

## FORA DA CAIXA...

De tempos em tempos, alguns conceitos e práticas se revelam como imprescindíveis ao êxito dos negócios. No momento atual, INOVAÇÃO é palavra de ordem em todos os setores e os papeleiros, logicamente, não estão fora dessa tendência. Há tempos, o papel enfrenta desafios. Já se tornaram obsoletas as listas telefônicas, diminuiu sensivelmente a tiragem de bíblias, enciclopédias fazem parte do passado e vai por aí afora...

Como as empresas do setor de Distribuição de Papel estão se adaptando às rápidas mudanças contemporâneas? A proposta do negócio que tem como atividade principal vender papéis está se transformando. Na maior parte das vezes, o diferencial é oferecer soluções em papel para clientes que não mais têm condições, nem interesse, em manter estoques. Atender a pedidos diversificados, com baixos volumes e ampliar o *mix* de produtos, de modo a compor um lote que facilite e agilize o fluxo de trabalho são atividades já incorporadas ao processo. E não para por aí. Os processos logísticos também estão sendo aprimorados, contando com recursos tecnológicos e outras ferramentas facilitadoras. Alguns setores já adotam modelos colaborativos, fundamentados na sinergia entre fornecedores e distribuidores, para otimizar o tempo e, em algumas situações, minimizar o custo operacional. Talvez esta seja uma prática a médio prazo no setor papeleiro.

Como estão as relações interpessoais? Nunca o marketing de relacionamento foi tão importante. O cliente do distribuidor, aquele que aboliu os estoques, precisa de amostras de papéis, catálogos e um arsenal de informações, para tomar a melhor decisão na escolha ou especificação de papéis. Mais uma vez, o caminho está na sinergia. Fornecedores podem alavancar vendas de forma indireta, por meio da divulgação dos diferentes tipos de papéis, suas aplicações etc. O distribuidor também precisa estar em campo. O atendimento por meio de telemarketing se consolidou, mas o olho no olho é importante. Selecionar clientes e adotar estratégias de fidelização, abrir canais de interação, orientar tecnicamente, podem ser ações que terão peso na decisão de compra. Estamos falando da proposta de valor superando a oferta de preço. Sua empresa já vive esta realidade?

E agora a onda é *e-commerce*. O alerta vai para as empresas que sem ainda nem ter explorado todo o potencial do sistema convencional de negociação decidem se aventurar no *e-commerce* e despontar nas redes sociais. Investir em planejamento e compreender o mecanismo de funcionamento desta inovação é essencial para obter bons resultados.

Essa história de pensar fora da caixa, tão propalada, tira o gestor da zona de conforto e o faz repensar, reinventar, ousar... Pode ser este o seu momento de parar, observar, refletir e fazer o exercício de enxergar além, para identificar onde é possível inovar para trabalhar melhor e obter os melhores resultados.

**ENFOQUE SINAPEL** é uma publicação do **SINAPEL** – Sindicato do Comércio Atacadista de Papel, Papelão, Artigos de Escritório e de Papelaria do Estado de São Paulo  
Praça Sílvio Romero, 132 – 7º andar – Conj. 71 - São Paulo – SP  
Tel.: (11) 2941-7431 – e-mail: [sinapel@sinapel.com.br](mailto:sinapel@sinapel.com.br) – Site: [www.sinapel.com.br](http://www.sinapel.com.br)  
Edição: G Martin Comunicação & Marketing – Jorn. Resp.: Gracia Martin – MTB/SP 14.051

