

# Como ter um Pet Shop de sucesso em ano de crise

Os abalos econômicos e políticos não têm dado trégua desde 2010, ano de maior crescimento desde 1986. No entanto, parece que a crise vem perdendo força. Segundo relatório Focus, o PIB de 2017 deve fechar perto de 0,47% e 2,5% para 2018. Então, como se estabilizar nesse momento e passar pela crise?

**28/06/2017 11:19:06**

O Brasil tem atravessado anos financeiramente difíceis. Os abalos econômicos e políticos não têm dado trégua desde 2010, ano de maior crescimento desde 1986, segundo matéria do site O Globo de 03/03/2011.

No entanto, finalmente, a tão falada crise vem perdendo força. Segundo relatório Focus, o PIB de 2017 deve fechar perto de 0,47% e 2,5% para 2018.

Demorou, mas o momento de voltar a respirar parece estar à porta. Mas o que a pior tormenta financeira da história brasileira mostrou sobre as empresas e seus segmentos?

É em momentos assim que os segmentos e empresas mais frágeis mostram que não estavam preparadas, evidenciando os setores da economia mais fortes.

O segmento pet foi um destaque, por exemplo, que cresceu 7,6% em 2015 e 5,7% em 2016 (dados da Abinpet). São números impressionantes quando comparados ao restante da economia.

Esse setor é formado por quatro segmentos principais: pet food (alimentação), pet care (acessórios, produtos para higiene e beleza, e equipamentos); produtos veterinários e serviços. A área de alimentação (ração), no caso, é a protagonista brasileira responsável por grande parte do faturamento.

Veja um comparativo entre o crescimento sólido do mercado pet e o produto interno bruto (PIB):

Ano / Segmento pet / PIB Nacional

2016 - 5,7% - -3,6%

2015 - 7,6% - -3,5%

2014 - 10% - 0,1%  
2013 - 7,3% - 2,3%  
2012 - 16,4% - 0,9%  
TOTAL: 47% - 3,8%

Nos últimos 5 anos, não houve nenhum resultado negativo no setor. Isso mostra o porquê do Brasil ocupar o segundo lugar no ranking mundial quando o assunto é mercado pet. Perdemos apenas para os EUA.

Ano passado contabilizou-se R\$ 19 bilhões de faturamento. E tudo isso indica uma coisa, as empresas brasileiras estão administrando com maestria esse bom momento. Veja algumas dicas para que o crescimento da sua empresa continue.

### Otimize a gestão do seu Pet Shop

A sua administração deve ser um diferencial competitivo . O mercado está crescendo, mas a concorrência acompanha ele. Existem milhares de players e você não pode ser mais um.

Para isso, use a tecnologia a seu favor. Invista em um bom software de gestão que ajudará você em todos os detalhes que farão a diferença na sua empresa. Isso é garantia de fornecedores pagos em dia, identificação de clientes, histórico dos animais e muito mais.

Sem um bom programa de administração, você pode acabar perdendo o controle sobre as entradas e saídas de capital, tributos a pagar e muitos mais. Além disso, fazer esse trabalho manualmente demandará muito do seu tempo diário.

Contar com um bom sistema salva o seu tempo e o de sua equipe. E como você deve saber, tempo é dinheiro. Então, use os seus recursos de forma inteligente, em áreas em que sua atenção é mais importante: como o cuidado dos animais e relacionamento com os clientes.

### Invista em marketing digital

Você não vai acreditar em quantas pessoas é possível alcançar na internet sem gastar um centavo. O marketing digital equilibrou a concorrência antes dominada por grandes empresas e veículos de propaganda caros.

Descubra como utilizar as redes sociais . Mantenha um diário lá onde você mostra como os animais são bem tratados, divulgue promoções e faça os seus clientes curtirem e compartilharem seu Pet Shop.

## Treine os seus funcionários

Atendimento não deveria ser um diferencial. Todas as empresas têm o dever de cuidar bem dos seus clientes. Afinal, elas gastam muito dinheiro para adquirir um. Jogá-lo fora é loucura.

Mesmo assim, muitos Pet Shops fazem isso todos os dias com um atendimento ruim. Então, garanta que cada colaborador faça um bom atendimento sempre, com máximo respeito ao animal e ao cliente.

## Renove a loja de tempos em tempos

Manter o Pet Shop organizado, limpo e abastecido é o mínimo. Então, depois de garantir esse pré-requisito, comece a pensar em formas de renovar a sua loja.

Uma boa dica é colocar os produtos com maior saída no fundo da loja, exatamente como ocorre com o setor de padaria e carnes nos supermercados. Isso força os clientes a percorrer toda a loja e ver mais produtos.

Mude os balcões de lugares colocando os produtos com maior margem em locais de maior visibilidade. E se possível, renove sua vitrine (se tiver) uma vez por semana. Assim, você gera uma sensação de constante inovação e dá motivos para seus clientes visitarem sua loja sempre.

## Revise o seu plano de negócios

Há quanto tempo você montou sua loja? Caso tenha feito esse processo de forma planejada, você fez um plano de negócios onde você estabeleceu sua margem de lucro, posicionamento e todos os demais fatores.

Como você deve ter percebido, a realidade muitas vezes se mostra diferente do planejado. Significa que você precisa voltar para os seus planos e objetivos a cada trimestre para saber o que está dando certo ou errado.

Nesse momento, você vai precisar dos dados para montar gráficos e facilitar a visualização do panorama geral. Mais uma vez, um programa de gestão traria esses dados de forma prática e rápida.

Depois de fazer sua análise, defina uma ordem para melhorar os pontos fracos. Se tiver recursos, corrija todos eles assim que possível.

Para saber mais, recomendamos o blog do Pet Shop Control (

<https://www.petshopcontrol.com.br/blog>) para saber tudo sobre como ter um Pet Shop de sucesso, mesmo em tempos conturbados.