

## Benefícios que vão além dos lucros

Escrito por Kathlen Ramos

Qui, 15 de Setembro de 2011 08:40

---



Com o GC, é possível garantir a fidelização dos consumidores e obter aumento de vendas e rentabilidade

De acordo com o criador do GC, Dr. Brian Harris, estudos apontam que essa metodologia faz os lucros da loja aumentarem entre 5% e 10%. No entanto, a prática mostra resultados ainda mais positivos. “Já trabalhamos com casos das vendas de uma categoria que chegaram a aumentar 70% num prazo de 30 dias”, revela o gerente de merchandising services da Nielsen, Wagner Picolli.

E os melhores resultados financeiros não são os únicos benefícios do GC. Essa ferramenta pode proporcionar uma adequada combinação de produtos, redução de custos e aumento da rentabilidade das categorias, bem como uma visão mais completa sobre o perfil e os hábitos de compra dos consumidores. Dessa forma, têm-se melhores resultados de vendas e maior satisfação dos clientes. “Com o GC, é possível garantir a fidelização dos consumidores e obter aumento de vendas, da rentabilidade da categoria, do giro de produtos e redução de estoques e reposição, o que gera ganhos tanto para o varejista quanto para o fornecedor”, considera a docente do curso de Farmácia do Centro Universitário São Camilo, Luciane Ribeiro.

Para avaliar se os resultados do GC estão, de fato, atingindo as metas, além da observação, os varejistas podem fazer uso de alguns sistemas informatizados. “Mesmo os sistemas simples conseguem realizar um relatório de vendas por categoria para começar a analisar o desempenho. Mas tudo isso deve ser avaliado em conjunto com outras ações. Lógico que um bom gerenciamento de categoria envolve lucratividade, marketing e outras atividades. Portanto, todo o conjunto precisa ser eficiente”, avisa o consultor do Sebrae-SP Rodrigo Palermo de Carvalho.