

Os Departamentos e seus Processos

Os processos são vistos como de vital importância para o bom funcionamento administrativo e imprescindível para atingir a meta e os objetivos que se deseja alcançar. Toda ação empreendedora e comercial parte primeiramente de um bom planejamento estratégico. Iniciativas não calculadas e não analisadas podem representar perdas de recursos, atrasos de trabalhos, perda de competitividade, recuo no mercado em que se atua. Em muitos casos até mesmo a perda de todo capital destinado para o investimento, podendo até deixar uma má impressão da empresa no mercado em geral, comprometendo desta forma um novo empreendimento prejudicando na busca de novos investidores, parceiros e clientes.

➤ Administração

Rotina Administrativa tem como objetivo conhecer toda atividade diária e rotineira desenvolvida no setor administrativo da Empresa, como, funcionamento dos equipamentos de informática e comunicação, verificação dos e-mails, agenda de reuniões e contatos, elaboração e apresentação de trabalhos, etc.

➤ Análise de Nichos de Mercado

Verificar e analisar constantemente novos nichos de mercados para que possam ser atendidos em suas necessidades, se antecipando aos concorrentes.

➤ Segmentação Mercadológica

Dividir o mercado quanto ao produto de consumo, classificação dos clientes quanto valor das compras, potencialização de consumo, região geográfica das atividades com objetivo de redução dos custos, elevação de faturamento e também do lucro e maximização dos recursos disponíveis e investidos.

➤ Desenvolvimento de Novos Mercados

Analisar a potencialidade de atender novos mercados em que a empresa não atua, mas tem condições de atendê-los.

➤ Desenvolvimento de Novas Parcerias

Captação e desenvolvimento de novos parceiros comerciais para atendimentos a novos clientes e mercados.

➤ Seleção e Recrutamento de Colaboradores

Selecionar e contratar os colaboradores necessários para o desenvolvimento comercial, verificar se todos os procedimentos estão dentro das leis trabalhistas e aplicar treinamento e socialização com os demais integrantes da equipe.

➤ Avaliação do Potencial de Vendas e de Faturamentos das Áreas Atuação

Avaliar o potencial de vendas geral e individual das áreas de atuação comercial assim também como dos representantes comerciais. Avaliar potencial de compra dos clientes e de novos clientes.

➤ Desenvolvimento de Estratégias Comerciais

Reunir todas as informações dos clientes, representantes, produtos e áreas de atuação e desenvolver estratégias de atendimento e vendas na busca de um alto grau de satisfação de todos os profissionais envolvidos tanto entre os colaboradores como também entre os clientes.

Fonte: www.administradores.com.br