

O que aprendemos?

Nesta aula, vimos a necessidade de criarmos objetivos e metas para sua loja.

Metas estas que precisam atender suas necessidades de curto, médio e longo prazo, as idealmente precisam observar alguns pontos:

- Específico;
- Mensurável;
- Atingível;
- Relevante;
- Temporal.

É a chamada metodologia SMART.

Explicamos também que definir recursos é mais do que dinheiro. Precisamos entender os desdobramentos da venda. O que mais será necessário para atender esta demanda projetada. Tempo, pessoas, embalagens e outras coisas mais, como mostramos no caso da Adriana.

Vimos que os investimentos (e esforços) precisam ser medidos em termos de retorno obtido com aquele recurso/investimento.

Explicamos o conceito de ROI (return over investment), que é a forma mais usual de gerenciar e medir performance de ações de marketing.

Mostramos que para medir estes esforços precisamos de números objetivos para a correta mensuração. No caso da Adriana, elegemos o faturamento e o número de clientes cadastrados.