Sicredi
GENTE QUE COOPERA CRESCE

SIVAMAR
MUITO MAIS QUE UM SINDICATO, A FORÇA DO COMERCIANTE
Informativo do Sindicato dos Lojistas do Comércio Varejista e Atacadista de Maringá e Região

viszar digital
Digitalização e Gerenciamento Eletrônico de Documentos
(44) 3028.5702

Sua empresa está nas redes sociais?

Facebook, Twitter, Youtube, Google+. Essas são algumas das redes sociais mais acessadas pelos brasileiros, que cada vez mais utilizam esses canais para tomar decisões de compra. Hoje 90,8% dos internautas acessam redes sociais e cada um deles fica, em média, 4,9 horas por mês conectado. E uma pesquisa apontou que 41% utilizam as redes sociais para realizar pesquisas antes de comprar. Os internautas também usam esses ambientes para se informar sobre produtos e marcas: 54% seguem empresas no Twitter e 74% curtem empresas no Facebook. Ignorar esses números pode custar ao lojista boas oportunidades de venda.

Pág 4



Reversão patronal vence no dia 10

A Reversão Patronal está prevista na Convenção Coletiva de Trabalho e é devida por todas as empresas do comércio representadas pelo Sivamar. Apenas as filiadas ao sindicato não estão sujeitas ao recolhimento, porque já pagam as mensalidades. Dia 10 é o último prazo para recolhimento e as guias estão sendo distribuídas pelo sindicato.

Pág 3

Equipe motivada, vendas em alta



Ter vendedores motivados e que ultrapassem as metas de vendas é o sonho de todo empresário do comércio. Mas, como fazer isso se tornar realidade? Especialistas afirmam que, além dos estímulos financeiros, o lojista não pode esquecer que o ser humano tem necessidade de ser valorizado e reconhecido. Ter na empresa um ambiente propício ao crescimento pessoal e profissional, com investimento em programas de treinamento e capacitação, é o primeiro passo. Ouvir as demandas da equipe também é uma boa estratégia, até porque ninguém conhece melhor a frente de loja do que o vendedor. Com base nesse conhecimento, fica mais fácil estabelecer metas alcançáveis, outro fator fundamental para manter a equipe motivada.

Pág 7

MULHER EMPREENDEDORA

Maringaense recebe premiação



No mês passado a Federação do Comércio do Paraná e a Câmara da Mulher Empreendedora e Gestora de Negócios do Paraná entregaram o prêmio Mulher Empreendedora a 21 empresárias do estado. A maringaense Ivana Garcia Gonçalves, sócia da Lajes Paraná, foi uma das homenageadas por indicação da Câmara da Mulher Empreendedora e Gestora de Negócios de Maringá. A cerimônia de premiação aconteceu no Rafain Palace Hotel & Convention Center, em Foz do Iguaçu.

Pág 6

MENSAGEM DO PRESIDENTE

Um oásis de desenvolvimento



Ali Wardani, *presidente do Sivamar*

No começo deste mês o Codem, a prefeitura e o Sinduscon apresentaram, na Acim, dados que trazem boas perspectivas para Maringá e, consequentemente, para nossa região. De acordo com os números apresentados, Maringá está mais preparada para enfrentar as turbulências da atual crise do que a grande maioria dos municípios brasileiros,

Segundo dados do Codem, vários projetos que trarão grandes investimentos estão previstos para a cidade, totalizando cerca de R$1,4 bilhão. São diversas empresas, institutos e entidades que escolheram investir aqui justamente porque a cidade tem potencial e indicadores sócio-econômicos acima da média nacional. E esses investimentos se refletirão de forma positiva em toda a cadeia produtiva, incluindo o comércio.

Essas características especiais de Maringá, somadas ao poder de mobilização de sua comunidade e à sinergia entre o poder público e a iniciativa privada, criam um cenário muito positivo que, mesmo não blindando a cidade contra a crise, dá a ela melhores condições para superá-la. Isso é um fato, já ressaltado por economistas em entrevistas – inclusive aqui no Jornal Sivamar – e agora referendado por números e pela percepção dos representantes de entidades dos mais diversos setores presentes ao evento onde foi realizada a apresentação.

Não temos dúvida de que o que vivemos agora é um período de dificuldades passageiras, que será superado graças a esse conjunto de fatores e características que fazem daqui um lugar diferenciado para se viver e trabalhar. Já passamos por inúmeras crises e superamos.

A hora é de acreditar e trabalhar para que nossa região continue sendo um oásis de desenvolvimento no país. E um exemplo de que, independente de governos ou interferências externas, aqui o trabalho e a união da comunidade são a principal arma para vencer crises.

ARTIGO

Crédito ajudando a vencer a crise

Administrar uma empresa e mantê-la competitiva no mercado não é tarefa fácil. Principalmente quando a economia passa por momentos difíceis como o que vivemos hoje no país. E nessas horas, a reação mais comum é se retrair na esperança de que o baque seja menor.

Essa é a reação comum. Mas, para se destacar, o empresário precisa ter visão de futuro e encarar a crise como o momento ideal para a empresa crescer e estar ainda mais competitiva quando a turbulência passar. E uma das ferramentas que podem ajudar o empresário nessa tarefa de impulsionar a empresa é o crédito para capital de giro e investimento.

Nessa questão, a Noroeste Garantias abre caminho para que micro, pequenos e médios empresários tenham acesso a linhas de crédito que oferecem condições e taxas de juros mais competitivas. E de que forma? A entidade ajuda o empreendedor a transpor uma barreira típica dos momentos de crise: a cautela das instituições financeiras na concessão de crédito. As cartas de garantia ajudam ao empresário a superar esse obstáculo porque reduzem os riscos de inadimplência do financiamento perante as instituições financeiras.

Mas a ação da Noroeste Garantias não se limita apenas à concessão de cartas de garantia. A entidade oferece também uma assessoria técnica completa para a obtenção de financiamentos, serviço que engloba várias etapas. Inclusive a obtenção de todos os documentos e controles exigidos pelos bancos.

Caso a documentação não esteja em dia, um técnico orienta a empresa sobre como colocar em ordem controles como fluxo de caixa, faturamento gerencial, faturamento contábil. Esse trabalho pode, inclusive, auxiliar o empresário a visualizar possíveis falhas e corrigi-las para otimizar o desempenho da empresa, uma ação que também ajudará no enfrentamento do momento de crise econômica.

E agora a Noroeste Garantias passou a operar com o Cartão BNDES. Por meio do Sicoob, a entidade atende tanto quem quer financiar um equipamento ou um bem, como quem deseja



Everaldo Belo Moreno, presidente da Noroeste Garantias

oferecer aos clientes a opção de comprar em até 48 meses.

É mais uma novidade que vem se juntar ao leque de serviços oferecidos pela Noroeste Garantias. Acreditamos que, trabalhando para ampliar cada vez mais o acesso ao crédito para micro e pequenas empresas, estaremos contribuindo para que os a crise seja uma oportunidade ímpar de crescimento e fortalecimento dos negócios.

EXPEDIENTE

Presidente
Ali Wardani
1° Vice Presidente
Amauri Donadon Leal
2° Vice Presidente
Roberto Burci
Diretor Administrativo
Salatiel Farias Dias
Diretor de Finanças
Antonio Batista de Moura Júnior
Diretor de Patrimônio
Francisco Morales
Diretor Jurídico
Ronaldo Ramos
Diretor de Promoções
Vanderlei Aparecido Scanferla
Diretor Social
Raquel Almeida Costa
Diretor Intersindical
Moacir Rodrigues Montalvão
Diretor Área de Serviços
Lucheo Tombini
Diretor Área Comércio de Bairro
Dercílio Constantino
Diretor Área de Mercados
Arlei Luiz Camilo
Diretor Área de Marketing
Wesley Dejuli
Diretor Área Comércio Atacadista
Luís Fernando Wunderlich Ferraz

Conselho Fiscal
Shiniti Ueta, José Adilson Staub, Luis Antonio Domingues, Levi Cesar Todon, Juvenal da Silva Correia Filho, Ednei Noronha

Conselho Superior
Heitor Bolela Junior, Antonio Donisete Busíquia, Massao Tsukada, Adilson Emir Santos, José Rubens Abrão

Informativo Mensal do Sindicato dos Lojistas do Comércio e do Comércio Varejista e Atacadista de Maringá e Região
Ano 15 - n° 160 - Abril/2015
Rua Néo Alves Martins, 2.789 •
Centro • Maringá - PR • CEP 87013-914
Fone/Fax: (0xx44) 3026-4444
E-Mail: imprensa@sivamar.com.br
Home-Page:
http://www.sivamar.com.br
Diretor Responsável
Wesley Dejuli
Produção
RG Comunicação
Jornalista Responsável
Regina Célia Daefiol - MTB 2538 - Pr
Editoração Eletrônica
Oséias T. dos Santos
Email: oseias@sivamar.com.br
Projeto Gráfico
Lumen Marketing
Conselho Editorial
Lisley M. M. da Silva, Oséias T. dos Santos, Sandra Vedovati e Wesley Dejuli
Fotos: Ivan Amorin e Walter Fernandes
Impressão: Odiário do Norte do Paraná
Tiragem: 2.000 exemplares

É permitida a reprodução total ou parcial de conteúdos desta publicação, desde que citada a fonte.

CAPACITAÇÃO

Procura por curso sobre vendas supera expectativas

Colaboradores de várias empresas associadas ao Sivamar participaram do treinamento, realizado no mês passado. A procura foi tão grande, que uma segunda turma foi aberta e as vagas também acabaram se esgotando rápido



Jefferson Pedroso falou sobre negociação e vendas



Gilson Gad utilizou técnicas de canto para mostrar como usar a voz corretamente

Foi um sucesso de público o curso "Relacione-se bem com o cliente e venda mais", promovido de 23 a 26 de março pelo Sivamar, em parceria com o Sistema Fecomércio Paraná e o Senac Maringá. Tanto que uma nova turma foi aberta e as vagas também se esgotaram rapidamente. Voltado a vendedores, atendentes e colaboradores que atuam diretamente com o público, o treinamento foi realizado em quatro módulos.

No primeiro deles, o instrutor Jefferson Pedroso abordou o tema "Negociação e Vendas", com foco em questões como a melhor característica do vendedor, tipos de cliente e os cinco princípios do sucesso. Pedroso é palestrante e instrutor dos programas Jovem Aprendiz e Pronatec, do governo federal. Atua também com cursos nas áreas de Vendas, Chefia e Liderança e Oratória, além de realizar palestras motivacionais e de desenvolvimento pessoal e profissional.



Regina Daefiol abordou a boa comunicação como ferramenta essencial para o vendedor

"Comunique-se bem e tenha sucesso nas vendas" foi o tema abordado no segundo bloco pela jornalista e empresária Regina Daefiol, que tem experiência de 29 anos em jornalismo e em comunicação empresarial. Neste módulo foram tratados assuntos como comunicação interpessoal, ruídos na comunicação, como se expressar corretamente, vícios de linguagem, comunicação não-verbal e a arte de saber ouvir.

O músico e professor de música e voz Gilson Gad foi o palestrante do terceiro módulo do curso, sobre "O uso correto da voz". Gad é formado em Música pelo Cecap (Centro de Capacitação Profissional) de Osasco e pelo IG&T (Instituto de Guitarra e Tecnologia) de São Paulo e tem mais de 20 anos de experiência na área. Ele utiliza técnicas de canto para ampliar os conhecimentos dos participantes sobre as potencialidades da voz para o sucesso pessoal e profissional.

O quarto bloco, realizado no dia 26 pelo instrutor Jefferson Pedroso, fechou o tema "Negociação e Vendas". A realização do curso teve apoio da Câmara da Mulher Empreendedora e Gestora de Negócios de Maringá, Sicredi e rádios CBN e Maringá FM.

Reversão Patronal: por que recolher?

A contribuição, que vence no dia 10 de abril, é uma das fontes que financiam a estrutura do sindicato, fundamental para um atendimento eficiente ao lojista e para que a entidade possa representar os interesses da categoria

A Reversão Patronal é uma contribuição devida por todas as empresas do comércio representadas pelo Sivamar e está prevista na Convenção Coletiva de Trabalho. Apenas as empresas filiadas ao sindicato não estão sujeitas ao recolhimento, porque já pagam as mensalidades.

Sendo assim, até o dia 10 de abril todas as empresas não filiadas localizadas na base territorial do Sivamar devem efetuar o recolhimento da Reversão Patronal. As guias de recolhimento estão sendo distribuídas pelo sindicato.

Além de ser reconhecido como legítimo representante do comércio – o sindicato sempre é convidado a participar de iniciativas e debates de assuntos que envolvem o comércio e também em questões da comunidade em geral - o Sivamar possui uma das mais bem equipadas estruturas de atendimento e um pacote de benefícios que possibilitam ao comerciante ter acesso a produtos e serviços de qualidade a preços diferenciados e até gratuitamente.

A Reversão Patronal constitui-se em importante fonte de recursos para a manutenção desta estrutura, que possibilita a prestação de serviços eficientes ao lojista e fortalece a atuação do sindicato na representação dos interesses da categoria, seja nas negociações das convenções coletivas, seja em assuntos que dizem respeito ao comércio.

Somente um sindicato forte e bem estruturado tem condições de oferecer isso tudo e representar os interesses de sua categoria. E um sindicato forte se constrói com a contribuição de todos os que são por ele beneficiados.

Cosmet
CONSULTORIA EM MEDICINA DO TRABALHO LTDA
• PCMSO PROGRAMA DE CONTROLE MÉDICO DE SAÚDE OCUPACIONAL
• PPRA PROGRAMA DE PREVENÇÃO DE RISCOS AMBIENTAIS
• LTCAT LAUDO TÉCNICO DE CONDIÇÕES AMBIENTAIS DE TRABALHO
• PPP PERFIL PROFISSIOGRÁFICO PREVIDENCIÁRIO
• CIPA COMISSÃO INTERNA DE PREVENÇÃO DE ACIDENTES
• EXAMES OCUPACIONAIS
  • ADMISSIONAIS
  • DEMISSIONAIS
  • PERIÓDICOS
Rua Santos Dumont, 2166 - Sala 01 - Maringá - PR
COSMET@COSMET.COM.BR - WWW.COSMET.COM.BR
FONE (44) 3029-3055

REDES SOCIAIS

Ampliando as possibilidades de venda

As redes sociais estão presentes no cotidiano das pessoas de forma cada vez mais marcante. Até mesmo na hora de fazer compras. Ignorar essa tendência pode custar ao lojista boas oportunidades de negócio



As redes sociais, como o Facebook, são é acessadas por mais de 90% dos internautas brasileiros. Destes, 41% utilizam esse ambiente para fazer pesquisa antes de comprar

As redes sociais passaram a fazer parte definitivamente da vida das pessoas. Independente de sexo, idade ou classe social hoje 90,8% dos internautas brasileiros acessam redes sociais, apontou uma pesquisa realizada em 2013 pela Com.score, empresa de pesquisa de mercado em marketing via internet. Cada um desses internautas fica, em média, 4,9 horas por mês conectado às redes sociais. O estudo mostrou também que 60% dos brasileiros haviam se inscrito numa rede social nos 90 dias que precederam a pesquisa e as que ganharam maior número de usuários foram o Facebook (27,5%), Google+ (27%), Twitter (11,8%) e Youtube (9,4%).

Só esses números bastariam para mostrar que esse pode ser um campo fértil para quem quer divulgar produtos e vender mais. Mas a pesquisa mostra dados ainda mais interessantes. Dos que acessam as redes sociais, 41% utilizam esses ambientes para realizar pesquisas antes de efetivar uma compra. E os internautas também utilizam as redes sociais para se informar sobre produtos e marcas: 54% seguem empresas no Twitter e 74% curtem empresas no Facebook.

Como se vê, é impossível ignorar o fato de que as redes sociais se tornaram uma ferramenta importantíssima. Estar presente nas mídias sociais tem sido uma boa estratégia de marketing para o empreendedor, independente de seu ramo de atividade.

Mas é preciso estar presente de forma profissional. Ou seja, se o empresário decide iniciar sua empresa nas redes sociais, precisa ter em mente que terá que atualizar as informações, seja de uma fan page, seja de um blog ou até mesmo de mensagens promocionais no Twitter.

Empatia

Para o diretor executivo da Web Space Marketing e Estratégias Digitais, Rogério Geraldino, um dos principais erros que as empresas cometem ao ingressar nas redes sociais é aderir a este novo universo sem um planejamento prévio de como irão atuar para realizar um trabalho focado em resultados, mas sem ser invasivo ou transmitir uma imagem de empresa egocêntrica.

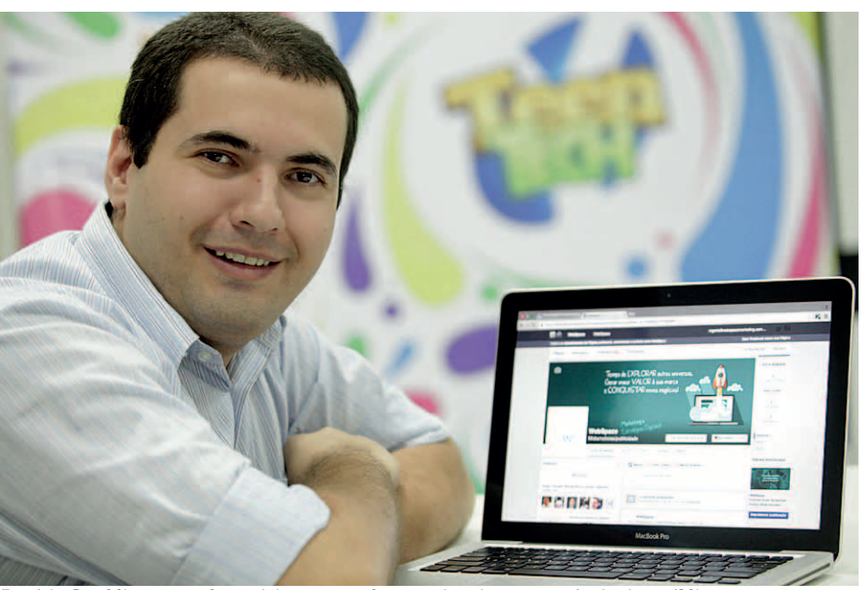
"Focar apenas na apresentação de seus produtos, serviços ou no seu institucional pode passar essa imagem de egocentrismo ao público", explica. O ideal, segundo Geraldino, é dedicar 80% das postagens em informações que agreguem valor ao seu cliente – como informações e dicas - e 20% para promoção de sua empresa, produtos e serviços oferecidos. Afinal, lembra ele, do mesmo modo como acontece no mundo real, no mundo digital também é preciso conquistar a empatia do cliente para se atingir os objetivos pretendidos.

Outro equívoco cometido por muitas empresas iniciantes, segundo ele, é "querer marcar presença em todas as redes logo de início, sem uma capacidade pessoal ou técnica de postagem, gerando canais desatualizados". Bons resultados também dependem de fatores como linguagem personalizada para cada tipo de rede social.

O especialista ressalta que as redes sociais oferecem várias ferramentas que podem ser usadas para direcionar bem os conteúdos a serem divulgados. "É possível acessar, gratuitamente, dados e estatísticas que podem - e devem - ser analisados para definir qual caminho será traçado e quais ações serão realizadas para alcançar os melhores resultados e o público certo. O importante é ter a consciência de que nem tudo deve girar em torno de um grande volume de números. Melhor do que atingir milhares de pessoas é atingir as pessoas certas", analisa.

Longo alcance

Há cerca de dois anos Paula Fidélis dos Santos, gerente da loja Parati Modas – especializada em moda feminina e acessórios – percebeu que o Facebook poderia ser um bom caminho para ampliar a divulgação dos produtos. "As redes sociais atingem um público que a gente não consegue atingir por telefone, televisão ou outras mídias. Têm grande alcance e per-

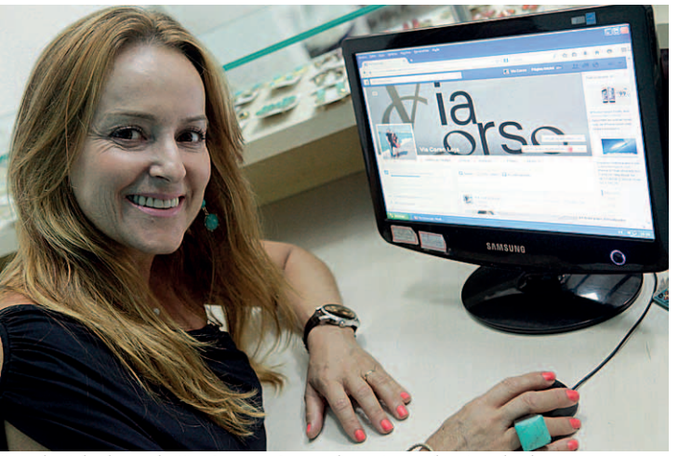


Rogério Geraldino: nas redes sociais menos pode ser mais; o importante é atingir o público certo



Paula dos Santos, gerente da Parati Modas: de olho num público que outras mídias não atingem

REDES SOCIAIS



Lorislei Librelotto, da Via Corso: "O mundo está usando o Facebook"

ni Librelotto, proprietária da Via Corso - também do segmento de moda feminina - justifica o porquê de aderir ao uso da rede social. Ela conta que a loja sempre trabalhou com muito com telemarketing, para avisar as clientes sobre novas coleções e novidades. "Mas as próprias clientes pediam para postarmos looks no Facebook, porque fica muito mais fácil de visualizar as novidades", coloca.

A loja também utiliza muito o recurso de mensagens in box via Facebook para comunicação com as clientes. "Elas nos enviam mensagens para tirar dúvidas, para saber sobre tamanhos, cores. Fica bem mais fácil". Ela cita como exemplo a chegada das novas coleções de roupas de praia da Cia Marítima e da Água Doce. "Vendemos quase tudo com divulgação no Facebook e no boca a boca. Nem precisamos anunciar que chegou coisa nova", comemora.

Segundo a comerciante, houve um grande reflexo positivo nas vendas depois que a loja entrou no mundo do Facebook, há dois anos. "A exposição das fotos de roupas atrai muito as mulheres. As nossas postagens estão sempre atualizadas. Trocamos as vitrines diariamente, fotografamos e postamos as fotos", enfatiza.

mitem que as clientes acompanhem as novidades e o que acontece na loja", avalia a gerente.

Para implantar a novidade, ela, inclusive, fez um curso oferecido pelo Sebrae sobre as ferramentas do Facebook. A loja também passou a fazer postagens de fotos de looks no Instagram. Os resultados esperados vieram. "As publicações nas redes sociais fazem diferença nas vendas, até porque atingimos pessoas de faixas etárias diferentes utilizando o Facebook e o Instagram", coloca.

Mas Paula Fidélis, que junto com as vendedoras cuida das postagens, quer utilizar de forma ainda mais eficiente as redes sociais. "Estamos estudando a possibilidade de contratar uma pessoa para cuidar só disso. Sinto que, além do que temos postado, precisamos alimentar nossa página sempre, com novidades. E também com conteúdos sobre moda, o que agrada muito as clientes", afirma.

"O mundo está usando o Facebook". É assim que Lorislei Piacenti-

Como usar

Quer alavancar as vendas em sua loja de roupas? Por que não criar um álbum de fotos de looks na rede social Flickr ou no Pinterest? Ou publicá-lo em sua fan page no Facebook? E que tal enviar mensagens curtas pelo Twitter anunciando a chegada de uma nova coleção? As possibilidades são inúmeras. O portal Sebrae lista alguns exemplos de como o pequeno empresário pode utilizar as redes sociais para promover seu negócio:

• **Facebook** - A melhor forma de começar o marketing é criar uma fan page e desenvolver um projeto de acordo com o seu consumidor. Além de ser um canal de relacionamentos que a pequena empresa pode utilizar como forma de publicidade indireta, o Facebook permite também colocar anúncios pagos.

• **Instagram** – Com vários filtros, é possível dar um toque diferente às imagens divulgadas no aplicativo, que também funciona como rede social. Muitas empresas já usam o Instagram para promover a divulgação de seus produtos. Também é possível desenvolver uma relação com os clientes, orientando, por meio da rede, sobre os locais de venda de produtos ou serviços oferecidos.

• **Pinterest** - O Pinterest é uma rede social para publicação de fotos, uma espécie de "quadro de cortiça" online. O micro e pequeno empreendedor pode categorizar em painéis (como se fossem pastas) as imagens de produtos em destaque na rede. Em datas comemorativas, é possível criar uma ação diferenciada por meio do Pinterest. O empreendedor pode criar um painel do Dia dos Namorados,por exemplo, para divulgar produtos para todos os usuários de outras redes sociais ou mandar por e-mail.

• **Twitter** - Microblog que permite a publicação de fotos, vídeos e textos com no máximo 140 caracteres. A pequena empresa pode utilizar essa ferramenta para divulgar notícias institucionais da sua empresa, informações sobre produtos e vendas, dados complementares do produto, promoções para os clientes e notícias, artigos que tenham relação com a empresa e os produtos.

• **Hashtag nas redes** - É uma forma de segmentar suas mensagens por assunto. Escrevendo a palavra-chave (nome da sua empresa ou produto, por exemplo) antecedida de "jogo da velha" (#), a empresa pode divulgar um link no Twitter sobre um determinado tema. Ao clicar na hashtag, o internauta vê tudo o que foi falado na rede social sobre aquele assunto. No Instagram, também é utilizada com a mesma finalidade, onde o usuário seleciona a hashtag que alguém postou na descrição ou comentário da foto ou pode buscar no sistema.

Fonte: http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/Venda-mais-usando-as-redes-sociais

As mais mais

O Facebook é a rede social mais acessada pelo brasileiro. Pesquisa realizada no ano passado pela Com. score mostrou o serviço como o mais acessado, com 65,9 milhões de usuários únicos. É a maior rede social brasileira, com 97,8% da audiência, cujo número de fãs nas fans pages cresceu 148% em apenas um ano.

O LinkedIn, um site de relacionamento e contatos profissionais, ficou em segundo lugar na pesquisa, com 11,8 milhões de usuários únicos no país, crescimento de 11% em um ano. Em terceiro apareceu o Twitter, com 11,3 milhões de usuários, seguido pelo Tumblr, com 7,9 milhões; o Ask.fm, com 5 milhões e o Orkut – que ainda não havia saído do ar, o que ocorreu em setembro de 2014 - com 4,8 milhões de utilizadores.

O estudo destacou o Instagram, que registrou crescimento de quase 900% entre janeiro de 2013 até a data da pesquisa no quesito aumento de interação para marcas. De 375 mil usuários em janeiro de 2013, em abril de 2014 a rede social registrava 4 milhões.



ACONTECE NO SIVAMAR

Prestação de contas aprovada

No dia 24 de março foi realizada no Sivamar a Assembleia Geral Ordinária para aprovação do relatório de atividades e balanço financeiro referentes a 2014 e da previsão orçamentária para 2015. O presidente Ali Wardani abriu a assembleia falando sobre o Relatório de Atividades e o Balanço Financeiro. Ele afirmou que "quer ter a felicidade de encerrar o ano de 2015 novamente com balanço positivo", como em 2014.

Em seguida, o contabilista Luis Bevilaqua apresentou as despesas e receitas previstas e realizadas em 2014 e a previsão orçamentária para 2015. Após as apresentações, a diretoria aprovou os resultados. Ali Wardani destacou a atuação da diretoria e da equipe de trabalho do sindicato, "compostas por gente trabalhadora e que gera resultados".

Entrega de alimentos Astorga



O Sivamar e a Associação Comercial e Empresarial de Astorga entregaram, em março, os alimentos não perecíveis doados pelos participantes da palestra "Um show no atendimento", realizada em fevereiro. Os produtos arrecadados foram entregues à Casa da Acolhida Divina Providência, de Astorga. Além de moradores da entidade, estiveram presentes ao ato de doação Alice de Matos Pereira, da Associação das Senhoras Rotarianas, Rosângela Pereira, da Associação Comercial, Empresarial e Agrícola de Astorga, e Teresa Gaspareto, do Sivamar.

Shopping CIC HM
O shopping da família
Rua Santos Dumont, 2971, fone (0XX) 44 3033-9000, Maringá - PR

Palestra abordará vendas de moda

O Sivamar, em parceria com o Sistema Fecomércio PR e o Senac, promove no dia 22 de abril a palestra "Vendas de moda no atacado: demandas e oportunidades". O treinamento, que é voltado aos profissionais que atuam nos shoppings atacadistas de moda de Maringá, acontecerá às 8h30, no auditório do Shopping Vest Sul.

A palestra abordará temas como conceitos, características e realidade do setor atacadista; estratégias de vendas para o atacado; relacionamento com clientes; projeção de vendas.

As vagas são limitadas e as inscrições devem ser feitas antecipadamente nos shoppings Vest Sul, Pérola Park, Avenida Fashion e Portal da Moda.

Para realização do evento, o Sivamar e parceiros contam com apoio da Câmara da Mulher Empreendedora e Gestora de Negócios de Maringá, Sicredi e rádios CBN e Maringá FM.

Empresárias de Destaque



No dia 9 de março, em comemoração ao Dia Internacional da Mulher, o Sistema Fecomércio Paraná e a Câmara da Mulher Empreendedora e Gestora de Negócios do Paraná entregaram o prêmio "Mulher Empreendedora" a 21 empresárias do estado. A maringaense Ivana Garcia Gonçalves, sócia da Lajes Paraná, foi uma das homenageadas por indicação da Câmara da Mulher Empreendedora e Gestora de Negócios de Maringá.

Com o tema "As mulheres no jogo da vida" o evento de premiação foi realizado no Rafain Palace Hotel & Convention Center, em Foz do Iguaçu. Também foram entregues as seguintes homenagens: Destaque da Política do Paraná: Cida Borghetti, Destaque na Gestão de Políticas Sociais: Maria Elisa Paciornik diretora superintendente da Associação dos Amigos do HC, Destaque na Liderança de Mulheres Empreendedoras: Elizabeth Lobo Elpo. Além da premiação, o evento teve uma palestra com Roberto Carlos Ramos, o contador de histórias, sob o tema "Pedagogia do amor".



VENDAS

Sua equipe anda motivada?

Hoje o cliente busca muito mais do que simplesmente comprar um produto. Ele quer ser bem atendido, encontrar o que busca com facilidade e ter suas necessidades e desejos atendidos. E como fazer isso acontecer? Uma equipe bem treinada e motivada pode dar conta deste recado



Atendimento que encanta só acontece com colaboradores motivados

Imagine o cliente entrando numa loja e, ao localizar o que deseja na vitrine, fica minutos buscando alguém para atendê-lo porque nenhum vendedor parece ter notado sua presença. E quando, finalmente, consegue alguém, o vendedor que o atende está tão desanimado e pouco disposto a mostrar o que tem para oferecer que ele acaba desistindo de comprar. Infelizmente essa cena é mais comum do que se imagina. A razão: desmotivação da equipe.

Mas, afinal, o que motiva um vendedor? Melhores salários? Comissões maiores? Nem sempre é apenas isso. Quando se fala em motivação, é preciso ter em mente que o ser humano tem necessidade de ser valorizado. Então, o primeiro passo para motivar a equipe é ter na empresa um ambiente propício ao crescimento pessoal e profissional. E isso começa a acontecer quando os gerentes - e também os proprietários - passam a ouvir mais os funcionários.

Além disso, é importante para o colaborador – e muito mais ainda para a empresa – o investimento em programas de treinamento que proporcionem crescimento profissional e pessoal. Esses treinamentos devem abordar não só temas técnicos relacionados a vendas, mas também relações interpessoais, gerenciamento do tempo, do estresse e até relacionamento familiar e qualidade de vida. Mostrar à equipe que o bem estar do trabalhador é importante para sua empresa faz toda a diferença!

Metas possíveis

O reconhecimento dos méritos dos vendedores é fundamental para motivá-los, por isso diga o quanto são importantes para a empresa. Reconheça as vitórias, vibre com as conquistas, participe das realizações. Mas, lembre-se: é preciso colocar metas de vendas reais. Nada desmotiva mais do que objetivos inatingíveis. É meio caminho andado para que a equipe jogue a toalha definitivamente, já que alcançar o que o patrão espera é praticamente impossível.

Além do reconhecimento, outro fator importante é a recompensa para quem alcança os objetivos. E é possível fazer isso de diversas maneiras, como, por exemplo, oferecendo vantagens e premiações a quem se destacar nas vendas - folgas ou prêmios como viagens, brindes interessantes.

Melhor ainda é surpreender a equipe com incentivos financeiros extras, algo que não seja esperado. Assim, os vendedores que alcançam as metas ganham e a empresa ganha também, por vender mais e ter colaboradores mais motivados.

O gerente tem papel fundamental na motivação da equipe. Um profissional de gerência preocupado com o desenvolvimento de seu pessoal deve incentivar as pessoas sem tirar delas a oportunidade de executar suas tarefas individualmente.

Além disso, é necessário criar um ambiente de trabalho desafiador, mas na dose certa. Lembre-se que o desafio acima da capacidade de cada um só gera desconforto. Em contrapartida, quando abaixo do que as pessoas são capazes, causa tédio e falta de perspectiva.

Enfim, o ser humano precisa de motivação para realizar qualquer atividade com sucesso. Se você quer ter uma equipe motivada não perca de vista o investimento em seu capital humano, recompensando os que se destacam e investindo nos que ainda não chegaram lá, mas podem crescer e fazer sua empresa crescer junto.

Fonte: *Varejista.com.br e Administradores.com.br*

Meta atingida, prêmio merecido!

Oferecer benefícios em troca de metas atingidas é uma ótima forma de motivar sua equipe de vendas. Confira algumas opções:

- Além das comissões habituais, dê prêmios para metas em grupo, para estimular que todos se ajudem durante o trabalho, e não tentem atropelar uns aos outros.
- Motive a equipe com premiações e bônus. O importante é que todos estejam empenhados em vender mais.
- Outro incentivo interessante é o plano de carreira, pois sinaliza aos profissionais que eles têm possibilidade de crescer dentro da sua loja. E assim todos buscarão se empenhar para isso.
- E não esqueça: é fundamental deixar as regras para a conquista dos benefícios claras e transparentes para os vendedores, evitando conflitos internos.

CICLO DE PALESTRAS
Um show no Atendimento

realização SIVAMAR COOPER card
apoio Fecomércio PR CÂMARA DA MULHER EMPREENDEDORA FECOMÉRCIO-PR SICREDI CBN MARINGÁ FM 97,1

SETEMBRO
Paiçandu - Palestra: Um Show no Atendimento
Palestrante: Amauri Crozariolli

NOVEMBRO
Maringá - Palestra : O Líder que Faz a diferença
Palestrante: Amauri Crozariolli

ACONTECE NO SIVAMAR

Exames ocupacionais são exigidos por lei

Você sabia que empresas associadas ao Sivamar podem realizar os exames periódicos dos colaboradores por preços mais em conta dos que os praticados no mercado?

O Sivamar mantém convênio com diversas clínicas especializadas em Medicina do Trabalho, que contam com profissionais habilitados para realizar os exames médicos dos funcionários das empresas associadas. E o lojista pode utilizar este serviço pagando preços mais baixos.

Vale ressaltar que a Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT) e a Norma Regulamentadora n° 7 do Ministério do Trabalho determinam que toda pessoa jurídica que tenha funcionários deve, antes de contratar ou demitir e uma vez por ano, fornecer meios para que seja feita a avaliação da saúde dos colaboradores através de exame realizado por médico especialista em Medicina do Trabalho. O descumprimento do que diz a lei em relação aos exames médicos pode levar a multas.

O sindicato mantém convênio com as clínicas Apto, Cesem, Cipamed, Cosmet, Cosmo, Labore e Maxipas. Para realizar o exame, é necessário retirar a guia no Sivamar. Informações pelo telefone 3026-4444.





• Assessoria Jurídica

Dúvidas sobre legislação, acordo coletivo de trabalho ou outras questões jurídicas? Procure nossa Consultoria Jurídica. As consultas podem ser feitas pelo telefone ou pessoalmente no Departamento Jurídico. O serviço é gratuito para o associado.

• Câmara de Conciliação Trabalhista

O caminho mais ágil e seguro para a mediação de acordos na área do Direito do Trabalho. Os associados recebem acompanhamento jurídico do Sivamar nas audiências realizadas na Câmara.

• Campanhas Promocionais

*O Sivamar é parceiro na organização da campanha **Maringá Liquida** e da campanha de Natal **"Um Shopping a Céu Aberto".** Também é o Sivamar que negocia o horário diferenciado para o comércio nos dias das campanhas, proporcionando assim maiores vendas e mais conforto para os consumidores.*

• Convênios Médicos

O Sivamar mantém convênio com médicos, laboratórios, dentistas e outros profissionais da área da saúde, extensivo a todos os filiados do Sivamar. Para usar o convênio é muito fácil. O Sindicato fornece um guia e o associado escolhe o profissional de sua preferência.

• Cursos e Palestras

O Sivamar oferece, com valores diferenciados para empresas associadas, cursos, palestras e treinamentos voltados tanto para o empresário como para os trabalhadores no comércio.

• Escritórios Conveniados

Você está precisando de um advogado? O Sivamar mantém convênio com diversos escritórios de advocacia, que oferecem inúmeras vantagens para as empresas associadas, entre elas valores diferenciados. Confira no sindicato os nomes e endereços dos escritórios conveniados.

Pacote de benefícios Sivamar

Confira alguns dos serviços que o sindicato oferece a seus filiados.

SIVAMAR
SINDICATO DO COMÉRCIO VAREJISTA DE MARINGÁ E REGIÃO

Para saber mais sobre os benefícios que o Sivamar oferece aos seus associados, ligue para **44 3026 4444.**