



Rede de Artesenato da Floresta - RAT

Apostila Empreendedorismo

Sumário

Empreendedorismo	3
O que é empreendedorismo?	3
MEI	4
Economia Solidaria	5
Empreendedorismo coletivo.....	5
Cooperativismo	6
Associativismo	6
Contabilidade	7
1. Patrimônio	8
1.1.1 Patrimônio – Bens	8
1.1.2 Patrimônio – direitos	8
1.1.3 Patrimônio – obrigações	8
1.2 Patrimônio líquido.....	8
2. Balanço patrimonial	9
Atendimento ao cliente.....	10
Como encantar o cliente	10
Presença online.....	12
Processo de vendas.....	12
1. <i>Vendas via Instagram</i>	13
2. <i>Vendas via Casa do Rio</i>	14
Atendimento via Instagram	15
Atendimento via Whatsapp	16
Atendimento via Email.....	16
Controle de encomendas	17
Formas de Envio	17

Empreendedorismo

O que é empreendedorismo?

De modo simplificado, podemos dizer que empreender é iniciar algo novo, trazer sonhos para a realidade. O conceito tem sido muito usado no âmbito empresarial para fazer referência à criação de empresas ou produtos novos, mas empreender trata-se ainda de identificar oportunidades e transformá-las em negócios. É o principal fator promotor do desenvolvimento econômico social de um país.

O empreendedor tem o papel de identificar oportunidades, agarrar e buscar os recursos para transformar em um negócio lucrativo. Algumas de suas características são espírito criativo e pesquisador. Ele está em constante busca por novos caminhos e soluções, sempre tendo em vista as necessidades das pessoas.

O artesanato é uma das várias formas de empreender, e podemos dizer que é uma das mais nobres! Em um mundo cada vez mais mecanizado, fazer um trabalho manual é algo extremamente valorizado. E esse valor é ainda mais exaltado quando feito na Amazônia, coração do Brasil com muita visibilidade internacional e ainda pouco consumido culturalmente pelos próprios brasileiros.

Hoje o projeto Teçume da Floresta, suas artesãs e produtos já têm uma grande visibilidade e, com a iniciativa de abertura de vendas via redes sociais, há o sonho desse artesanato -feito com tanto carinho e esmero- chegue nas casas de mais pessoas!

Assim, os empreendedores “não são simplesmente provedores de mercadorias ou de serviços, mas fontes de energia que assume riscos em uma economia em constante transformação e crescimento.” (Chiavenato, 2007, p.18).

O empreendedor depende da aprovação de seus clientes, constantemente aprendendo sobre o que agrada a não agrada, exigindo uma constante atualização e renovação em seus produtos.

Para alcançar o objetivo de trazer inovação para o meio que esta inserido, o empreendedor precisa de recursos. Estes podem até mesmo não existir em sua perfeita forma para a criação de seu produto e assim entra em ação o empreendedor criador, ele age para alocar todos os recursos necessários de forma a buscar os resultados desejados.

Uma das definições mais aceitas hoje em dia é dada pelo estudioso Robert D. Hisrich, em seu livro “Empreendedorismo”. Segundo ele, “empreendedorismo é o processo de criar algo diferente e com

valor, dedicando tempo e esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as conseqüentes recompensas da satisfação econômica e pessoal”.

Atualmente o empreendedorismo bem sendo uma saída para as pessoas terem uma melhor situação financeira. Cada vez mais os microempreendedores individuais, empresários de médio e pequeno porte estão investindo mais nos negócios, e acreditando que ter a própria empresa é um bom caminho. O empreendedorismo surge para muitos como um caminho alternativo para falta de emprego e como uma nova opção para incrementar a renda mensal, mas o empreendedorismo possibilita uma nova perspectiva de vida para pessoas que buscam fazer a diferença no mercado.

Empreender é algo que beneficia muito, seja individual ou coletivo.

MEI

Afinal, o que é o micro empreendedor individual?

O empreendedor que produz e vende seus produtos pode formalizar o seu negócio e dessa forma desfrutar de benefícios como empresa.

Como se tornar um empreendedor individual?

Para enquadrar-se é necessário que o empreendedor individual tenha o faturamento de até 80 mil reais por ano e pelo menos um funcionário contratado que receba o salário mínimo ou piso da categoria.

Vale dizer também que o empreendedor individual não pode participar como sócio ou titular de outra empresa. Os recolhimentos tributários são fixos em 5% do salário mínimo para o INSS, a título de ICMS de R\$ 1,00 e R\$ 5,00 a título de ISS, quando for necessário. Todos os valores são recolhidos juntos e existe a isenção dos demais tributos.

O registro é feito on-line, pelo Portal do Empreendedor. Mas, antes, o empreendedor deverá verificar na Prefeitura se a atividade pode ser exercida no local escolhido.

O empreendedorismo individual é uma maneira de proporcionar a cidadania empresarial a pessoas que antes trabalhavam de maneira informal. Além disso, o empreendedorismo individual também está enquadrado no Simples Nacional, cujas alíquotas tributárias variam entre 4,0% a 11,61%.

Antigamente, as pessoas perdiam oportunidades por não possuírem CNPJ. Hoje em dia, graças ao empreendedorismo individual, muitos estão transformando o negócio em microempresa, ou seja, o processo de evolução é muito maior.

Ter o próprio negócio é o sonho de muitas pessoas, sonho esse que não é impossível. Basta aproveitar as oportunidades que vêm de todos os lados, persistir, focar e depositar todas as forças e conhecimentos no negócio.

Empreender é um estilo de vida, que pede mais responsabilidade e a busca pelo retorno financeiro.

Economia Solidária

Originou-se na Primeira Revolução Industrial, como reação dos artesãos expulsos dos mercados pelo advento das máquinas. No final do século XVIII para o século XIX, iniciou os sindicatos e as primeiras cooperativas, mas sua história também pode ser encontrada a partir das tradições em vários continentes e por vários povos.

A expressão economia solidária foi criada somente na última década do século XX e seu foco é a valorização do ser humano no que diz respeito à produção, consumo e distribuição de riqueza.

Seus princípios são de autogestão, democracia, solidariedade, cooperação, respeito à natureza, comércio justo e consumo solidário. Tudo isso porque, além da visão econômica de geração de trabalho e renda, a experiência de economia solidária se projeta no espaço público, buscando desenvolver um ambiente socialmente justo e sustentável.

A economia solidária tem relação inversa ao capitalismo, onde o caráter humano e a união prevalecem perante outras virtudes, porém não exclui o objetivo financeiro inicial estipulado pelo capital.

A partir do surgimento da economia solidária, surgiram vários “grupos” para manter a organização e o bem estar dos envolvidos. Segundo alguns autores esse modelo de economia é uma estratégia de luta contra as desigualdades sociais e o desemprego. Compreende uma variedade de práticas econômicas e sociais organizadas sob a forma de cooperativas, associações, clubes de troca, redes de cooperação, entre outras, que realizam atividades de produção de bens, prestação de serviços, finanças solidárias, trocas, comércio justo e consumo solidário.

Trata-se de uma forma de organização da produção, consumo e distribuição da riqueza centrada na valorização do ser humano e não do capital, caracterizada pela igualdade. Esse processo mobiliza pessoas e instituições, todos buscando um bem comum na transformação da economia e da sociedade local.

No Brasil a economia solidária tem ganhado forças com a crescente organização desta como um movimento em que ultrapassa a dimensão de iniciativas isoladas, e orientando-se para articulação nacional, a configuração de redes locais e o estabelecimento de uma plataforma comum.

O capital do empreendimento solidário é constituído por cotas, distribuídas por igual a todos os membros, que desta forma são sócios do empreendimento. O princípio geral da autogestão é que todos trabalham e são donos do empreendimento e todos os que são donos trabalham no empreendimento.

Empreendedorismo coletivo

Neste caso, em vez de um indivíduo empreendedor, temos um grupo de empreendedores que juntos partilham um projeto, mobilizam recursos e concretizam ações.

Ou seja, todos os indivíduos do grupo, coletivamente, identificam a(s) necessidade(s) não satisfeita(s), constroem soluções e reúnem-se na mesma estrutura, sendo todos, ao mesmo tempo, proprietários e trabalhadores da organização.

A base do empreendedorismo coletivo é trabalhar por meio de parcerias, é sobre construir uma relação de ganha-ganha, que agrega para todo mundo envolvido: Parceria é andar e crescer juntos.

Essas parcerias surgem para satisfazer as necessidades do negócio, tais como falta de recursos materiais ou físicos, não envolve a falta de mão de obra. O empreendedor coletivo busca o lucro individual.

Cooperativismo

É um movimento que pressupõe a associação democrática de pessoas com algum interesse em comum que se ajudam para obter vantagens comuns a todo o grupo.

Reparou como os conceitos de empreendedorismo coletivo e de cooperativismo são semelhantes? E não é à toa. Afinal, uma cooperativa é uma espécie de empreendimento coletivo. Quanto mais pessoas envolvidas na realização de um projeto, mais braços há para realizá-lo, mais cabeças para pensar e mais forças para executar. Por outro lado, há também mais opiniões a debater, o que pode gerar algumas discussões. Mas se bem aproveitadas, podem ser o ponto de partida para o aperfeiçoamento dos produtos oferecidos.

Empreender em um negócio cooperativo pode ser uma forma de viabilizar projetos, por meio da reunião de um grupo de empreendedores com os mesmos objetivos, agregando mais ideias, mais recursos, mais habilidades e conhecimentos.

Os empreendedores cooperativos buscam vantagens para todo o grupo. Essas vantagens não são necessariamente de ordem financeira. Em uma cooperativa de produção, por exemplo, a vantagem é o ganho de escala, que propicia melhores negociações. Em uma cooperativa de consumo, a vantagem vem em forma de descontos na compra de produtos de boa qualidade para todos. E assim por diante.

Além disso, enquanto o empreendedor coletivo atua conforme as regras do mercado, os empreendedores cooperativos agem pela democracia e pela ética, seguindo os próprios princípios cooperativistas. Em uma cooperativa, todos os associados têm o mesmo poder de decisão (um voto por cabeça).

Associativismo

A união de pessoas que se organizam para fins não econômicos, essa é a definição do Código Civil (Lei nº 10.406/02, art. 53). A Constituição Federal garante o direito à livre associação, mas proíbe o exercício de determinadas atividades descritas em lei, tais como as atividades de caráter paramilitar. Desta forma, as associações constituem um grupo de pessoas, com uma finalidade comum que perseguem a defesa de determinados interesses, sem ter o lucro como objetivo. São pessoas jurídicas de direito privado, sem fins lucrativos, que se formam pela reunião de pessoas em prol de um objetivo comum, sem interesse de dividir resultados financeiros entre elas. Toda a renda proveniente de suas atividades deve ser revertida para o cumprimento dos seus objetivos estatutários.

Sua finalidade pode ser altruística – como uma associação que atende a uma comunidade sem restrições qualificadas – ou não altruística, no sentido em que se restringe a um grupo de associados. É importante ressaltar que, embora os fins das associações não sejam de ordem econômica, elas não estão proibidas de realizar atividades geradoras de receita, visto que não há vedação legal ao desempenho de tais atividades, desde que as mesmas se caracterizem como meios para atendimento de seus fins. Por isso, elas não perdem a categoria de associação mesmo que realize negócios para manter ou aumentar seu patrimônio, desde que não propicie lucro aos associados, dirigentes ou instituidores. Para tanto, as atividades econômicas desenvolvidas devem estar previstas expressamente em seus estatutos, bem como a intenção de reverter integralmente à receita gerada para a consecução dos seus objetivos sociais.

Por meio de uma Associação, o grupo de associados pode solicitar a obtenção de títulos, certificados e qualificações que proporcionarão vantagens na captação de recursos a serem utilizados na sua manutenção e sustentabilidade.

As associações são administradas por uma Assembleia Geral, responsável pela definição quanto à forma de atuação da entidade, um Conselho Administrativo ou Diretoria (órgão executor) e um Conselho Fiscal (que realiza o acompanhamento das contas).



Video Sebrae – Cooperar bom negocio associação

Como vimos no vídeo, a Associação traz diversos benefícios aos seus associados. Capacitação em grupo, melhoria das condições de trabalho, busca em conjunto na produção de itens com qualidade, promoção cultural, educacional e ter representação política na defesa dos interesses de seus associados. Por ser pessoa jurídica, a associação é detentora de direitos e deveres. Um desses deveres é manter sua contabilidade atualizada apresentando periodicamente as declarações obrigatórias aos órgãos de controle e fiscalização.

Contabilidade

Contabilidade vem do latim *computare*. Significa contar, computar ou calcular. Não é matemática, ela é a ciência que estuda e pratica as funções de controle e registro relativas à atividade econômica de um negócio. Estuda o patrimônio do ponto de vista econômico e financeiro, os princípios e as técnicas necessárias ao controle.

Sua finalidade é fornecer informações as pessoas ou entidades interessadas na situação patrimonial e econômica de um negócio, bem como na aferição de sua capacidade produtiva. É baseada em fatos e deve mostrar a real situação patrimonial.

Para conseguirmos fazer um controle contábil da empresa, é muito importante entender alguns conceitos básicos, a começar pelo seu principal objeto de estudo, o patrimônio.

1. Patrimônio

Patrimônio é o conjunto de bens, direitos e obrigações dentro da organização. Dividem-se em elementos positivos e negativos.

Os **bens e direitos** representam o aspecto positivo patrimonial e é denominado de “ativo”.

As **obrigações** representam o aspecto negativo patrimonial, que é denominado de passivo.

1.1.1 Patrimônio – Bens

São todos os elementos corpóreos ou incorpóreos que fazem parte do patrimônio. Para contabilidade esses itens devem ser mensuráveis.

1.1.1.1 Bens corpóreos

Materiais ou tangíveis possuem existência física. Exemplo: dinheiro, terreno, sala, moveis, utensílios, maquinas, equipamentos, estoques e outros. São “pegáveis”.

1.1.1.2 Bens incorpóreos

Imateriais ou intangíveis, não existem fisicamente. Exemplo: marcas, patentes, propriedade científica, ponto comercial e outros. Não tem possibilidade de pegar. Para garantir a proteção da marca, a empresa deve fazer o registro no INPI.

1.1.2 Patrimônio – direitos

Direitos são todos os créditos de uma pessoa física ou jurídica contra terceiros. Podem ser títulos, promissórias, fatura, duplicata, nota fiscal-fatura, conforme o caso do direito. Também é direito os adiantamentos a fornecedores, adiantamentos a empregados, impostos e contribuições a recuperar.:

1.1.3 Patrimônio – obrigações

São todas as dívidas com terceiros, exemplo:

- Duplicadas a pagar
- Promissórias a pagar
- Salários
- Impostos e contribuições a recolher
- Financiamentos
- Empréstimos
- E outros.

1.2 Patrimônio líquido

Veja abaixo como se aplica a explicação anterior para chegar ao patrimônio líquido dentro da nossa empresa.

$$\text{PL} = \text{Bens} + \text{Direitos} - \text{Obrigações}$$

$$\text{PL} = \text{Ativo} - \text{Passivo}$$

Ou

2. Balanço patrimonial

Ativo, passivo e patrimônio líquido são componentes do Balanço Patrimonial de uma empresa. Esse relatório é composto em duas colunas. A primeira é o ativo, na segunda passivo e patrimônio líquido. Veja abaixo:

A distribuição é feita dessa forma porque, ao final, o valor total do ativo deveria ser igual a soma entre passivo e patrimônio líquido. O patrimônio líquido é a diferença entre ativo e passivo, corresponde a riqueza da organização, ou podemos dizer ao que ela possui descontadas todas as contas que precisa pagar.

3. Fluxo de Caixa

O fluxo de caixa é uma ferramenta de gestão financeira. Ele é importante para que se tenha o registro do dinheiro movimentado por uma empresa. Basicamente deve-se ter anotado as entradas (dinheiro que entra na conta da Teçume), as saídas (dinheiro que sai da conta da Teçume) e o saldo (valor final que fica na conta). Com estes valores registrados diariamente e de forma organizada, é possível visualizar o crescimento dos recursos financeiros e, claro, permitir uma transparência em relação ao dinheiro da Teçume.

Exemplo de fluxo de caixa por mês:

O encantamento vem desde o primeiro contato, seja ele pessoalmente ou por meio de mídias sociais. A internet hoje faz um papel de extrema importância auxiliando grandes e pequenos empresários na divulgação de seus produtos.

Encantar o cliente faz com que sua empresa seja lembrada a qualquer momento, seja ele especial ou somente uma dica para alguém conhecido.

Abaixo levantamos algumas dicas para ajudar você no encantamento do seus clientes:

- **Qualidade no atendimento:** com o mercado de artesanato cada vez mais inovador, apenas a qualidade do produto não basta para conquistar clientes. Neste caso deve-se oferecer um diferencial no atendimento, para que este se sinta convidado a sempre retornar.
- **Se preocupe com o cliente:** Cortesia e simpatia deverão ser essenciais, mas uma forma bastante eficaz de fazer esse cliente se fidelizar, e se preocupando com as suas necessidades. Busque saber o que seu cliente espera para que sua aproximação se torne maior. Cuide dos mínimos detalhes. A embalagem, o cuidado com o produto, o produto bem confeccionado, facilidades de pagamento, envio na data combinada, clareza de informações e tudo o que você gostaria. Imagine cada cliente como se fosse você fazendo a aquisição de um produto.
- **Precifique de maneira justa:** não dá pra fazer tudo para agradar e perder dinheiro, não é mesmo? Precificar seu produto de maneira justa não é nada fácil, é necessário fazer levantamentos e cálculos. Deve calcular todo o gasto com a matéria prima utilizada, as horas trabalhadas para confecção do produto (somente as horas de confecção) e custos de equipamentos também. Esse valor será multiplicado para chegar ao valor justo que deverá ser cobrado do produto final. Não pode existir variação de preço de produto para clientes diferentes. O preço deve ser fixado, fazendo assim com que seu cliente reconheça o valor do seu trabalho.
- **Vender através de redes sociais:** as vendas nas redes sociais permitem alcançar mais pessoas com um custo baixo, além de ser um método que dá bastante retorno financeiro. Aproveite as dicas da equipe de mídias sociais e leve o seu trabalho para o mundo.
- **Cadastre seu cliente:** faça um cadastro do cliente com data de aniversário, endereço, email, telefone, informação de quem indicou e o que ele encomendou. Dessa maneira você pode desejar felicidades em datas comemorativas e/ou enviar um brinde para quem indicou. Quando você registra o que ele comprou é possível conhecer um pouco mais do seu perfil e indicar algo mais preciso na próxima compra.
- **Tratamento VIP a clientes já fidelizados:** como encantar o cliente fiel? Tratando ele como VIP.
- **Melhore a qualidade do seu produto:** focar na qualidade do que você oferece. Você conquista um cliente tendo um bom produto ou serviço, além do atendimento. É muito difícil que seu cliente vá substituí-lo por outro fornecedor se você tiver um item de qualidade.
- **Invista em atendimento, durante e após a venda:** o grande diferencial hoje em dia é o atendimento. Evite deixar o cliente sem resposta após uma reclamação. Boas empresas trabalham em cima de relacionamento. Ele exige investimento e dedicação. Não deixe o cliente na mão. Isso é muito valorizado no mercado.

- Alie-se a outras empresas: fazer parcerias com empresas que possam angariar clientes para você é uma estratégia barata. Em alguns modelos de parceria, a empresa só tem um custo quando realmente fechar um negócio. As promoções feitas com negócios complementares, que têm o mesmo público-alvo, mas produtos diferentes. Por exemplo, uma loja de sapatos e outra de roupas podem fazer um folheto em parceria, o que diminui os custos para ambas e faz com que a divulgação aconteça nos dois ambientes.

Conquistar a fidelidade de um cliente é mais simples do que parece. É uma arte!

Presença online

Segundo uma pesquisa realizada pela empresa Hootsuit, há 3 bilhões de usuários ativos nas redes sociais em todo o mundo. Em um mundo cada vez mais conectado, as empresas lutam por conquistar uma forte presença online.

Presença online é o espaço que uma pessoa ou uma marca ocupa no meio online, da internet. Essa presença pode acontecer na forma de um site, numa página no Facebook, em um perfil no Instagram, em um canal no Youtube... são várias possibilidades, e geralmente são várias iniciativas ao mesmo tempo. O grande tesouro buscado por todos é a credibilidade, o que permite que a pessoa ou a empresa seja relevante e se torne uma referência naquela área.

O Instagram, rede social que escolhemos para a presença online do projeto Teçume, possui 1 bilhão de usuários ativos somente no Brasil. O nosso país é o segundo com mais usuários da rede e a utiliza de forma intensa. Segundo uma pesquisa realizada pela Opinion Box, 63% dos usuários brasileiros conferem o Instagram várias vezes ao dia. Ao voltar ao nosso olhar mais estrategicamente para esta rede social, temos um dado impressionante: 50% dos usuários dizem já ter comprado algum produto ou contratado algum serviço que conheceu no Instagram. Esta informação é muito importante para o trabalho online da Teçume.

Processo de vendas

É muito importante que o processo de vendas esteja alinhado entre todos os envolvidos no projeto da Teçume. Este processo especifica toda a etapa da venda do produto Teçume, desde o primeiro contato do cliente até o momento do envio nos correios.

Logo abaixo está descrito o passo a passo do processo de vendas da Teçume Virtual. Basicamente teremos apenas duas formas de entrada de contato: pelo Instagram da marca e diretamente pela casa do rio. A expectativa é que o Instagram tenha muito mais movimento.

O processo etapa por etapa está descrito a seguir:

1. Vendas via Instagram

1.1 O responsável pelas mídias sociais vai tirar fotos dos produtos e alimentar o Instagram com preço e tempo estimado de entrega.

- Importante ter um destaque nos stories sobre o tempo de produção do teçume, propósito da marca, c minúsculo)

1.2 O cliente/consumidor navega pelo feed do Instagram com o catálogo da Teçume.

1.3 Os produtos precisam de um nome específico, categórico e de fácil identificação (comercial, fácil para os clientes e para as artesãs).

- Importante ter um destaque nos stories detalhando como funciona o processo de compra. Uma abordagem interessante é conscientizar o consumidor sobre o produto artesanal e sua relação diferente de tempo.

1.4 O Instagram será apenas para divulgação e fonte de comunicação para dúvidas via direct.

Os pedidos serão aceitos via email e/ou Whatsapp/sms.

- Detalhamento do pedido:

Cliente fala a quantidade, o modelo e o endereço.

A pessoa responsável pelas vendas anota o número do cliente e confirma com as artesãs o tempo de entrega.

Esta pessoa entra em contato com o cliente, informa o tempo*, confirma o pedido, passa a conta para depósito ou o link do Pagseguro.

(*Adicionar alguns dias como margem de prazo.)

- Forma de pagamento:

Pessoa física: 100% do valor feito antes do pedido por depósito ou Pagseguro.

(3,99% + R\$0,40 por transação).

Pessoa jurídica: a negociar para entender qual o valor necessário para compra de toda matéria prima. O restante será feito após a entrega, quando a nota fiscal for enviada.

1.5 Pessoa responsável pelas vendas entra na conta da Pagseguro e/ou conta bancária, saca o dinheiro necessário para as matérias primas. No encontro semanal com todas as artesãs, passa todo detalhamento dos pedidos para a líder do grupo estipulando a quantidade, detalhamento e prazos.

1.6 Alguém no grupo fica responsável pelos prazos e coordenação da produção para garantir que a entrega será feita no prazo estipulado. Alguém ficou doente? Redistribui entre as outras artesãs as quantidades restantes.

1.7 Alguém do grupo fica responsável por inspecionar a qualidade dos pedidos na casa da dona Maria. Seguir passo a passo produzido junto com a Luli.

Em caso de produto com defeito:

Pessoa responsável pela qualidade retém as bolsas fora do padrão, dá dinheiro para a outra artesã e revende a bolsa fora de qualidade por fora.

1.8 Produto avaliado pela qualidade, pessoa responsável pelas vendas embala de acordo com o padrão e faz o envio.

1.9 Pessoa responsável pelas vendas entra em contato com o cliente, avisa que foi enviado e passa o código de rastreamento.

1.10 Pessoa responsável pelas vendas confirma com o cliente na data de entrega para perguntar se o produto chegou corretamente.

1.11 Pessoa responsável pelas vendas, após 1 mês, pergunta se está tudo ok com o produto.

2. Vendas via Casa do Rio

2.1 Jeff e Thiago (representantes da casa do Rio) articulam os grandes pedidos.

2.2 Jeff e Thiago (representantes da casa do Rio) conversam com as artesãs no grupo do Whatsapp.

2.3 Líder do grupo verifica com demais artesãs a possibilidade de entrega do pedido.

2.4 Retorna resposta para Jeff e Thiago Casa do Rio.

2.5 Casa do Rio avisa o cliente sobre entrega do pedido:

- prazo
- quantidade
- valor
- forma de pagamento

- demais regras de negociação (não aceita devolução, divulgação da marca teçume)

2.6 Casa do Rio Jeff e Thiago avisam a líder das artesãs que o pedido está confirmado e alinha o dia de entrega, o valor, forma de pagamento e especificações do pedido.

Atendimento via Instagram

O cuidado e prontidão no atendimento é fundamental no processo de vendas. Como não venderemos via Instagram diretamente, é muito importante sempre responder as mensagens na rede social – tanto via “inbox / mensagem direta” quanto comentários nas publicações. As dúvidas podem ser respondidas diretamente na rede, porém a realização de um pedido sempre deverá ser feito via Whatsapp.

O motivo desta escolha é simples: velocidade e gestão. O aplicativo do Whatsapp é mais rápido, pois é mais leve e exige menos uso da internet que o Instagram. Além disso, é mais fácil gerir estes pedidos em somente uma rede, que já é utilizada hoje, e que possui mais ferramentas de uso para conversas.

Aqui embaixo estão algumas dicas de como atender as mensagens do Instagram:

- Sempre responder as mensagens diretas (inbox) e comentários nas fotos;
- Se a pessoa quiser fazer um pedido, encaminhar para o Whatsapp. Destacar que os pedidos só são realizados por lá;
- Caso o usuário queira ver o catálogo, pedir o número do celular e enviar via Whatsapp;
- Responder de forma prestativa, formal e leve;



A seta amarela identifica onde ficam as mensagens direta.

Atendimento via Whatsapp

É por meio do atendimento no Whatsapp que o produto da Teçume será vendido. Neste momento é muito importante reter a confiança do cliente. Isso significa que é fundamental ter um catálogo com os produtos e seus respectivos valores para enviar aos clientes e, claro, entender bem o porquê do custo, a história e material dos produtos, a essência do projeto do Teçume e também o trabalho de artesanato – que muitas pessoas não estão acostumadas, ainda mais no Instagram.

Por tanto, alguns detalhes são importantes para esta etapa:

- Responder os clientes com rapidez, não demorar mais de 24h para responder;
- Manter a foto de perfil do número com a marca da Teçume da Floresta;
- Não excluir as conversas, nunca!
- Responder de forma prestativa, leve e também com certa formalidade. Lembre-se: a grande maioria das pessoas compra online sem interação, apenas clicando nos sites. Use essa oportunidade para um atendimento humano, gentil.
- Sempre pedir os dados do cliente antes de confirmar o pedido. É importante ter: nome, CPF, endereço completo, CEP e telefone de contato;
- Para manter o Whatsapp organizado, uma sugestão é arquivar as conversas que já foram 100% resolvidas, ou seja, que o cliente já confirmou o recebimento do produto;

- É interessante que o celular que será utilizado como base do Whatsapp tenha um grupo, somente com este mesmo número, que será usado como um “armazenador” de informações. Lá terá mensagens padrão de respostas, o catálogo, dados bancários e demais conteúdos que podem ser “encaminhados” para o cliente. Dessa forma, a pessoa responsável pelas vendas economiza tempo e mantém esse conteúdo organizado.

Atendimento via Instagram

O email continua sendo uma das plataformas mais formais para vendas, e também de maior confiança dos clientes. Por isso, é importante que o responsável pelas vendas da Teçume sempre fique atento aos novos e-mails que chegam, para que não se perca nenhuma venda.

Alguns detalhes para o envio e resposta de e-mails:

- Ao contrário da informalidade das redes sociais, no email é muito importante que a linguagem seja mais formal. O email da Teçume é o local mais formal do projeto, e exige esse cuidado especial.

- O ideal é que se olhe os e-mails todos os dias e não deixe as pessoas sem respostas por mais de 24 horas.

- Sempre pedir as informações dos clientes antes de fechar um pedido. Dados como CPF, nome completo, endereço e CEP. No caso de empresas, pedir o CNPJ.

- Evite usar o email pessoal, procure sempre responder no email oficial da Teçume.

Controle de encomendas

Formas de Envio
