

A Palestra sobre as oportunidades para a Embalagem em 2024/25

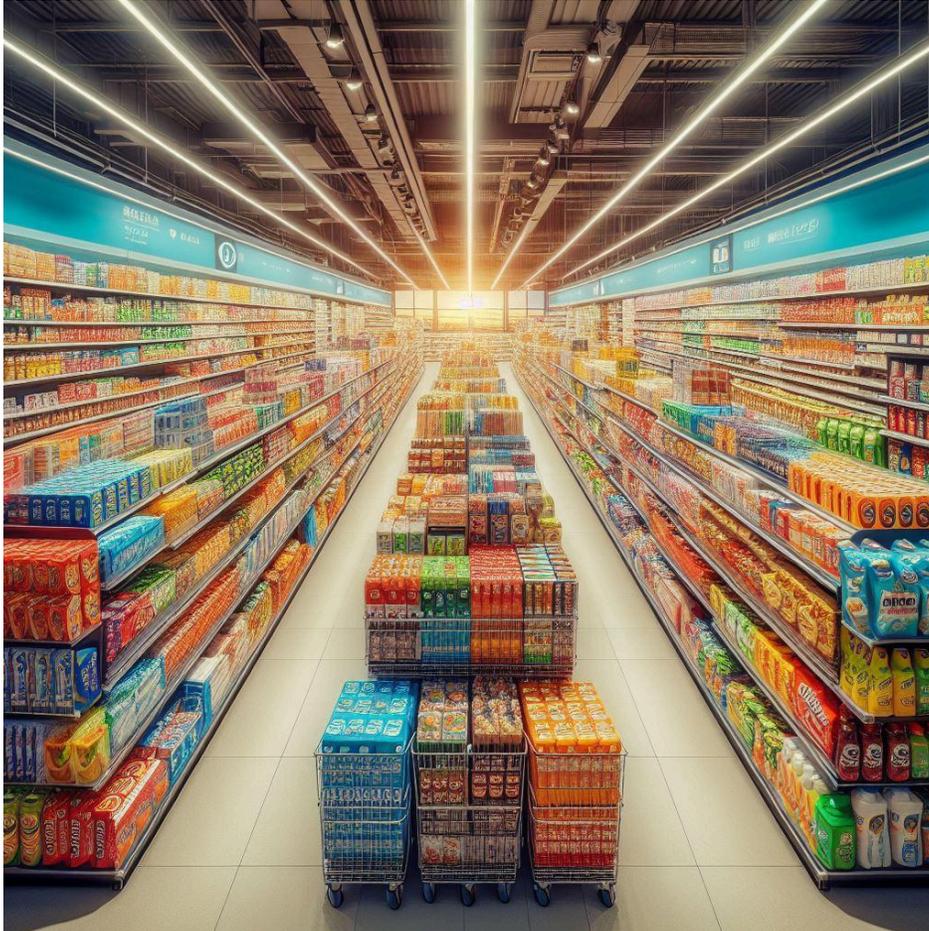


Ilustração AI Copilot Design

Durante os últimos anos percorri diversos estados do país apresentando uma palestra que mostra onde estão as oportunidades para a embalagem em 2024/25.

Esta palestra motivadora para a força de vendas das indústrias de embalagem tem como foco a mudança do *mind set* dos vendedores e da

direção comercial das indústrias mostrando como sair da armadilha da abordagem do “CUSTO” como único tema em suas interações com os clientes.

Afirmando que *“se não tem outro assunto, o assunto será sempre o preço da embalagem”* mostrei que se o único assunto que a indústria tem para tratar com seus clientes for o preço de suas embalagens, ela se torna vulnerável ao que chamo de empresas capazes de fazer um pouquinho pior e um pouquinho mais barato...

É preciso se afastar desse grupo que puxa para baixo os negócios destruindo valor e colocando o leilão de preços como único recurso de competitividade que dispõe, enquanto as boas indústrias de embalagem procuram se tornar aliadas preocupadas em ajudar seus clientes a competirem e prosperarem com embalagens melhores que a de seus concorrentes.

O Primeiro passo nesse sentido recomenda que os profissionais de vendas e da área comercial precisam tomar como hábito a visita ao ponto de venda para avaliar como as embalagens que sua empresa fabrica estão competindo com as embalagens dos concorrentes de seus clientes pois essa é a única forma de saber se as embalagens que estão fornecendo a a eles são melhores, piores ou iguais às embalagens dos clientes de seus concorrentes, pois só assim saberão se suas embalagens estão ajudando a vencer a competição.

A Pergunta Fundamental: As embalagens dos meus clientes são melhores, piores ou iguais às embalagens de seus concorrentes?

A embalagem tem grande valor para as empresas que precisam delas para conduzir seus produtos ao mercado pois se o caminhão com as embalagens fornecidas pela indústria não chegar, o cliente para de emitir notas fiscais...

Mas esse valor precisa ser potencializado com ações que levem o cliente da indústria de embalagem a perceber a contribuição de seu fornecedor desse item indispensável e enxergar nele um aliado estratégico que pode ajudá-lo em sua árdua batalha para vencer seus concorrentes na preferência dos consumidores.

Entre essas ações, eu destaco a elaboração e o compartilhamento com os clientes do *“Calendário Promocional”* com o cronograma reverso de produção que permite aos clientes participarem dos maiores eventos de vendas do ano. Para que um cliente consiga participar do Natal, por exemplo, ele precisa entregar para seu fornecedor o arquivo da arte para a produção da embalagem num determinado prazo anterior a data em que precisa receber as embalagens com o tema natalino.

A elaboração desse Calendário Promocional permite aos vendedores abordarem os clientes a tempo e incentivá-los a participar das vendas do Natal e de todos os outros eventos como dia das mães, das crianças,

páscoa, carnaval, copa do mundo, festas juninas e tantos outros. Para a Olimpíada deste ano já não dá mais tempo...

Lembrando que nenhum produto concorre no “mercado”, mostro que todas as oportunidades se encontram nas “Categorias” onde o produto concorre e é lá que elas devem ser procuradas.

São muitas orientações simples e objetivas capazes de obter resultados concretos no curto prazo e gerar uma nova mentalidade que abre caminho para um futuro em que a força de vendas e o comercial da indústria de embalagem, conhecendo mais e melhor sobre o tema de seu negócio, possam atuar com maior eficácia, pois o conhecimento enriquece a operação. A frase que utilizo para enfatizar esse ponto é:

*“Quem sabe mais sobre o que está fazendo,
tem maior chance de acertar”.*

Existem muitas oportunidades para a indústria de embalagem no novo e desafiador cenário competitivo e saber mais sobre embalagem, como ela funciona e principalmente como ela ajuda o negócio das empresas tem feito diferenças importantes nas empresas que tiveram a oportunidade de receber as palestras e os treinamentos que venho apresentando pelo Brasil.

A embalagem tem custo, por isso não pode mais ser utilizada apenas para “carregar” o produto, ela precisa ajudar o negócio das empresas.

Saber como ela faz isso é ponto fundamental do entendimento que tanto a indústria de Embalagem como as empresas que as utilizam precisam incorporar a seu acervo de conhecimentos.

As oportunidades em 2024/25 existem e estão disponíveis para aqueles que se propõe aproveitá-las e se preparam para fazer isso. Esse é o objetivo que apresento em minhas palestra e treinamentos para as empresas do nosso setor, estruturadas de forma exclusiva para ajudar cada uma delas a competir sabendo qual parafuso apertar e quantas voltas tem que dar.

Fabio Mestriner

Designer - Professor – Escritor

Autor de livros didáticos adotados por universidades brasileiras