

O que faz um gerente de loja de varejo



O que faz um gerente de loja de varejo

Abertura da loja

Geralmente é função do gestor abrir a loja logo pela manhã. Isso significa que ele chega um pouco antes para coordenar a organização da área de vendas, checar estoque e outros espaços que precisam estar em perfeito funcionamento quando o primeiro cliente entrar. Ele também reúne a equipe para explanar as metas e atividades do dia.

Zelar pela organização

É função do gerente cobrar manutenção da organização de todos os ambientes, bem como dos sistemas e produtos. Para garantir eficiência em tantas atribuições, ser um profissional organizado também é uma característica fundamental de um bom gerente.

Para isso, ele deve ter toda a sua rotina bem registrada e controlada por meio de uma agenda, do celular ou de outros dispositivos eletrônicos. Da mesma forma, colocar alertas e notas no e-mail pode ajudar a organizar melhor as tarefas.

Além disso, as reuniões com a equipe devem ser objetivas e produtivas. Como nem sempre será possível reunir o time todo em um único encontro, é interessante pensar em reuniões menores por temas e áreas. Assim, cada grupo pode ser instruído e o gestor tem tempo de ouvir os feedbacks que vão ajudar na manutenção da qualidade do trabalho.

Atendimento

Um bom gerente está sempre se colocando no lugar do cliente. Por isso, se mantém bem próximo da área de vendas, para checar se o padrão de relacionamento da empresa está sendo mantido. Ele também busca auxiliar os vendedores e outros profissionais para que esse atendimento seja de excelência.

Aliado a isso, toda a equipe deve ter atenção àqueles clientes que parecem “perdidos” na loja. Para que isso não aconteça, os funcionários devem ser capacitados para abordá-los e oferecer orientação. Por meio dessa ação, o consumidor se sente mais confortável e satisfeito com o atendimento.

Controle de entradas e saídas

Tudo que é comprado de suprimentos e mercadorias, bem como tudo que é vendido, deve ser analisado pelo gerente de loja. Ele autoriza compras e está sempre de olho nos relatórios de vendas, pagamentos de fornecedores, etc.

Controle de patrimônio

O gerente de loja é quem responde pelo patrimônio do seu estabelecimento. Por isso, ele está sempre cuidando se tudo está conforme planejado com equipamentos, máquinas, entre outros aspectos.

Vendas: a responsabilidade número um do gerente de loja

A pessoa mais cobrada pelas vendas numa loja de varejo é o gerente. Talvez essa seja sua maior preocupação, pois precisa bater as metas e estimular os vendedores a fazerem seu melhor trabalho. Esse esforço também passa pela capacitação e motivação da equipe.

Afinal, é importante criar mecanismos que estimulem a equipe a sempre buscar os melhores resultados. Tendo isso em mente, a gerência pode pensar em metodologias de reconhecimento para os colaboradores que se destacarem em determinado período.

Sobretudo, bons gerentes de lojas são profissionais com fortes tendências para o alcance de resultados, estimulam os vendedores e vibram com as vendas, contagiando toda a equipe. Veja a seguir algumas atribuições fundamentais de todo gerente:

Inventários e balanços

Periodicamente, devem ser feitos inventários (contagem das mercadorias na área de vendas e nos estoques) para comparar com o que está registrado nos sistemas e nas contas da empresa (balanço). É o gerente quem coordena todo o trabalho, sendo responsável ainda pela análise dos dados coletados.

Liderança

Um gerente de loja é um líder. Ele é observado atentamente por todos os seus colaboradores e, a partir do seu exemplo, toda a equipe replicará seu comportamento. Geralmente, os gerentes são profissionais que passaram por várias funções em lojas.

Com essa experiência a seu favor, eles conhecem o dia a dia e os desafios da maioria dos outros funcionários, por isso sabem como cada função pode trazer resultados.

Saber delegar

O sucesso do trabalho do gerente de loja de varejo depende muito dos colaboradores que atuam com ele e da sua capacidade de lidar. Para ter uma equipe de primeira, o gestor precisa confiar nos seus liderados e dividir com eles as responsabilidades. Essa relação de confiança, por sua vez, nasce a partir do momento em que o líder consegue delegar tarefas.

Ou seja, é importante que o gerente tenha o entendimento de que não poderá estar em todos os lugares a todo tempo, e por esse motivo, vai precisar do apoio dos colaboradores para diversas tarefas. Essa atitude fortalece a equipe e demonstra o amadurecimento do grupo, podendo facilitar ainda um possível processo sucessório e até a formação de novas lideranças que desempenharão funções similares no futuro.

Ter atenção às tendências

A gerência também deve estar atenta às tendências do mercado. Portanto, é preciso acompanhar a movimentação dos consumidores, da concorrência e também estar atento aos noticiários.

Recentemente, por exemplo, o país tem acompanhado uma série de investigações sobre a qualidade da carne brasileira, ação que interferiu diretamente no comportamento dos consumidores. Embora muito da repercussão tenha ocorrido durante o andamento das investigações, a comoção social tem grande influência nas escolhas do brasileiro.

O papel do gerente, nesse sentido, é observar como isso vai impactar as vendas e tomar providências rápidas. Uma possível ação, nesse caso, poderia estar relacionada a oferecer mais destaque nas gôndolas às carnes de aves e peixes, por exemplo.

Ter atitude competitiva

Um líder desse segmento também deve ter uma atitude competitiva e nunca se acomodar com resultados razoáveis. Ele deve buscar constantemente pela excelência! Para tanto, uma atitude competitiva se constrói com diálogo, planejamento, ações focadas e um olhar para o futuro.

Isso é claro, sem esquecer que o gestor deve ser competitivo em níveis saudáveis e equilibrados, que levem a sua equipe a avançar, mas sempre de forma colaborativa.

Além disso, a inovação é um instrumento que deve fazer parte da atuação do gerente com atitude competitiva. Se hoje o trabalho funciona de uma forma, considere que ele pode fluir de maneira muito melhor se for feito por meio das tendências adotadas pelo mercado. Assim, reflete sobre como os fluxos podem ser aperfeiçoados, revistos ou recriados, buscando soluções para inovar de maneira contínua.