



# SUMÁRIO

---

|                                               |    |
|-----------------------------------------------|----|
| INTRODUÇÃO                                    | 3  |
| TRACE OBJETIVOS PARA A EMPRESA                | 6  |
| TRABALHE O RELACIONAMENTO COM SEU CLIENTE     | 13 |
| NÃO SE ESQUEÇA DE DIVULGAR SEU NEGÓCIO        | 15 |
| CAPACITE E ESTIMULE SEUS FUNCIONÁRIOS         | 17 |
| TENHA PACIÊNCIA, É PRECISO TEMPO PARA CRESCER | 19 |
| CONCLUSÃO                                     | 21 |
| SOBRE A ZIPLINE                               | 23 |



# INTRODUÇÃO

---



**A**s micro e pequenas empresas são fundamentais para o desempenho econômico do Brasil. Segundo o [Sebrae](#), os pequenos negócios empregam nada menos que 52% da mão de obra formal do país, além de produzirem 53% do PIB referente ao comércio, 22,5% das riquezas geradas pela indústria e mais de um terço (36%) da produção no setor de serviços.

Mas a gestão desses negócios enfrenta grandes desafios. Afinal, tão importante quanto oferecer o melhor produto ou serviço é a capacidade de lidar com as questões burocráticas, legais, tributárias e administrativas do negócio.



Além disso, a empresa precisa de um plano estratégico para crescer e se tornar lucrativa. Fazê-lo sair do papel e se tornar realidade é fundamental para conquistar o mercado.



**Se ainda não sabe fazer isso, não se preocupe. Neste guia, vamos conversar sobre os passos necessários para criar um plano de crescimento para sua micro ou pequena empresa.**

Vamos mostrar como definir os objetivos e etapas do crescimento e estabelecer metas. Depois que estiver com o sucesso planejado, vamos falar sobre importantes frentes de ação: relacionamento com o cliente, marketing e capacitação de funcionários. Esse trio é essencial para fidelizar os consumidores e alavancar suas vendas.

Pronto para fazer sua empresa crescer? Então, boa leitura!



## TRACE OBJETIVOS PARA A EMPRESA

---

"Não existem ventos favoráveis para quem não sabe aonde quer chegar". A veracidade dessa frase atribuída ao pensador grego Sêneca continua válida para os dias atuais. O primeiro passo para o crescimento de um negócio é definir seus objetivos e trabalhar com um planejamento, o que lhe permitirá:

- Direcionar as ações da empresa para o alvo que deseja atingir.
- Focar seus esforços na conquista do público que pretende alcançar.
- Avaliar a viabilidade de iniciativas baseando-se em sua contribuição na busca desses objetivos, o que economiza tempo e recursos.
- Analisar o desempenho da empresa e corrigir a rota utilizando os alvos estabelecidos como parâmetro.

Portanto, estabelecer objetivos faz com que o gestor e sua equipe foquem seu tempo, esforços e ações em uma direção, potencializando as chances de transformá-los em realidade e garantindo o crescimento da empresa. Mas como fazer isso?



## COMO TRAÇAR OBJETIVOS PARA SUA EMPRESA?

### DEFINA A MISSÃO, A VISÃO E OS VALORES DE SUA EMPRESA

Essa tríade de conceitos orienta as ações de uma organização e, portanto, são fundamentais para seu direcionamento.

- A missão expõe o que a empresa é, qual o seu propósito e por qual motivo foi criada. Ela não muda ao longo do tempo e define a identidade da organização.
- A visão descreve aonde a empresa quer chegar, o que deseja alcançar. Abrange um período definido e pode mudar ao longo do tempo, principalmente se o alvo já foi atingido.
- Os valores delimitam os princípios que guiam os comportamentos e as decisões de todos os colaboradores da empresa.

Tão importante quanto sua definição é o compartilhamento.

Esses conceitos não podem permanecer no fundo de uma gaveta da mesa do gestor. Eles precisam ficar em evidência todo o tempo, permeando as ações de líderes e funcionários.

### DEFINA OS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Os objetivos estratégicos são metas globais e amplas alinhadas à missão e visão da empresa. Eles precisam ser definidos de forma precisa para garantir condições de avaliação. A ideia é que cada objetivo alcançado seja um passo para tornar o cumprimento da missão e da visão mais próximo.

Alguns exemplos de objetivos estratégicos são:

- Aumentar as vendas em 15%.
- Reduzir os custos produtivos em 20%.
- Elevar a satisfação dos clientes em 30%.

## DEFINA OS OBJETIVOS TÁTICOS

Os objetivos táticos se referem a ações de um setor ou até mesmo de um único colaborador, no caso de uma microempresa. Eles mostram o que deve acontecer para que os objetivos estratégicos se tornem realidade.

Então, se usarmos como exemplo o alvo de elevar o nível de satisfação do cliente, do item anterior, podemos pensar que as táticas para esse quesito seriam:

- Garantir a entrega no prazo de 2 dias.
- Realizar uma triagem dos produtos vendidos, para que nenhum item com defeito chegue ao cliente.
- Em caso de devolução por razões previstas no contrato, garantir o estorno em 48 horas.

Perceba que, neste caso, são definidas as ações que a empresa determinou como essenciais para garantir a [satisfação do cliente](#).

## DEFINA OS OBJETIVOS OPERACIONAIS

Esses são ainda mais específicos e se referem à execução de operações e tarefas. Podem ser considerados subdivisões dos objetivos táticos que garantem seu cumprimento.

No caso do prazo da entrega, que falamos no item anterior, os procedimentos ou as ações que levam a esse resultado podem englobar:

- A otimização na identificação de mercadorias para facilitar sua localização no estoque.
- A implantação de um sistema de separação e rastreamento de pedidos.
- O estabelecimento de prazos para o faturamento e entrega ao distribuidor.

## COMO PLANEJAR AS ETAPAS DO CRESCIMENTO?

O crescimento é uma jornada. Para viabilizá-lo, é importante planejar suas etapas. Cada fase tem desafios diferentes, que exigem o desenvolvimento de competências específicas para enfrentá-los. Conhecer essas fases e os obstáculos enfrentados em cada uma delas amplia suas chances de vencê-los:

- **Existência:** o alvo é sobreviver. Toda a administração ainda depende do empreendedor, especialmente a [gestão financeira](#). Nesta fase, a empresa conta com poucos colaboradores.
- **Sobrevivência:** um pouco mais estabelecida, a empresa começa a crescer e se organizar. Cria-se um nível gerencial a mais. O maior desafio, no entanto, é [formar uma liderança](#). A administração continua dependendo do empreendedor, mas ele começa a delegar algumas atribuições.
- **Sucesso:** o negócio torna-se cada vez mais rentável, sendo necessário buscar recursos para financiar o crescimento. Precisa de uma formalização maior e busca profissionais qualificados para lidarem com processos mais complexos. A empresa fica cada vez mais setorizada.
- **Decolagem:** os gerentes passam a tomar decisões estratégicas, e a organização torna-se gradualmente menos dependente do empreendedor que a constituiu. Ocorre um aumento do número de colaboradores.
- **Maturidade:** a empresa já está completamente consolidada no mercado, e seu maior desafio é melhorar o [retorno sobre os investimentos](#). Agora, ela é gerida por equipes diferentes. Para se perpetuar no mercado, precisa ficar atenta às demandas e buscar um equilíbrio entre [inovação](#) e tradição.



## COMO CRIAR METAS DE CRESCIMENTO EM CURTO, MÉDIO E LONGO PRAZOS?

Imagine que o alvo que você tem hoje é o topo de uma escada — ele é o seu objetivo em longo prazo. Sua concretização deve ter em vista um período acima de 5 anos.

Para sua realização, será necessário conquistar outros patamares: alguns dentro de 5 anos e outros já nos próximos 12 meses. Esses são os objetivos de médio e curto prazo. Não os cumprir inviabiliza a meta de longo prazo. Vamos pensar em um exemplo?

Suponha a existência de uma escola infantil. Ela atende o berçário e a pré-escola, e a cada ano tem mais alunos. Os pais gostam da qualidade do serviço e lamentam a hora de levar seus filhos para outra instituição para continuar os estudos.

Pode ser que sua meta de longo prazo seja oferecer toda a Educação Básica (até o Ensino Médio) e tornar-se referência em sua região. Parece um grande sonho, não é?

Para realizá-lo, esse empresário pode ter as seguintes metas:

### CURTO PRAZO (PRÓXIMO ANO)

- Abrir 5 salas de aula para atender o Ensino Fundamental I (até o 5º ano), dividindo um espaço que a escola já possui.

### MÉDIO PRAZO (PARA OS PRÓXIMOS 5 ANOS)

- Comprar o terreno ao lado da escola e construir mais 7 salas de aula, 4 para o Ensino Fundamental II e 3 para o Ensino Médio.
- Aumentar gradualmente a quantidade de turmas, criando uma sequência para os alunos do último ano.

### LONGO PRAZO (ACIMA DE 5 ANOS)

- Oferecer o ensino básico completo.
- Aprimorar a qualidade de ensino para se tornar referência em qualidade na região.
- Aumentar a estrutura da escola construindo pelo menos um espaço diferenciado a cada ano — quadra, biblioteca, laboratórios, etc.

Perceba que, se ele não cumprir os objetivos de curto e médio prazos, as metas de longo prazo também não se concretizarão ou não serão atingidas no tempo determinado. Portanto, é fundamental ser realista na hora de estabelecê-las e se empenhar para que de fato aconteçam.



**TRABALHE O  
RELACIONAMENTO  
COM SEU CLIENTE**

---

**Q**uando se trata desse relacionamento, dois aspectos são muito importantes: o conhecimento do cliente e sua manutenção. Mas por que conhecer o consumidor?

É essa visão que permite ao empresário saber o que o consumidor quer para oferecer produtos e serviços que atendam às suas necessidades. Essa adequação entre oferta e demanda é fundamental para obter um alto nível de satisfação.

Por isso, mesmo que informalmente, realize uma pesquisa com os consumidores para saber como enxergam sua marca e suas expectativas quanto aos produtos oferecidos.

Analise também as [tendências de mercado](#) e aprenda com sua concorrência o que eles têm que os consumidores buscam. Entenda os clientes, saiba o que oferecer e garanta o sucesso do negócio.

O outro ponto diz respeito ao cultivo deste relacionamento. A experiência de compra é tão importante quanto o seu produto. Por isso, cumprir o prometido — qualidade do produto, prazo e condições de fornecimento — é o primeiro passo.



Além disso, procure atendê-los sempre da melhor forma possível. Busque conversar com os clientes e compreender suas solicitações. Ouça os problemas ocultos em suas colocações. Isso pode ajudá-lo a implantar melhorias, tornar sua empresa mais atrativa e até abrir espaço para inovar ou descobrir novos nichos de mercado.

Lembre-se: cliente satisfeito volta, compra mais e ainda indica sua marca para conhecidos. Vale a pena cultivar essa relação.



**NÃO SE ESQUEÇA DE  
DIVULGAR SEU NEGÓCIO**

---



A qualidade do produto é a chave para fidelizar o cliente, mas antes é necessário convencê-lo a provar seus serviços. E como fazer isso? Por meio da divulgação.

Há ações de marketing para todas as necessidades, mas uma micro ou pequena empresa pode beneficiar-se muito da internet. Ela é uma vitrine que alcança milhões de usuários em uma única iniciativa, gratuitamente ou a um custo baixíssimo.

Criar um site com contato comercial, movimentar páginas nas redes sociais, segmentar seu público com as opções de divulgação do Facebook ou Instagram são algumas formas de utilizar o [marketing digital](#) para conquistar seguidores e clientes.



**CAPACITE E ESTIMULE  
SEUS FUNCIONÁRIOS**

---

**S**e existe um fator realmente determinante para o sucesso de uma empresa, ele é a qualidade dos seus recursos humanos. É consenso entre os especialistas que eles consistem no [ativo](#) mais valioso de uma organização.

Seus funcionários, a qualidade do trabalho que realizam e a forma como atendem o cliente são o principal diferencial que pode ser oferecido ao mercado. Por isso, capacitá-los a exercer suas funções com excelência e motivá-los a fazer sempre o melhor é fundamental para o crescimento da empresa. Por isso, é necessário prestar atenção a dois aspectos: incentivos e capacitação. Entre os estímulos, temos uma remuneração compatível com a média do mercado ou, pelo menos, o mais próximo disso que sua empresa consegue oferecer.

Além disso, um bom pacote de benefícios promove a satisfação e a valorização do trabalhador. Alguns empresários, no entanto, consideram essa iniciativa um custo adicional, mas, na verdade, o dispêndio de perder um bom funcionário e iniciar todo um processo de recrutamento e ambientação do novo contratado é muito maior.

Outro fator importante é a criação de um clima organizacional agradável e estimulante.



**Ele pode garantir a permanência de bons colaboradores, pois cria uma identificação entre o funcionário e a empresa. Isso que reduz a rotatividade e garante maior produtividade.**

Tão importante quanto o incentivo é a qualificação. Assim que admitir um novo funcionário, treine-o para executar suas tarefas com excelência. Um desempenho medíocre pode não ser uma característica da pessoa, mas uma manifestação de falta de conhecimento.

Estabeleça procedimentos claros e prepare o novo funcionário para enfrentar os desafios que o trabalho impõe no dia a dia. Periodicamente, reúna-se com o grupo para avaliar os resultados dessas práticas, propor otimizações e ouvir sugestões para melhorias.



TENHA PACIÊNCIA, É  
PRECISO TEMPO  
PARA CRESCER

---

O crescimento das empresas não é linear, mas é complexo como o mercado. Assim como você, em busca do sucesso, milhões de outros empreendedores estão travando uma queda de braço com a situação econômica do país. Portanto, entenda que alguns resultados podem demorar mais do que você planejava.



Além disso, tenha certeza de que vai errar, mas é possível aprender com esses fracassos e reinventar formas de atuar de maneira mais eficiente.

E, se o resultado está demorando mais do que você deseja, não se acomode. Enquanto isso, busque formação continuada, absorva o conhecimento promovido por organizações de incentivo ao setor, crie um networking para impulsionar seus negócios e busque recursos que otimizem sua gestão.

Não desista, mas também não se acomode!





CONCLUSÃO

---

Em um cenário econômico conturbado, fazer uma empresa crescer é um grande desafio. No entanto, com o domínio do conhecimento necessário e muito esforço, é possível alcançar esse resultado.

Garra e criatividade são características já conhecidas do empreendedor brasileiro. Use-as a seu favor, busque o conhecimento e as ferramentas necessárias e concretize o seu sonho de ter uma empresa próspera e sólida.

Desejamos muito sucesso a você!





A ZIPLINE é uma empresa que desenvolve sistemas online para micro e pequenas empresas. No mercado desde 2001, buscamos sempre aperfeiçoar nossos serviços para oferecer soluções que auxiliem e otimizem os negócios de nossos parceiros.

Com esse objetivo, criamos o eGestor, uma plataforma completa para gestão de micro e pequenas empresas, com recursos de controle financeiro, de estoque, de vendas e de fluxo de caixa, entre outras ferramentas que tornam a sua gestão mais eficiente e otimizada. Conte com a gente, do eGestor para ganhar tempo e focar no que realmente é uma prioridade.

---