estudo do processo de vendas realizado é novo na organização em virtude de ser uma empresa pequena. Contudo, um dos gestores já realizou um estudo sobre o comportamento do consumidor. A partir deste estudo, que terá outro enfoque, a empresa poderá obter mais uma ferramenta importante para sua gestão. Na primeira parte foi apresentada a justificativa que discorreu sobre a viabilidade e relevância do

estudo. Em seguida, foram expostos apresentação da organização, assim como o seu histórico.

Instituição: UNISC - SANTA CRUZ DO SUL/RS