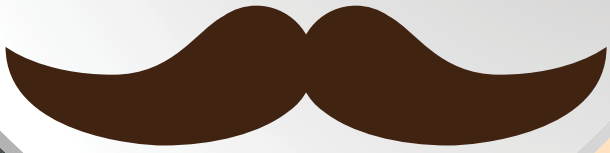
Venda melhor
DIA DOS PAIS

SEBRAE SP

Dia dos Pais

Esta data **vale mais**
que um **simples presente**.



A comemoração do Dia dos Pais

O Dia dos Pais no Brasil é comemorado no segundo domingo de agosto.

A história mais conhecida em comemoração ao Dia dos Pais é a de William Jackson Smart, um ex-combatente da guerra civil norte-americana que perdeu sua esposa quando os seis filhos eram ainda bem pequenos, criando-os sozinho. Sua filha Sonora Smart resolveu homenageá-lo em 1909, em razão da admiração que sentia por ele ter dedicado sua vida aos filhos e ter conseguido criá-los muito bem. A data escolhida foi a de nascimento de Willian, 19 de junho.

Porém, o primeiro registro de homenagem a um pai surgiu na antiga Babilônia, há mais de quatro mil anos, onde um jovem modelou e esculpiu um cartão para seu pai, desejando sorte, saúde e muitos anos de vida.

A data passou a ser comemorada no Brasil a partir de 1953. Vários órgãos da imprensa se juntaram a fim de promover um concurso onde homenageariam três tipos de pais: o pai com maior número de filhos, o pai mais jovem e o pai mais velho. Os vencedores foram um pai com 31 filhos, um pai de 16 anos e um pai com 98 anos.

Fachada: criando a primeira impressão 03

Vitrine certa para o Dia dos Pais 04

Usando cores para vender mais 05

Dicas para não errar nesta data 06 e 07

Kit de presente para o Pai 08 e 09

05 passos para vender mais e melhor 10 e 11

Dicas para vender mais divulgando sua loja virtual 12 e 13

Cuide bem da saúde financeira da sua empresa 14

Fachada: criando a primeira impressão

A aparência de um estabelecimento comercial é fundamental para o seu sucesso, por isso é importante que os lojistas comecem apostando em fachadas que sejam capazes de atrair o interesse dos consumidores.

A importância da fachada: É preciso dar visibilidade à loja, trabalhando muito bem sua frente com cores vibrantes, materiais diferenciados e, às vezes, até com certa projeção das vitrines com o objetivo claro de atrair a atenção do cliente.

A primeira impressão é a que fica.

Visual inusitado: A fachada de uma loja deve ser desenvolvida para que, por meio dela, os clientes sejam atraídos, seja pelo visual inusitado, seja pelo bom gosto apresentado.

Cartão postal: A fachada da loja deve funcionar como um cartão postal, mostrando todo o esforço que foi direcionado para refletir o conceito da loja.

Importante: É necessário analisar se as informações oferecidas aos clientes estão falando de algo importante ou se estão apenas contribuindo involuntariamente com a poluição visual da loja.

Vitrine certa para o Dia dos Pais

A vitrine ajuda o empresário a construir a identidade da loja, como por exemplo:

- Mostrar um novo conceito.
- Posicionar-se no mercado.
- Mostrar que tem ideias novas.

Fato comprovado: uma vitrine bem trabalhada e devidamente adequada para a data específica – neste caso Dia dos Pais- pode aumentar as vendas em até 30%.

Exposição de produtos para o Dia dos Pais

Cada produto deve ser exposto de acordo com o público que a loja quer conquistar.

Você pode trabalhar uma vitrine só com cores. Por exemplo, vermelho e preto são sensuais. Se você quiser uma coisa mais soft, use tons pastel. Mas você vai atingir outro público.

Nesta data a vitrine tem que passar a imagem da ocasião, por isso renove, mostre que você quer atrair aquele público determinado.

Mostre que novos produtos chegaram.

É preciso valorizar o produto: ele nunca deve ficar no chão, e sim sobre uma base elevada.

Pó: não deixar pó acumulado sobre os produtos.

A roupa deve estar sempre passada: no caso de uma confecção, a roupa deve estar sempre passada e com acessórios complementando.

A iluminação merece cuidado especial: ponto de luz em cima e embaixo. Trabalhar com a iluminação em trilhos: em cada vitrine deve ter uma iluminação diferente.

Despertar o desejo: a principal atribuição de uma vitrine é vender, por isso ela deve seguir o conceito da loja como um todo e não apenas ser mais uma simples instalação.

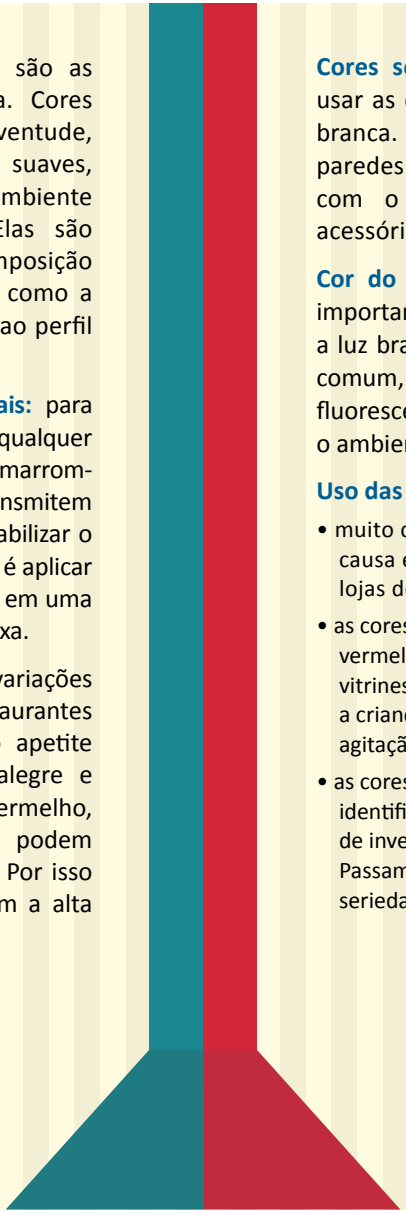
> Uma vitrine eficiente é aquela que desperta no futuro comprador o desejo de entrar na loja e conhecer o restante das ofertas que estão em seu interior.

Usando cores para vender mais

Estude bem as cores: as cores são as responsáveis pelo clima da loja. Cores mais vibrantes denotam ação, juventude, alegria, potência. Tons mais suaves, por outro lado, refletem um ambiente mais tranquilo e acolhedor. "Elas são importantes ferramentas na composição do ambiente de vendas e, assim como a decoração, devem ser adequadas ao perfil do público e do produto."

Usando as cores para vender mais: para impulsionar um setor de vendas em qualquer tipo de negócio, as tonalidades de marrom-claro são as mais indicadas: transmitem confiança e seriedade, além de estabilizar o humor e eliminar o cansaço. O ideal é aplicar a cor em pontos estratégicos, como em uma tapeçaria ou um quadro atrás do caixa.

Sabendo variar as cores: as variações do laranja são ideais para restaurantes e lanchonetes, pois estimulam o apetite e criam um ambiente quente, alegre e aconchegante. O amarelo e o vermelho, quando usados em excesso, podem provocar saturação e desconforto. Por isso são usados em lojas que valorizam a alta rotatividade de clientes.



Cores sem exagero: a forma correta de usar as cores puras é diluindo-as em tinta branca. Quem optar por cores neutras nas paredes deve garantir o colorido necessário com o uso de objetos, almofadas e acessórios chamativos.

Cor do produto: se a cor do produto é importante em seu negócio, o melhor é usar a luz branca de forte intensidade. É a mais comum, pode ser obtida com lâmpadas fluorescentes compactas e não compromete o ambiente.

Uso das cores:

- muito cuidado ao usar o tom preto, ele causa efeito espelho, principalmente em lojas de rua.
- as cores quentes como amarelo, laranja e vermelho são mais indicadas para uso em vitrines de verão ou em lojas destinadas a crianças e adolescentes. Simboliza mais agitação, vida, calor, jovialidade.
- as cores frias como verde, azul e violeta são identificadas com maior facilidade em vitrines de inverno ou para o segmento masculino. Passam a sensação de frio, tranquilidade e seriedade.

Dicas para não errar nesta data

O PÚBLICO-ALVO

Grupo de consumidores potenciais com características semelhantes a quem uma empresa deseja vender.

Atenção: em datas comemorativas o público que irá frequentar sua loja pode não ser seu público-alvo atual.

PLANEJANDO O DIA DOS PAIS

Cuidados especiais

- Não estocar muito apenas para aproveitar descontos de fabricantes e distribuidores.
- Também não compre pouco para não faltar produtos e deixar de vender.
- Consulte sempre os vendedores antes de comprar.
- Cuidado para não comprar somente aquilo que você mais gosta.

MIX DE PRODUTOS / SERVIÇOS

- Considere a moda do momento.
- Pense em pacotes de serviços.
- Viabilize cheque-presente.
- Explique as condições de troca.
- Tenha sugestões por faixa de preço, por exemplo:
    - Presentes até: R$50,00
    - De R$50,00 até R$100,00
    - Acima de R$100,00

Embalagens

- Embalagens são fundamentais quando o assunto é presente.
- Muitas vezes valem mais que o próprio produto.
- Podem ser motivo de decisão de compra.

Dica: Deixe bem visível os modelos de embalagem para presente.

TREINANDO OS FUNCIONÁRIOS

Normalmente, nas datas comemorativas há a necessidade de mais colaboradores.

- A equipe do ano passado foi adequada?
- Este ano será necessário contratar?
- Alterar horários?
- Os novos colaboradores terão tempo para conhecer bem os produtos?
- Sua equipe está preparada para atender a diferentes públicos?

O vendedor/atendente deverá:

- ter argumentos de vendas diferentes.
- dar explicações detalhadas.
- orientar quanto à forma de uso.
- adaptar a linguagem para os diferentes públicos.
- entender de novela.

Lembre-se: Normalmente nesta data quem compra não é quem usa.

CRIANDO AS PROMOÇÕES E OS MOTIVOS

- Planeje adequadamente suas promoções.
- Não há regras.
- Crie, inove, invente!
- Você é quem define o que promover!

Crie motivos para seu cliente comprar mais:

- Embalagem como brinde.
- Demonstração e degustação.
- Faça seu cadastro e concorra (ativo da empresa).

Dica: em datas em que sua empresa vende muito não é necessário usar promoções com descontos altos. Aproveite para cadastrar clientes e fornecer cupons de desconto para outros períodos.

Lembre-se: promoção é promover algo. Não é somente baixar preço.

ADEQUANDO O PONTO DE VENDA

Check-List

- Providencie mais máquinas de cartão de crédito e linhas telefônicas (caso necessário).
- Crie uma rotina de venda para que o caixa seja rápido no fechamento da venda.
- Deixe embalagens prontas para presente.
- Prepare-se para o "dia da troca". É uma ótima oportunidade para vender mais e cadastrar novos clientes.

Organização e Exposição

- Exposição associada de produtos, como camisa com gravata, etc.
- Ótima exposição facilita a escolha do produto.

Layout / Ambientação

- Cuide para que os acompanhantes não atrapalhem suas vendas.

Sinalização / Comunicação

- As mensagens devem ser simples e de rápido entendimento.

DIVULGANDO A LOJA

Meios de comunicação e divulgação

No mínimo faça o básico, como:

- capriche na vitrine e no visual interno da loja.
- use SMS e as redes sociais.
- telemarketing e mala direta para os clientes atuais.
- treine os vendedores / atendentes.
- faça propaganda (jornal, revista, rádio, TV, faixas, carro de som, banners, etc.).

Dica: utilize os meios de comunicação mais acessados pelo seu público-alvo.

Não decida a mídia apenas pelo preço do anúncio.

ATENDENDO BEM

Para atender bem é preciso

- Conhecer o cliente.
- Manter diálogo constante.
- Ter domínio da informação.
- Satisfazer a ambos.

Atendimento é

- Credibilidade
- Conveniência
- Facilidade
- Excelência
- Antecipação

VENDENDO CERTO

- **Divulgue:** a propaganda continua sendo a "alma do negócio". Portanto, convém separar uma verba para essa finalidade, principalmente para divulgar as ofertas.
- **Facilite:** crie condições seguras e favoráveis para que os clientes possam adquirir o que desejam, mesmo não tendo todo o dinheiro naquele momento.
- **Não se esqueça:** os concorrentes estão de olho no mesmo cliente que você.
- **É preciso:** chamar mais atenção, atrair mais, lançar mão de chamarizes. Iniciativas que podem ser resumidas na expressão "criar um diferencial", aquilo que só você tem e mais ninguém, ou poucos. Para fazer isso, você precisa conhecer muito bem o perfil do seu público, para evitar o risco de o tiro sair pela culatra.
- **Compatibilidade:** tenha artigos compatíveis com a sua clientela. Dê atenção à qualidade exigida pelos clientes e ao preço cobrado pela concorrência.

PÓS-VENDA

É hora de fidelizar

Seja ágil e tenha sempre em mente que a principal razão que leva um cliente a abandonar um fornecedor é o descaso pela falta de atendimento no pós-venda quando ocorrem problemas.

Faça relacionamento

Clientes conquistados compram mais, compram sempre e recomendam a sua loja, desde que você faça um pós-venda eficiente.

Troca

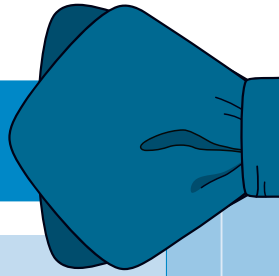
Uma simples troca de produto pode significar a diferença entre perder ou conquistar um cliente. Se o vendedor dificultar a troca, fizer cara de má vontade ou impaciência, pode estar se despedindo daquele cliente para sempre. Mas se trocar com boa vontade, como se fosse a coisa mais natural do mundo, a pessoa vai se lembrar disso na próxima vez em que for comprar qualquer artigo.

Na loja pela primeira vez

Para aqueles que estão entrando na loja pela primeira vez, peça, com o máximo de gentileza, para preencherem um cadastro. Normalmente, clientes não gostam de cadastro.

Para retribuir o esforço, ofereça brindes, descontos, cupons de prêmios. As fichas devem ser o mais simples possível: nome, telefone de contato, e-mail, data (dia e mês) de nascimento. Em cada ficha, o vendedor deve anotar que produto foi comprado, o valor, a data e a forma de pagamento.

Kit de presente para o pai



PAI WORKLOVERS (apaixonado por trabalho)

Eles encurralam você nas festas de criança e contam tudo sobre seu último empreendimento, isso quando eles não estão verificando os e-mails de trabalho no celular.

Kit para pai apaixonado em trabalho:

Sugira: Se ele é um worklover você terá que direcionar o presente ao trabalho. Uma carteira nova, uma mala de viagens, uma caneta bonita, algo para sua mesa de escritório. Complementando pode ser também camisa bonita, uma pantufa cômoda e as salvadoras gravatas. Para completar o kit coloque também um barbeador.

Escreva na oferta: "Filho, lembre que ele precisa barbear-se todos os dias. Um presente assim fará com que ele se lembre sempre de você "

O PAI HIPSTER

Eles vestem seus filhos de calças skinny, óculos enormes e camisetas do Sex Pistols, mesmo que as crianças nunca tenham ouvido sequer uma nota da música deles.

Kit por dentro da inovação:

Sugira: bijuterias ou joias em ouro e prata, câmeras e filmadoras, roupas, calçados e acessórios diferentes, pois normalmente um hipster é um criador de tendências.

Escreva na oferta: "Filho, ajude seu pai a continuar inovando. Ele vai se sentir mais jovem e mais feliz".

O ESPECIALISTA EM SER PAI

Quando tem um filho, magicamente ele se torna a pessoa mais inteligente do mundo e nunca deixará de dizer o jeito "certo" de se fazer as coisas.

Ele pergunta como você alimenta/ensina/disciplina o seu filho e depois explica extensivamente por que o que você está fazendo está completamente errado.

Kit papai sabe tudo:

Sugira: álbum de fotografias e porta-retratos com os filhos, máquina fotográfica e filmadoras para registrar a evolução das crianças, roupões ou toalhas de banho com monograma, camisas de linho.

Escreva na oferta: "Filho, para aquele pai completo um kit completo. Ele continuará lembrando de você sempre".

O PAI VICIADO EM MÍDIAS SOCIAIS

Ele não consegue deixar um minuto passar sem postar um selfie com o seu filho no Facebook, tuitar uma fala de criança "engraçada" ou postar um vídeo no Instagram. Os mais problemáticos postam coisas até no Google+.

Kit pai internauta:

Sugira: tablet, smartphone. Exponha combinados de smart TV, home theater, DVD Player e DVD de filmes de que ele gosta.

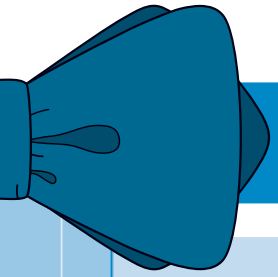
Escreva na oferta: "Filho, mantenha seu pai antenado. Com certeza que ele vai se divertir e gostar muito do presente".

O PAI MANÍACO

Ele faz uma algazarra com os filhos por onde passam.

Kit pai elétrico:

Sugira: kit de jogos para videogame, jogos de tabuleiro desafiadores, um



bom baralho e todos os tipos de jogos, roupas alegres e descoladas.

Escreva na oferta: "Filho faça seu pai brincar mais. Divirta-se com ele"

O PAI POSITIVAMENTE INSANO

É o louco do bem. É aquele fora do padrão, que vive intensamente, e você nunca sabe qual é a próxima que ele vai aprontar.

Kit pai original e exótico:

Sugira um vale-compra: para alguns homens que escondem uma fera. Uma viagem de aventura, um passeio de balão, um curso de mergulho, um salto de paraquedas.

Escreva na oferta: "Filho, leve seu pai a viver uma nova aventura. Ele vai vibrar."

O PAI DA POLTRONA

Ele de alguma forma consegue criar os seus filhos sem nunca levantar da sua poltrona

Kit tirar o pai da poltrona:

Sugira: uma viagem, malas de viagem, guias de viagem. Uma matrícula na academia ou um equipamentos para fitness. Óculos de sol, relógio de pulso.

Escreva na oferta: "Filho, faça seu pai se mexer. Mostre para ele que faz bem para saúde".

O PAI PREMATURAMENTE VELHO

Ele já cortou seus próprios cabelos, usa calças jeans de cintura alta e mal pode esperar para te contar sobre todas as coisas interessantes que ele aprendeu na rádio hoje de manhã.

Kit pai rejuvenescido:

Sugira: jeans, camisetas, moletons, relógios, patins, bicicletas, mochilas, tênis acessórios para o carro.

Escreva na oferta: "Filho, não deixe seu pai sentir-se velho. Renove seu estilo"

O PAI GENERAL

Ele trata os seus filhos como se eles estivessem no exército e esperam total obediência das suas regras. Seus filhos têm medo deles e você também tem.

Kit para pai relaxar:

Sugira: doces e bombons, roupas de boa qualidade, perfumes e produtos ligados a higiene pessoal, livros de biografias.

Escreva na oferta: "Filho, adoce seu pai e faça com que ele deixe as regras mais flexíveis neste dia".

O PAI CRIANÇÃO

Ele alimenta o seu complexo de Peter Pan gastando horas no trepa-trepa, assistindo desenhos e brincando com seus filhos.

Kit pai criança crescida:

Sugira: um kit de jogos personalizado como baralho, uma montagem com as fotos do pai, principalmente filhos brincando com ele. Videogame, filmes divertidos, livro de jogos antigos e brincadeiras da época em que ele era criança, um jogo de pebolim (totó), jogo de botões.

Escreva na oferta: "Filho não deixe seu pai ficar adulto. Continue brincando com ele.

5 passos para vender mais e melhor

QUANDO O CLIENTE ENTRA NA LOJA (Abordagem)

"A parte crítica da venda são os primeiros 30 segundos".

Durante a abordagem o vendedor tem dois objetivos importantes:

- Conseguir a atenção favorável do cliente.
- Estimular seu interesse positivo.

Primeiros passos

- Cumprimente e diga o seu nome.
- Deixe o cliente olhar a vontade.
- Se ele realmente estiver interessado ele irá lhe procurar.

APRESENTANDO /DEMONSTRANDO O PRODUTO

- Neste ponto da venda o importante é fazer o cliente participar da apresentação.
- Faça-o pegar o produto, manusear, experimentar. Faça parecer fácil. Com ele participando a apresentação fica mais fácil.
- É fundamental você ir conquistando pequenas concordâncias do cliente, pois no final, com tantas concordâncias ficará difícil para o cliente não dizer o tão esperado SIM.

QUEBRE O PARADIGMA DO PREÇO

- Os clientes buscam o menor preço. Quebre este paradigma.
- Nunca dê o preço de supetão. Fale vários benefícios antes, diga o preço e depois finalize com mais benefícios.

Resumindo: preço deve ser sempre o RECHEIO do SANDUÍCHE.

COMO LIDAR COM AS OBJEÇÕES

Em regra, as objeções podem ser agrupadas em cerca de seis categorias:

- Qualidade
- Preço
- Competidores
- Eficiência
- Durabilidade
- Serviços pós-venda
- Garantias

Nunca responda uma objeção sem saber em qual ou quais das categorias ela se encaixa.

FECHANDO A VENDA

A melhor maneira para fechar a venda é não esperar muito, não prolongar muito a demonstração sem motivo.

Algumas perguntas como:

"QUANDO EU VOU RECEBER A MERCADORIA?" ou "QUANDO DEVO PAGAR?" são formas de compromissos. Quando isso acontecer o vendedor deve fechar a venda.

Existem alguns métodos básicos de fechar a venda:

- Fechamento assumido: usando a palavra-chave - QUANDO. Ex: "QUANDO você quer receber a geladeira?"
- Tentativa de fechamento: usando um teste de como o cliente está reagindo à sua proposta. Ex: "Concordamos que a camisa ficou ótima. Posso mandar para o pacote?"
- Fechamento alternativo: convidando o cliente a tomar uma decisão. Ex: "Então, concorda que é um bom negócio...."
- Fechamento com ação: solicitando ao cliente que lhe dê o pedido. Ex: "Então está tudo certo. Acompanhe-me até o caixa."
- Fechamento no resumo: onde o vendedor lista os itens da compra e pede ao cliente que verifique a lista. Ex: "1 camisa, 3 pares de meia, 1 calça jeans, 2 camisetas..., por favor verifique a lista e dê seu ok."
- Fechamento com incentivo: que oferece um estímulo. Ex: Um desconto por um período de tempo. A virada da tabela.

NESTA DATA, TENHA EM MENTE QUE O CLIENTE ESTÁ COMPRANDO UM PRESENTE PARA ALGUÉM

- Ofereça vale-presente.
- Ofereça kits promocionais: por faixa de preço, por grupo de produtos.
- Pense em pacotes de serviços.
- Estenda o horário de atendimento, se necessário.
- Dê desconto para compras acima de um determinado valor.
- Facilite o pagamento no caixa. Aceite cartões de crédito.

EMBALAGENS SÃO FUNDAMENTAIS PARA VALORIZAR UM PRODUTO

- Tenha embalagens especiais e diferentes para cada data especifica.
- Uma embalagem bem elaborada torna o produto visualmente mais atraente.
- Muitas vezes valem mais que o próprio produto.
- Embalagens diferenciadas criam a impressão de exclusividade, personalização.

Dica: deixe visível embalagens pré-prontas para presente. Pode ajudar na decisão de compra.

Dicas para vender mais divulgando sua loja virtual

Não venda produto, venda sonho

Para que as pessoas se interessem pela sua campanha, é preciso que ela seja muito objetiva e exponha o melhor do seu produto. No site da sua loja não venda meias de seda ou algodão. Venda pernas bonitas e pés quentes.

Conheça sempre os seus concorrentes

O site da sua loja pode ser muito bom, seu produto de muita qualidade e ainda assim não conseguir os clientes que queria. O problema pode ser a concorrência. Quem são seus concorrentes que estão anunciando no Google, Buscapé e outros sites de busca? O que, como e quando anunciam? Onde se posicionam? Os anúncios são sempre os mesmos ou mudam? Onde levam os anúncios?

Atenção aos detalhes

Coloque os aspectos exclusivos da sua loja, dos seus produtos/serviços no anúncio.

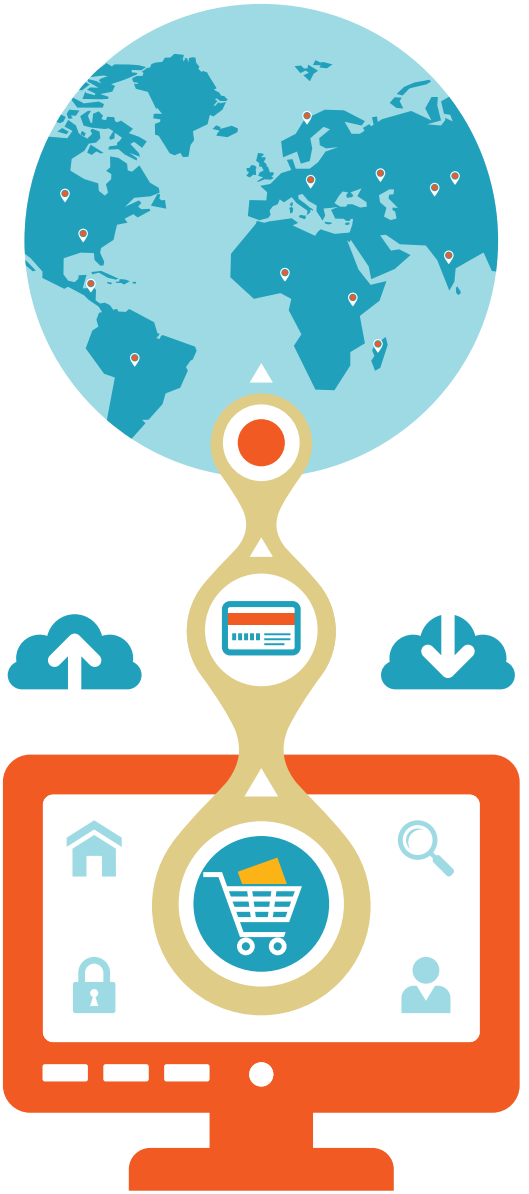
Direcionar seus clientes apenas para a sua página inicial não é um bom negócio. Mandá-los para as páginas específicas dos produtos nos quais clicaram nos anúncios pode trazer uma taxa de conversão melhor.

Não use palavras-chaves duplicadas

Ao anunciar nos sites de busca cuidado ao usar as palavras-chaves. Evite a duplicidade de palavras, pois isso apenas fará seus anúncios concorrerem entre si. Além disso, o site de busca normalmente mostra apenas um anúncio de cada anunciante em cada página de resultados.

Acompanhe o desempenho da campanha

Você estudou, recolheu informações, estabeleceu objetivos e montou suas campanhas. Ótimo. Só não se esqueça de acompanhar e monitorar de perto o resultado de suas campanhas.



31

Cuide bem da saúde financeira da sua empresa

Algumas das mais importantes, menos compreendidas e mais temidas ferramentas administrativas são as financeiras.

O bem-estar financeiro de uma empresa é o pré-requisito básico para se obter lucro, crescer, sobreviver e tornar-se perene.

Uma das mais importantes ferramentas financeiras é o fluxo de caixa.

FLUXO DE CAIXA

Fluxo de caixa é uma ferramenta que controla, em cada período (dia, semana, mês, semestres), a movimentação financeira (as entradas e saídas de recursos financeiros) de uma empresa.

O fluxo de caixa facilita a gestão de uma empresa no sentido de saber exatamente:

- Qual o valor a pagar com as obrigações/ compromissos assumidos.
- Quais os valores a receber.
- Qual será o saldo disponível naquele momento.
- Onde está indo o "dinheiro".

Dica:

O fluxo de caixa pode ser feito no formato de planilha, sendo que muitas planilhas se encontram disponíveis online na internet.

Autor: José Carmo Vieira de Oliveira - UDI - Unidade Desenvolvimento e Inovação. Junho/2014.

SEBRAE SP

EAD

EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA

Cursos Gratuitos pela Internet

Para se inscrever basta acessar o endereço:

www.sebraesp.com.br/ead

Quando **sua gestão** melhora, **sua empresa** cresce.

EDUCAÇÃO SEBRAE.
APRENDER, SEMPRE É UM BOM NEGÓCIO.

0800 570 0800 | www.sebraesp.com.br | facebook.com/sebraesp | twitter.com/sebraesp | flickr.com/sebraesp | youtube.com/sebraesaopaulo

GMM 170616 - 04/07/2014 - 20.000 un.

SEBRAE SP

0800 570 0800
www.sebraesp.com.br
facebook.com/sebraesp
twitter.com/sebraesp
flickr.com/sebraesp
youtube.com/sebraesaopaulo

Fale com o Sebrae-SP!

Essa é uma publicação do Sebrae-SP para ajudar você a melhorar cada vez mais o seu negócio. Nossa missão é estar sempre ao lado do empreendedor. Por isso, além dessas informações, também estamos à sua disposição nos nossos pontos de atendimento, no 0800, no site e nas redes sociais. Sempre que precisar de alguma orientação, ajuda ou apoio, procure o Sebrae-SP. O Sebrae é o seu parceiro.

Alencar Burti
Presidente

Ivan Hussni
Diretor Técnico