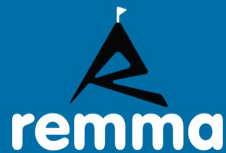


14 PRINCÍPIOS PARA TORNAR SEU NEGÓCIO FRANQUEÁVEL

Saiba **como pensar e conduzir**
seu empreendimento para o
sucesso desde o dia um



Nas próximas páginas apresentamos 14 princípios que fazem toda a diferença na condução de negócios na área de alimentação. Esses princípios norteiam todos os empreendimentos de sucesso. Esta compilação foi feita com base em estudos, observações e experiências de clientes que pudemos auxiliar nos últimos 9 anos.

Ao colocá-los em prática você vai criar um negócio sólido e pronto para ser expandido a qualquer momento, com investimentos de tempo e recursos financeiros reduzidos.

Ter um produto ou serviço excelente é básico. Essencial. Se você não chegou nesse ponto, melhor refinar um pouco mais antes de começar a cobrar por ele. O consumidor moderno não costuma dar segundas chances. Você precisa sempre entregar mais!

O setor de franquias é um dos que mais cresce no Brasil nos últimos anos. Lembre-se que quem adquire uma franquia está interessado em obter *know-how* e uma marca consagrada, além é claro de rentabilidade sobre o investimento.

Saiba como assegurar esses objetivos a seguir. Boa leitura!

INTR ODU ÇÃO



Moyses de Carvalho

Fundador do escritório REMMA.
Especializado em gestão de
propriedade intelectual,
marcas, franquias e
geração de valor



DE FINA OS HÁBI TOS

Crie procedimentos para tudo aquilo que é essencial e repetitivo dentro da empresa e garanta que sejam sempre aplicados. Em toda empresa nascem hábitos que serão conduzidos automaticamente por todos quando surgirem as situações que os desencadeiam.

Os hábitos são responsáveis por 40% de nossas decisões diárias. **Você deve definir quais procedimentos deverão ser adotados em cada situação** e garantir que o responsável os coloque em prática sempre que necessário.

Assim, você vai garantir que hábitos saudáveis, e alinhados com as diretrizes da empresa, sejam a força motriz do empreendimento.

Delegar funções e atividades para as demais pessoas envolvidas no negócio (funcionários, terceirizados e sócios) é uma tarefa importantíssima e para alguns, uma das mais difíceis.

Contudo, ela é essencial, especialmente se você deseja crescer, pois os afazeres vão se multiplicar a cada novo passo e concentrar todas as atividades em você significará, provavelmente, a exaustão. Ou o fracasso .

Pratique delegar todos os dias, e você terá tempo e disposição para enfrentar mesmo as tarefas mais difíceis e ainda pensar todos os dias em como melhorar seus produtos e serviços.

DIVIDA
as
RESPON
SABILI
DADES



EN VOLVA a EQUI PE

Deixe claro para todos os funcionários qual a visão do negócio e como você deseja que cada cliente se sinta.

O treinamento de cada funcionário deve ser capaz de fazê-lo **vivenciar qual a alma do seu negócio**, e somente assim eles poderão internalizar esses valores e ajudar a criar a experiência ideal para seus clientes.

Se possível, deixe que cada um deles tenha um dia de cliente e os atenda pessoalmente para que eles possam saber qual o nível de experiência que você espera que cada cliente tenha.

Você já buscou o registro da sua marca junto ao INPI? Esse é um passo importantíssimo, pois somente com o registro você se torna o titular e proprietário da marca, tendo o direito de utilizá-la com **exclusividade em todo o Brasil e integrando-a ao patrimônio da sua empresa.**

Cuide também de como você quer ser percebido pelo mercado, faça **alianças estratégicas** com marcas que tenham afinidade com seu público e seus ideais e assegure-se que ela sempre seja utilizada em harmonia com a imagem que você espera representar.

CUIDE
da
SUA
MARCA

*Você já tem o registro da sua marca?
Ainda não? Clique no botão abaixo que nós
te ajudamos no processo!*

QUERO REGISTRAR MINHA MARCA!

MAPE ANDO as RECEI TAS

Crie **fichas de receitas** e mantenha todas sempre atualizadas.

Alterou um pouquinho a receita, adicionando 10 gramas de cardamomo ou reduziu 30 gramas de açúcar? **Registre tudo!**

Assim quando você precisar treinar novos funcionários da cozinha, ou mesmo quando for implementar um sistema de franquias, o seu trabalho vai ser muito menor e você garante a padronização dos sabores que seus clientes já conhecem e amam.

Você não tem ideia de quanto tempo, e dinheiro, estará economizando com isso.

Esse é um conselho sempre batido, mas muitas vezes esquecido: você não é sua empresa!

Separe as contas do empreendimento das suas pessoais. Não permita que os dois caixas se misturem. Mantenha contas, entradas e despesas separadas.

A pessoa jurídica é uma entidade distinta dos sócios e a desorganização com as finanças rapidamente chega para cobrar a conta.



EMPRESA
≠
VOCÊ



CO
NHEÇA
seus
NÚME
ROS

Quanto você cresceu neste trimestre comparado com o mesmo período do ano passado?

Qual seu produto mais lucrativo e qual o menos?

Acompanhe constantemente os números.

Eles vão te dizer quando você precisa investir mais em marketing, cortar custos desnecessários ou mesmo quando não há outro caminho senão expandir.

Veja-os de perto e eles estarão sempre te contando novidades sobre seu negócio.

Acidentes acontecem, equipamentos quebram e quase todo negócio sofre com a sazonalidade.

Manter uma reserva financeira vai te ajudar nesses momentos e você não vai precisar pegar empréstimos, pagando juros absurdos para instituições financeiras que irão comer uma parcela grande dos seus resultados durante um bom tempo.

Algumas situações inesperadas podem demandar, de uma hora para a outra, aportes tão grandes que muitas empresas não conseguem seguir em frente e precisam fechar as portas.

FUN
DO
de
RESER
VA



SAZO
NALI
DADE
faz
PARTE

Não se desespere com a primeira queda de faturamento. Todo negócio tem ciclos e você só vai entendê-los se insistir!

É normal que seu negócio tenha períodos de alto faturamento e outros onde o movimento cai e as vendas ficam mais escassas.

Acontece com todos os empreendimentos, inclusive aqueles nos quais você se inspira e que parecem estar sempre lotados de demanda.

O importante mesmo é **entender esses padrões, aprender e criar estratégias** para lidar com as fases de vacas magras. Promoções (bem pensadas) e parcerias podem ajudar nestes momentos.

O seu produto deve fazer as pessoas salivarem simplesmente ao olhar para eles.

Uma apresentação de "cair o queixo" é item indispensável na era onde todos têm uma câmera fotográfica à mão e **imensa disposição em compartilhar** as refeições com os amigos nas redes sociais.

Abuse de fotos apetitosas em seus canais de divulgação, redes sociais, site e anúncios. Ao fazer campanhas, tente direcioná-las algumas para aparecerem na timeline de seus clientes 1 hora antes do horário no qual as pessoas geralmente consomem seus produtos.

Fome somada a uma bela foto é uma combinação irresistível!

COMEN
DO
COM
OS
OLHOS



TE
NHA
METAS.
CLA
RAS.

Defina metas claras para crescimento do faturamento e acompanhe os números, mas sempre com muita atenção.

Em determinadas situações, não é a melhor opção comparar a ampliação de faturamento mês a mês, mas sim visualizar como se deu a diferença no mesmo período com relação aos anos anteriores.

Quase todo negócio sofre com a sazonalidade e é importante levar isso em consideração. É provável que seu primeiro ano no negócio seja cheio de altos e baixos.

A partir do segundo ano você verá que **os padrões tendem a se repetir**, com pequenas variações, e a partir daí já conhecerá a sazonalidade típica do seu negócio, podendo se preparar pros anos seguintes e descobrir quanto tem crescido de fato em cada período.

Cuide bem dos seus clientes e eles cuidarão do seu negócio. Serão seus porta-vozes e o principal meio de divulgação de seus produtos.

Forneça SEMPRE a melhor experiência e garanta que ele não saia do seu estabelecimento com uma impressão ruim, por menor que seja. Faça todo o possível para reverter a situação enquanto ele ainda está na sua frente.

Um cliente insatisfeito comenta com uma quantidade inacreditável de pessoas sobre experiências ruins.

Além disso, é provável que nunca mais volte a seu estabelecimento. O custo para reverter imediatamente uma experiência ruim é, muitas vezes, menor do que o de adquirir um novo cliente.



CLIENTE,
TE,
seu
MAIOR
ALIADO



ERA da EXPE RIÊN CIA

Lembre-se que estamos vivendo a era da experiência. As pessoas esperam ser impactadas por momentos únicos e marcantes em todas as suas relações de consumo.

Você deve estar atento a essa demanda e ter certeza de **criar a melhor e mais inesquecível experiência possível para seus clientes**. Essa é a maneira mais segura de destacar-se da multidão.

Passear pelas fotos das suas redes sociais deve ser uma experiência. A maneira como o cliente é recepcionado em seu estabelecimento também. A ambientação, a música e o cardápio. Os nomes dos produtos e dos serviços. Seu website e as embalagens que abrigam seus produtos.

Planeje bem cada etapa e o encantamento vai criar legiões de fãs da sua marca!

Crescer sob o modelo de franquia demanda um investimento financeiro muito mais alto quando não se fez um trabalho prévio, de organização e planejamento como o que sugerimos. Além de demandar muito mais tempo para ser colocado em prática.

Seguindo todos os passos apresentados anteriormente você estará preparado(a) para expandir sua empresa da maneira **mais suave possível quando chegar o momento, e com menos investimento.**

Se você acredita que precisa de ajuda neste processo, seja no início do negócio ou já estando pronto para expandir, fale conosco. Podemos ajudar!

QUERO AJUDA PARA SAIR NA FRENTE!

PENSE
à
FRENTE

1. Defina os hábitos. Crie procedimentos e cumpra-os.
2. **Divida as responsabilidades. Delegue atividades.**
3. Envolve a equipe. Faça-os respirar a visão da empresa.
4. **Cuide da sua marca. Registre-a e faça parcerias de valor.**
5. Mapeando as receitas. Catalogue tudo o que é relevante.
6. **Empresa ≠ você. Separe finanças pessoais das da empresa.**
7. Conheça seus números. Eles contam a verdade.
8. **Fundo de reserva. Programe-se para emergências.**
9. Sazonalidade faz parte. Altos e baixos são normais.
10. **Comendo com os olhos. Abuse de fotos bem produzidas.**
11. Tenha metas claras. Saiba onde quer chegar.
12. **Cliente, seu maior aliado. Cuide bem dele sempre!**
13. Era da experiência. Seu cliente quer viver uma experiência consumindo sua marca. Encante-o em todo os contatos.
14. **Pense à frente. Planeje seu crescimento e trabalhe nele todos os dias .**

RE SU MO

Elaborado com carinho por:



Acreditamos que marcas são muito mais que meros itens identificadores de produtos ou serviços.

Por trás de cada marca existe um sonho. E nosso objetivo é ajudar você a alcançar seu sonho de forma sustentável e inteligente.

Ajudamos a gerar ainda mais valor para o planeta e receita para seu empreendimento. Dê um oi:

contato@registrarminhamarca.com.br