

MOMENTO DE TURBULÊNCIA PODE SER UMA DÁDIVA PARA OS NEGÓCIOS! (parte II)

Autor: Adriano Amui - Publicado na Revista AgroRevenda, em abril de 2016

Este é o quinto artigo sequencial que escrevo para vocês junto à Agro Revenda. Durante este período, passamos por muitas coisas, incluindo euforia, crise, instabilidade e até mesmo um processo de impeachment para a presidente do Brasil. Neste artigo, eu vou adicionar mais algumas provocações àquelas cinco que fazem parte do artigo publicado anteriormente.

1) Sua organização faz um exercício anual de Planejamento Estratégico?

Ainda nos tempos atuais, é muito comum que as agrorrevendas não realizem um exercício anual de Planejamento Estratégico envolvendo a sua liderança. Quando perguntados sobre o porquê desta conduta, líderes experientes muitas vezes respondem que têm o plano na cabeça e que a empresa não tem tempo para reuniões teóricas. E arrematam: tudo vai mudar mesmo!!! Grande engano!

É justamente por vivermos um segmento repleto de variáveis, que a realização anual do exercício de Planejamento Estratégico se faz tão relevante. Este é o momento de analisar e pensar de forma inteligente e criativa sobre quais os possíveis cenários que podem surgir, e como lidaremos de maneira estratégica com cada um deles, de modo a conduzir a organização dentro das expectativas dos acionistas.

Por fim, a realização deste plano em conjunto com toda a liderança da empresa é fundamental por alguns motivos:

- Cria engajamento, confiança e até mesmo maior disciplina na execução do Plano;
- Traz novas experiências e perspectivas que, somadas às dos acionistas, transforma o planejamento em algo mais robusto. Um exemplo para reflexão à luz do tema de

capa desta edição da Agro Revenda é: Sua empresa já está trabalhando, considerando um cenário atual ou futuro em que muito das vendas deste segmento serão realizadas on-line?

Iniciativas como esta não podem ser isoladas dentro da revenda, e sim devem fazer parte do macro plano que guia o futuro do negócio.

2) Este exercício anual de Planejamento Estratégico considera múltiplos cenários?

A realização do Planejamento Estratégico considerando apenas um cenário é uma abordagem de certa forma simplista, dada a complexidade do setor e dos negócios no Brasil.

Por isto, recomendamos, como primeiro passo do exercício de planejamento, que se discuta de forma ampla diversos cenários possíveis, em todos âmbitos de negócio (por favor, leia os 4 artigos anteriores a este para lembrar a análise Pestel e outras formas de se pensar em cenários).

Após discutir estes diversos cenários para uma agrorrevenda, consideramos que um bom começo seria o de trabalhar inicialmente com 3 cenários diferentes. Na medida em que esta rotina se tornar mais madura, esta perspectiva poderá ser ampliada.

Ainda usando o mesmo exemplo do tópico 1, você considera como um dos cenários possíveis o incremento da venda de produtos e serviços de forma on-line para este setor? Se sim, de que forma sua revenda irá se posicionar? Se não, não é chegado o momento de considerar?

3) O Planejamento estratégico de sua organização serve como base para todas as reuniões de acompanhamento de resultados e é revisitado periodicamente?

Muitas das organizações que já possuem o Planejamento Estratégico incorporado em sua rotina, apesar de já contar com o ponto positivo de ter este nível de planejamento

implementado, deixam de aproveitar uma de suas múltiplas vantagens: não utilizam o Planejamento como ferramenta constante de acompanhamento da Organização.

Nossa forte recomendação é de que o Plano seja usado como eixo fundamental em todas as reuniões de Diretoria, reuniões de Performance, em tomadas de decisão. Acreditamos que o Plano deva ser a referência a ser seguida ou discutida sempre, para garantir que todo o foco da empresa esteja direcionado para os resultados esperados e planejados.

- 4) Sua Organização pensa em Marketing como uma função estratégica, e que, portanto, merece ter pelo menos um profissional especializado e discussões em alto nível?

Acreditamos que o Marketing deva ser uma atividade estratégica dentro da agorrevenda doravante. Portanto, para crescer de forma consistente e entregar a tão falada Proposta de Valor, sua Organização deve contar com um verdadeiro e completo Plano de Marketing.

E para que isto seja uma verdade, podemos afirmar que investir em, no mínimo, um excelente profissional de Marketing deve ser uma realidade para você, se não agora, em muito breve.

Marketing é uma ciência e, apesar de muitos considerarem que sabem tudo a respeito, contar com uma atuação profissional lhe trará inúmeras vantagens, dentre elas:

- Otimização do recurso financeiro investido;
- Menor tempo de retorno do recurso financeiro investido.

- 5) Baseado nas respostas anteriores, registre no quadro abaixo um resumo de sua percepção estratégica, para ajuda-lo a enxergar o todo: Planejamento Estratégico

Data realização último Planejamento Estratégico: ___/___/___

Periodicidade revisão do Planejamento Estratégico: _____ meses

Data prevista para o próximo exercício de Planejamento Estratégico:

___/___/___

Liste, a seguir, os principais cenários diferentes usados para o seu último exercício de Planejamento Estratégico:

- 1 -
- 2 -
- 3 -
- 4 -
- 5 -

Planejamento de Marketing

Data realização último Plano de Marketing: ___/___/___

Periodicidade revisão do Planejamento de Marketing: _____ meses

Data prevista para o próximo exercício de Planejamento de Marketing: ___/___/___

Liste, a seguir, as 5 principais ações estratégicas e diferenciadas de Marketing para criar uma Proposta de Valor diferenciada e vencedora:

- 1 -
- 2 -
- 3 -
- 4 -
- 5 -

Creio que estas novas 5 provocações já estão em quantidade suficiente para a sua reflexão até a próxima edição, quando trarei outras tantas, e assim vamos juntos discutindo sobre como construir a Agrorrevenda do futuro.

Se você ficou com alguma dúvida, discorda deste assunto, quer discuti-lo um pouco mais ou quer contar o seu ponto de vista, escreva e fale comigo.