

opinião

Editor: Roberto Brenol Andrade
opinioao@jornaldocomercio.com.br

/ EDITORIAL

Mesmo com problemas, comércio tem boas perspectivas

A pesquisa Panorama de Vendas indicou que 60% das empresas não bateram suas metas de vendas em 2021. De acordo com modelos de negócios, as empresas B2C tiveram mais dificuldades e apenas 36% atingiram suas metas. Já as organizações B2B, tiveram um balanço um pouco melhor, e 43% alcançaram os resultados estabelecidos no último ano. O estudo teve por base a coleta de mais de 1,6 mil respostas de empresas de diversos portes e segmentos, como agências de publicidade e propaganda, consultorias, empresas de treinamento, software e cloud, tecnologia, educação e ensino, saúde e estética, serviços financeiros, jurídico e relacionados, indústria, startups, entre outros.

Um dado importante e bem positivo da pesquisa é sobre a projeção de crescimento das empresas, na qual 67% delas esperam um crescimento de 10% a 50% ainda em 2022. Os especialistas direcionaram os olhares para as áreas comerciais, entendendo suas dinâmicas, rotinas e indicadores e concluíram que algumas questões ligadas ao funcionamento desses times no Brasil e a forma como ainda pensam em relação aos processos de vendas, têm impacto direto nesses resultados.

A pesquisa ainda aponta uma tendência para o crescimento de empresas fazendo uso de inbound marketing para uma atuação mais ampla que busca entender como

outras áreas dos negócios podem ser essenciais para a obtenção de bons resultados. A principal relação que vem ganhando força é entre as áreas de Marketing e Vendas, relevante para que os negócios possam direcionar os esforços na direção correta e conquistarem um crescimento mais previsível.

Para Luis Lourenço, diretor de RD Station CRM, ao ter uma visão completa e unificada do funil de Marketing e Vendas, as lideranças e áreas melhoram suas tomadas de decisão e conseguem identificar as alavancas para crescer com mais previsibilidade. Ainda segundo ele,

As lideranças melhoraram suas tomadas de decisão e conseguem identificar problemas

o marketing precisa passar a olhar todo o funil, até as vendas, buscando melhorar sua estratégia, e Vendas passa a ser uma área facilitadora, guiando o cliente de forma personalizada até fechar negócio. O estudo também chama a atenção para a necessidade de es-

tratégias que vão além de uma boa negociação, um discurso estruturado e um time motivado.

O fato é que não é possível ficar apenas confiando na sorte da retomada econômica somada ao dom de persuasão dos vendedores. Observando os setores de mercado participantes da pesquisa, é possível perceber uma maior maturidade em gestão de vendas, com relação a questões que envolvem análise de performance e revisão de processos para melhoria contínua.

/ DESTAQUES NA EDIÇÃO DIGITAL

f jornaldocomercio i jornaldocomercio JC_RS y JornalDoComercioRS in company/jornaldocomercio



O J.C. Te Lembra está no ar com a repórter Isadora Jacoby, que apresenta os assuntos mais importantes da semana. Em um minuto, assista ao resumo das principais informações mostradas nas plataformas do Jornal do Comércio. Na lista, estão a vacina da gripe que chegou a toda a população de Porto Alegre. O STJ aprovou o rol taxativo, que desobriga planos de saúde a custear procedimentos não incluídos na lista da ANS. Tem ainda doação de alimentos ao Asilo Padre Cacique feita por um empresário depois de ler a reportagem do J.C. Para saber mais, acesse agora o QR Code.



O TOP 5 das notícias mais acessadas nos canais digitais do J.C. pelos leitores, de 5 e 10 de junho, também está no ar. Três conteúdos da coluna Minuto Varejo estão no listão: a oficialização da venda do BIG para o Carrefour e como vai ser agora com o novo gigante do setor de supermercado (1ª posição), a cafeteria do grupo Press que vai suceder livraria em shopping da Capital (2ª) e Zaffari começa obra de complexo na Região Metropolitana (4ª). Outros temas: pediatras de UPA e do HU de Canoas pedem demissão em massa (3ª posição) e QuintoAndar e Crédito Real firmam parceria (5ª). Entra no QR Code para saber todos os detalhes das notícias.



Para acessar, aponte a câmera do seu celular para o QR Code

/ CENÁCULO/REFLEXÃO

Uma mensagem por dia

Dentre tantas denominações que Jesus deu a si mesmo, ele disse: "Eu sou o Alfa e o Ômega, o Princípio e o Fim", ou seja, Jesus é aquele para o qual converge todo o Universo. Muitas vezes reconhecemos que sem Deus não somos nada, mas nem sempre ele é a prioridade de nossa vida. Para os que nele creem, ele é a verdadeira Fonte de Vida, é o Senhor e salvador, é aquele que preparou o caminho que nos levará de volta à

casa do pai. Coloque Jesus em sua vida, submeta-se aos seus ensinamentos, creia na Palavra e você será capaz de enfrentar as situações difíceis de sua vida, com tranquilidade, pois estará saciado da água que provém da Fonte do eterno Amor, daquele que é o nosso Tudo!

Meditação

Senhor, meu Deus e meu tudo, fortalece-me no propósito de bus-

cá-lo incessantemente, seguindo os passos de Jesus. Ajuda-me a renunciar a tudo que me afasta da tua graça.

Confirmação

"Eu sou o Alfa e o Ômega, o Princípio e o Fim. A quem tiver sede, eu darei, de graça, da fonte da água vivificante." (Ap 21,6)

Rosemary de Ross/Editora Paulinas

Jornal do Comércio

O Jornal de economia e negócios do RS

Fundado por J.C. Jarros - 1933

Diretor-Presidente
Mércio Tumelero

Diretor de Operações
Giovanni Jarros Tumelero

Editor-Chefe
Guilherme Kolling

www.jornaldocomercio.com
direcao@jornaldocomercio.com.br
editorchef@jornaldocomercio.com.br

Fundada em 25/5/1933 por
Jenior C. Jarros
Zaida Jayme Jarros

Conselho:
Cristina Ribeiro Jarros
Jenior Cardoso Jarros Neto
Valéria Jarros Tumelero

Av. João Pessoa, 1282 - Porto Alegre, RS
CEP 90040-001
PABX: (51) 3213.1300
Atendimento ao Assinante: (51) 3213.1300