**ATIVIDADE COMERCIAL E EMPREENDEDORISMO: USANDO DO MARKETING E DA PROPAGANDA EVITANDO OS RISCOS**

Produzido em: 05 de abril de 2020 em Santarém – Pará e divulgado em 05 de abril de 2020.

Por: Elizete da Silva Brito[[1]](#footnote-1)

Todos nós, quando nos permitimos a adentrar no ramo dos negócios, sejam lá quais ramos ou atividade, corremos os riscos de irmos à falência por falta de conhecimentos simples, ou as vezes por causa de informações precisas, ou ainda por casa da divulgação do produto ou do serviço através da propaganda; ou ainda, por não sabermos onde conseguirmos os insumos ou matéria-prima suficiente; mas pode ainda ser de cunho pessoal, onde não conseguimos selecionar os nossos colaboradores de forma adequada ou pessoal especializado no serviço e atividade.

Assim, podemos entender as dificuldades de Luiz Alberto tenham sido várias. Porém, o mesmo poderia ter começado a identificar os problemas futuros logo de início. Assim evitando transtornos futuros na sua empresa e consequentemente na aquisição de novos clientes e também no faturamento da empresa.

Assim para atrair clientes à sua loja e sua clínica, ele deveria ter feito a divulgação preliminar, mesmo fazendo a *distribuição de panfletos*, nas redondezas do espaço ou mesmo bairro, enfatizando os inúmeros serviços e também expressando os produtos ali contidos.

Talvez, ele tenha esquecido, quanto à localização da loja, de identifica-la através de uma placa ou mesmo de um *processo usando a informatização através do Google maps*, onde hoje as pessoas fazem uma procura rápida em serviços cadastrados nesta plataforma de localização de identificação de inúmeros clientes ou de pessoas interessadas nos serviços diversos.

É possível que, a insatisfação dos clientes esteja relacionada a diversos aspectos ou fatores intervenientes, como por exemplo: tamanho do espaço, falta de uso do endomarketing, funcionários com pouco qualificação ou falta de marketing pessoal; assim em relação aos produtos, pode ter relação com as marcas mais procuradas ou os produtos que chamem a atenção do cliente.

Em relação ao uso da tecnologia para o reinvento da atividade desenvolvida por Luiz, o mesmo poderia utiliza-la de várias maneiras, no entanto, as mais observáveis e eficientes, seria, primeiro: a elaboração de um cadastro on-line dos possíveis clientes que poderia utilizar dos seus serviços e que, tinham animais. Segundo, o mesmo poderia utilizar de um aplicativo ou plataforma virtual, onde seus produtos e serviços poderiam ser divulgados via on line , sendo visualizado por aqueles que fazem uma procura de diversos serviços e produtos utilizando a informatização no dia a dia.

Logo, entendo que a atividade comercial vai muito além da venda de produtos; mas sim da preparação do espaço, conhecimento da atividade no ramo específico e seus aportes, assim como do endomarketing, da própria empresabilidade e preparação de funcionários, como a conquista do cliente e a participação dos serviços nas plataformas digitais ou *on line*.

1. Profissional da área da Saúde HMS/STM. Bacharelando em Enfermagem (UNAMA – Campus Santarém Pará), 2020. [↑](#footnote-ref-1)