COMO SE REINVENTAR NA CRISE ?

Por: Ygor Ferreira
Lume Eventos

FOCO NA ATIVIDADE DO NEGÓCIO

Reduzindo a oferta de produtos ou serviços para focar naqueles que contribuem de fato para a sobrevivência da empresa.

Tal medida deve ser tomada em sintonia com os interesses dos clientes, percebendo os movimentos naturais de consumo.

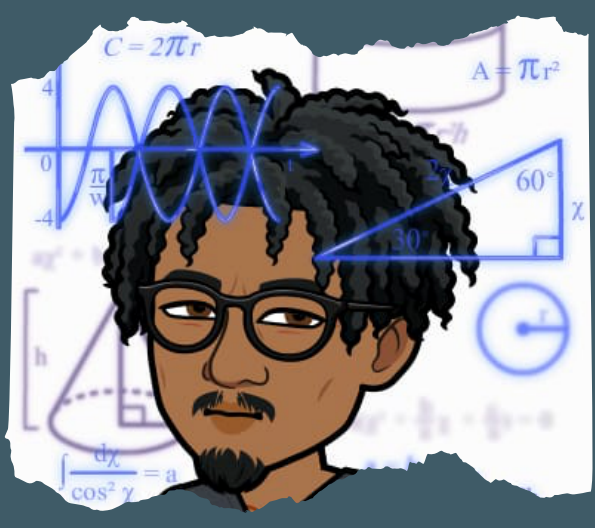
É um contínuo exercício de adaptação com relação a soluções individuais oferecidas.

QUE TIPO DE CONSUMIDOR VOCÊ TEM ATRAÍDO PARA O SEU NEGÓCIO?

Eles ajudam a atingir os objetivos estratégicos ou demandam recursos excessivos sem compensar, impedindo o crescimento do negócio ?

FOCO NO PÚBLICO-ALVO

Já é claro que o cliente cada dia mais vai procurar empresas, independentemente do porte, que tenham um propósito claro, algo que vá além de vender um produto ou serviço e que justifique por que a empresa existe e por que ela deve ser escolhida pelos consumidores.

FOCO EM PREENCHER LACUNAS

Você provavelmente percebeu algumas lacunas na operação. Desde a falta de uma segurança de caixa para enfrentar uma situação como esta até a ausência de canais de venda e comunicação virtuais para se conectar ao consumidor. Repare nesses pontos frágeis do negócio e procure aprimorá-los. São aqueles que você pensa: “se eu tivesse X, estaria mais tranquilo agora” ou “se estivesse preparado para fazer Y, o impacto da crise seria menor”.