

# Tira, repõe, deixa ficar...

Sexta, 15 Julho 2011 15:14 Acessos: 386



A falta de produtos nas gôndolas é um dos maiores problemas que a clientela encontra no varejo

Falta de produtos no fornecedor, vendas além do previsto, falhas no sistema de gerenciamento de estoques, capital de giro reduzido. São diversos os motivos que podem levar à ruptura – aqueles espaços em branco que, por diversas vezes, aparecem nas prateleiras. Quando constante, esse problema pode ter duas graves consequências.

A primeira delas é a perda da venda ou do consumidor. “O shopper desiste de adquirir o produto ou mesmo toda a lista de compras, fazendo com que a loja perca aquela venda. Se isto for uma constante, certamente a imagem daquela loja estará prejudicada de uma forma tão intensa que o consumidor deixará de frequentá-la”, considera a diretora da Mind Shopper, Alessandra Lima.

A outra consequência possível é a troca da marca procurada, que pode ser substituída por uma similar. “A marca escolhida e não encontrada pode ter perdido seu consumidor de maneira definitiva”, finaliza a consultora. Ainda segundo Alessandra Lima, pesquisas apontam que, em geral, é bastante equilibrado o número de shoppers que desistem da loja versus aqueles que desistem da marca. Neste processo, é quase 50% de chance de a indústria ou o varejo perderem negócios por ruptura.

O economista, consultor e gestor administrativo Adriano Schinetz, salienta, ainda, que não adianta ter ótimas promoções, ótimos descontos, um excelente atendimento e não ter o produto disponível para venda. “A pior situação que pode acontecer é a farmácia promover um produto e, quando o cliente pede, diz que não tem no momento. Isso prejudica a reputação da loja perante seus clientes, fazendo com que os consumidores se sintam enganados”, analisa.

Fonte: HPC #19 – Reportagem de Kathlen Ramos



Shutterstock

Shutterstock