

# I FÓRUM ABRAS DE PREVENÇÃO DE PERDAS



# Disseminando a Cultura de Prevenção de Perdas dentro das Empresas



## Cenário:

- Falta de objetivo;
- Baixa qualidade profissional;
- Falta de treinamento;
- Baixa produtividade;
- Pessoas não comprometidas.



## Na sua empresa os colaboradores tem conhecimento...

1. Do impacto das perdas nos negócios?
2. Do seu papel para a redução das perdas?
3. Que se a empresa crescer, ele também vai crescer?



# Pilares da prevenção de perdas



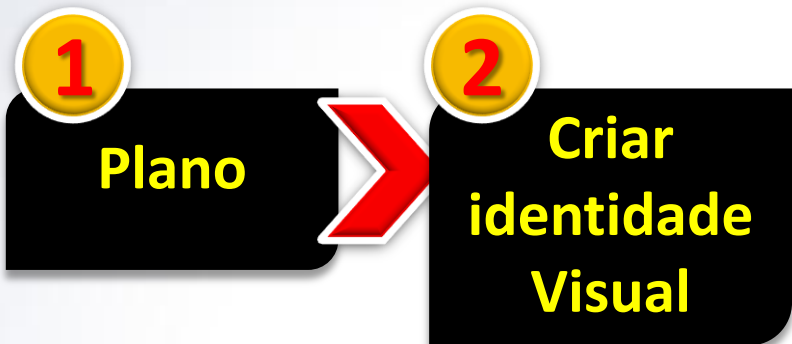
## Como disseminar a cultura de prevenção de perdas na sua empresa?

- Envolvendo as pessoas...
- Quebrando paradigmas...
- Conscientizando os colaboradores...
- Incentivando ações positivas...

...criação de **Campanha de Prevenção de Perdas** em sua empresa!



## Campanha de Prevenção de Perdas



- Slogan
- Personagem



Mote da Campanha



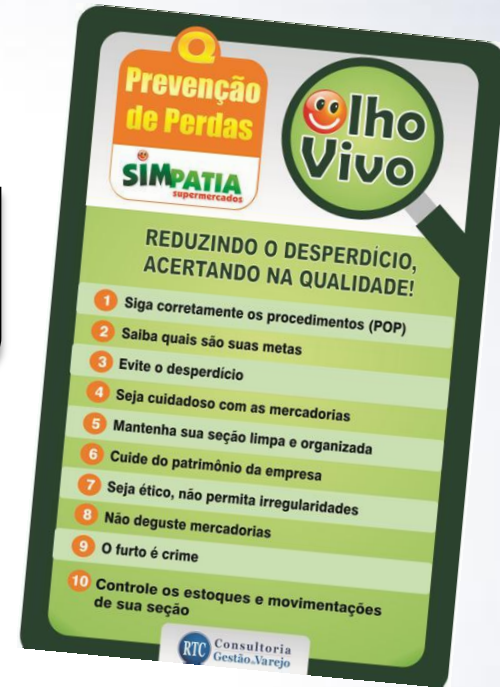
personagem

# Campanha de Prevenção de Perdas

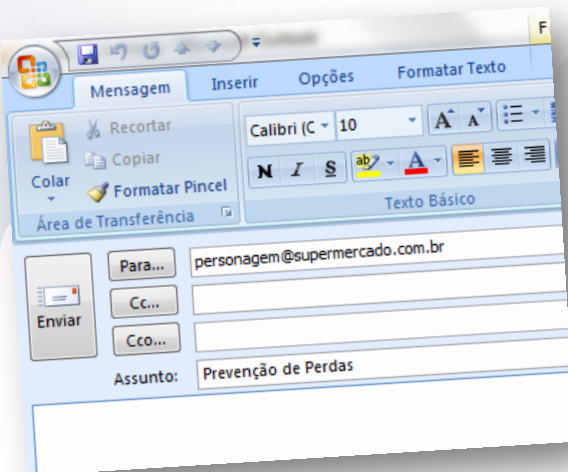


- Slogan
- Personagem

- E-mail personagem
- Comunicação no ponto de venda
- Intranet
- Caixa de Sugestões
- Folheteria



Banner



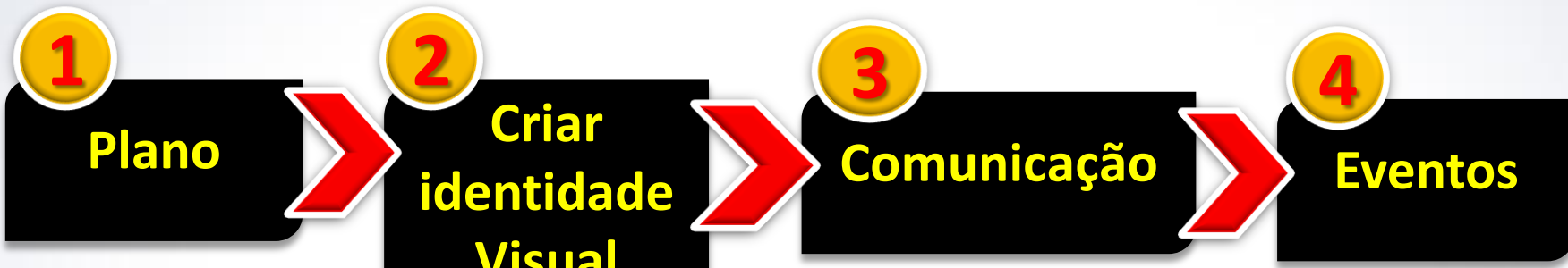
Cartilhas e Manuais



Cartaz Loja



## Campanha de Prevenção de Perdas



Workshops



- Slogan
- Personagem

- E-mail personagem
- Comunicação no ponto de venda
- Intranet
- Caixa de Sugestões
- Folheteria

- Café da manhã de lançamento da Campanha
- Kit Boas-Vindas
- Workshops



Kit Boas-vindas

## Campanha de Prevenção de Perdas



- Objetivos
- Metas
- Recompensas
- reconhecimento



# Campanha de Prevenção de Perdas

## ACONTECE

Edição especial trimestral Outubro/Novembro/Dezembro - 2011 - Nº 17

### Área reservada para Prevenção de Perdas

A pesquisa Retail Trend 2012, estudo da consultoria inglesa The Future Laboratory revelou que em relação às marcas do mercado o consumidor brasileiro tem uma preocupação cada vez maior com a interatividade, transparência e solidez. De acordo com o estudo, esses clientes estão cada vez mais exigentes e sintonizados nas questões de responsabilidade social e sustentabilidade. Uma das tendências detectadas é a preferência por produtos ou lojas ligados ao "rurbanism" - comportamento que procura trazer as coisas boas da vida do campo para a metrópole. É o caso de produtos orgânicos e artesanais, embalagens mais simples e menos opções de escolha para os pontos de venda. Segundo a pesquisa, o consumidor está buscando uma vida com menos estresse e estímulos, e por isso procura a superconveniência. Muitas pessoas estão preferindo não ir mais ao supermercado, mas à lojinha de bairro, sem ter de enfrentar o trânsito. Os consumidores também disseram que valorizam o bom atendimento, boas relações e a qualidade dos produtos.

Uma das tendências detectadas é a preferência por produtos ou lojas ligados ao "rurbanism" - comportamento que procura trazer as coisas boas da vida do campo para a metrópole. É o caso de produtos orgânicos e artesanais, embalagens mais simples e menos opções de escolha para os pontos de venda. Segundo a pesquisa, o consumidor está buscando uma vida com menos estresse e estímulos, e por isso procura a superconveniência. Muitas pessoas estão preferindo não ir mais ao supermercado, mas à lojinha de bairro, sem ter de enfrentar o trânsito. Os consumidores também disseram que valorizam o bom atendimento, boas relações e a qualidade dos produtos.

- 3** Varejo brasileiro perde US\$ 2,3 bi com furtos em 12 meses, diz estudo internacional
- 4** De olho nas férias. Confira as dicas para passeios.
- 6** Colaboradores da Plastrom Sensomatic marcam presença em evento da Tyco

## Sabor & Saber

Plastrom Sensomatic

Nº 00 | Junho | 2013

### agenda cultural

Curir os pontos turísticos e atrações culturais da cidade é a melhor opção para quem não vai sair de São Paulo nestas férias. Veja algumas indicações:

**Museus**  
MASP - Museu do Ipiranga, Museu da Língua Portuguesa, Museu do Futebol, Pinacoteca do Estado, Museu da Imagem e do Som;

**Centros Culturais**  
Centro Cultural São Paulo, Itaú Cultural, Centro Cultural Banco do Brasil, Memorial da América Latina, Centro Cultural da Juventude;

**Parques**  
Itaipava, Vila Lobos, Jardim Botânico, Horto Florestal, Parque Ecológico do Guarapiranga.

### semeando talentos

em o intuito de reconhecer seus colaboradores de valor, a Plastrom Sensomatic apresenta o programa Semeando talentos, que contemplará aqueles que mais se destacaram por suas práticas de acordo com a visão e os valores da empresa. A premiação abrange todas as áreas e é dividida em três categorias: Satisfação do cliente - senso de urgência do cliente, qualidade no atendimento; Skillo - com valor agregado, retenção do cliente; Foco em resultados - maior taxa com menor redução de desperdício; aumento de produtividade.

Cada ganhador - trabalho em equipe, espírito empreendedor, otimismo, inovação clara e direta, iniciativa, liderança, irá indicar alguém, basta preencher um formulário com o nome do colaborador e respectivas categorias e entregar ao RH, sem necessidade de aprovação de nenhum gestor. Todos os indicados receberão um certificado nível 2, e a cada semestre um prêmio exclusivo em todo o mundo. No final do ano fiscal, um sorteio, grande vencedor, eleito entre os ganhadores do nível 2, receberá o certificado nível 1 e terá direito a um jantar com acompanhante. Não fique de fora, o programa já está selecionado.

**PARA AS CRIANÇAS**

Julho é mês de férias escolares, e quem não quer ver os filhos apenas na frente da TV ou da internet, pode mandá-los para um acampamento ou colônias de férias. Além de fazer novas amizades, as crianças participam de atividades físicas e terão contato direto com a natureza.

Se você ainda não decidiu o que fazer nestas férias, aí vão algumas sugestões de sites:

<http://www.vtaje.com.br/>  
<http://www.guiadepistas.com.br/>  
<http://www.abergues.com.br/>  
<http://www.cottocollers.com.br/>  
<http://www.sescsp.org.br/sesc/>  
<http://www.brasilecolia.com/ferias/colonia-ferias.htm>  
<http://www.abras.org.br/>

### integrar para adaptar

Com o intuito de criar um ambiente favorável à adaptação de novos colaboradores, a Plastrom Sensomatic desenvolveu o Programa de Integração, um projeto que envolve práticas que ajudam os recém-contratados a conhecerem melhor a empresa e a desenvolverem todo seu potencial. Além de material didático e treinamentos online, os novos membros da equipe contarão com a tutela de um funcionário mais experiente, que vai tirar dúvidas do dia a dia.

## 7 Diversidade

### Divulgação resultados

Transparência

caixa de sugestões

workshops

Papel para bandeja

## Campanha de Prevenção de Perdas



# Obrigado!

**Carlos Eduardo Santos**

Diretor de Marketing, Soluções e  
Store Performance

**Plastrom Sensormatic.**

[cesantos@sensorbrasil.com.br](mailto:cesantos@sensorbrasil.com.br)

(11) 9 89376752

**Agradecimento especial :**

**RTC Consultoria**

**Desenvolvimento da  
Campanha “Olho Vivo”**

