

Identificar Oportunidades

IDENTIFICAR AS OPORTUNIDADES E CONQUISTAR OS CLIENTES A abertura de uma agência de viagens tem alguma importância na sociedade em que vivemos, pois gera a criação de empregos e divulga o País não só aos portugueses como também aos estrangeiros que nos visitam. Por outro lado, fomenta o turismo nacional e internacional com as reservas nas companhias aéreas e os operadores. Sempre que uma agência fecha, também ocorrem alguns impactos negativos locais e internacionais. Os colaboradores perdem os seus empregos, o País deixa de arrecadar tributação e todo o investimento realizado no negócio é perdido. Mas por que uma agência de viagens encerra a sua actividade? Esta é uma questão complexa, e que não tem uma resposta totalmente exacta. São muitos os factores que podem influenciar o encerramento de uma agência. Pode-se citar, a falta de planeamento estratégico do negócio da própria agência, factores externos como o baixo poder de compra do mercado, dificuldade em administrar os recursos existentes dentro da agência, dificuldades em atender às necessidades do mercado e ter uma capacidade de resposta adequada etc. Estes factores, muitas vezes combinados, contribuem para a falta de clientes, incapacidade de lidar com a concorrência, falta de recursos financeiros e muitas outras situações que são negativas para qualquer negócio. Desta forma, podemos apresentar inúmeros aspectos que podem ter como consequência o desaparecimento de uma agência de viagens, ainda mais que actualmente, em que o mercado e a forma de negociar mudam rapidamente e é necessário ser bastante criativo e flexível para responder a todo momento às novas exigências e tendências dos mercados. Procurar as Oportunidades. Se existem tantos problemas e dificuldades, como pode uma agência de viagens agir para permanecer no mercado, continuar a ganhar todos os anos novos clientes e aumentar a facturação e os resultados? Esta é outra questão bastante complexa, e no momento actual, pode-se dizer que uma das estratégias possíveis para a agência permanecer no mercado é estar sempre atenta às novas oportunidades de rentabilizar o negócio. Oportunidades. Tentar compreender o mercado. Diferente do que muitas pessoas pensam, as ideias dos negócios não significam uma oportunidade de negócio. As ideias só se transformam em oportunidades quando o seu propósito vai de encontro às necessidades dos clientes, e assim conseguir rentabilizar a ideia em resultados. Ou seja, quando existe um potencial mercado para consumir. Uma oportunidade também tem o seu timing. Por exemplo, um produto/serviço que num primeiro momento traduz o aproveitamento de uma grande oportunidade, um ano depois pode estar ultrapassado e não voltar a ser consumido. Se a agência que o comercializa não estiver preparada para melhorar, actualizar ou até mesmo substituir o produto/serviço, pode estar a entrar no “corredor” das agências que irão desaparecer. Assim, uma empresa somente pode permanecer no mercado se estiver a aproveitar as oportunidades que se apresentam. E fazer isso, exige inicialmente uma postura de todos os colaboradores de estarem, sempre atentos ao que está a acontecer em redor do negócio. Na prática, esta postura significa conhecer e participar de várias actividades como feiras, pesquisas on-line, informações sobre o sector, dados estatísticos, novos operadores, workshop’s etc., e todos os eventos relacionados com o sector de turismo no qual a agência actua, procurar ler revistas informativas sobre os novos destinos, novos produtos, e saber quais as estratégias dos operadores, companhias aéreas e sector da hotelaria, participar de reuniões e encontros das associações, conhecer bem os concorrentes, os clientes, todos os colaboradores, operadores e empresários do sector. Procurar compreender as tendências de mercado, situações económicas, políticas, sociais etc. Este hábito desenvolve-se com o tempo e ajuda-nos a ter inúmeras ideias. Quando uma destas ideias resulta na constatação de uma oportunidade, a empresa tem um momento especial para transformar todo o seu potencial em “ouro”.. Isto representa estarmos sempre atentos a algo que pode vir a influenciar positivamente as nossas agências e quais as oportunidades de negócios que podemos aproveitar. Até aqui, podemos resumir a questão da permanência no mercado da seguinte forma: 1. Atenção ao ambiente de negócios; 2. Formulação de diversas ideias; 3. Constatação de uma oportunidade potencial; 4. Recolha de informações para maior segurança sobre a oportunidade existente; 5. Planeamento dos recursos necessários para o aproveitamento da oportunidade; 6. Execução do planeamento; 7. Análise dos resultados; 8. Atenção ao novo ambiente de negócios. Estas perguntas devem ser respondidas pelo próprio colaborador, combinando observação directa com outras fontes de informações como: INE, ICEP, DGT, região de turismo da zona, sites e pesquisa na Web, outras empresas etc. É também importante que o colaborador tenha competências e conhecimentos pessoais para desenvolver uma oportunidade de negócio, e caso não tenha, deve pedir ajuda e procurar obter tudo o que necessita para conseguir envolver-se pessoalmente para o sucesso da sua ideia. É desta forma que nas empresas descobrem-se novas maneiras de actuar e assim, tem grandes chances de se tornar mais competitiva e permanecer no mercado ganhando quota e obtendo mais e melhores resultados.

About the Author

Carlos Machado Saraiva

Source: <http://www.centralartigos.com>