




**Venda
melhor**
PÁScoa



**Deliciosas receitas do
Sebrae-SP para sua
empresa vender mais!**

As “parreiras” de chocolates chegam aos supermercados e nos mais diversos pontos de venda logo após o Carnaval. Além dos tradicionais ovos, bombons e chocolates, em sabores e formatos diversos, produtos exclusivos com personagens licenciados e brindes externos são oferecidos estimulando o consumo antes da data.

Para o varejo, a Páscoa representa a segunda melhor data do ano em vendas, porque não é só chocolate que tem procura. Produtos tradicionais como peixe, vinhos, azeite, colomba pascal também se tornam indispensáveis nessa época.

Um dos símbolos da Páscoa é o coelho porque antigamente, no hemisfério norte, a celebração ocorria no fim do inverno e início da primavera, quando os animais apareciam nos campos com seus filhotes. Era a época da fertilidade. O ovo também é um símbolo da Páscoa e representa o começo da vida. Vários povos costumavam presentear os amigos com ovos, desejando-lhes boa passagem para uma vida feliz.

	Convide o cliente para a festa	Pág. 02
	Trinta segundos para conquistar	Pág. 03
	Embalagem pode decidir a compra	Pág. 04
	Cuidando da comunicação	Págs. 04 e 05
	Ações para Páscoa mais divertida	Pág. 06
	Loja virtual	Pág. 07
	Atendimento	Pág. 08
	Relacionamento	Pág. 08

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



Bruno Caetano
Superintendente



Convide o cliente para a festa



O varejo tradicional, receptivo e passivo está em extinção. Se você pensa que basta arrumar a loja abastecê-la, controlar o estoque e abrir suas portas está enganado. Esses e outros procedimentos são feitos em um milhão de concorrentes, no Brasil inteiro. E muitas vezes, bem melhor do que você. Por tudo isso, faça melhor, seja diferente.

A alma do negócio

A propaganda continua sendo a “alma do negócio” no varejo. Portanto, convém separar uma verba para essa finalidade, principalmente para divulgar as ofertas de Páscoa.

A compra é emoção

As pessoas não compram somente por necessidade, a compra é emoção. Uma vitrine alegre e bonita é o ponto chave para chamar a atenção da clientela. O apelo lúdico, com bichinhos em movimento, luzes e cores em profusão, só ajuda.

Ilumine o palco

Limpeza, higiene e iluminação, apesar de serem assuntos óbvios e considerados de suma importância pelos clientes, ainda são negligenciados por muitas lojas. Se você quer vender mais e melhor, precisa apresentar seus produtos de forma destacada, como se estivessem num palco iluminado e prontos para um grande show.

Convide seu cliente

Use mala direta por correio ou peça aos seus vendedores para telefonar. Faça um convite personalizado para o cliente visitar a loja em um dia ou horário especial, para fazer suas compras sem tumulto. Sirva café e água, biscoitos, refrigerante, entre outros. O objetivo é fazê-lo sentir-se valorizado pelo fato de já ser cliente.

O consumidor valoriza tudo

O consumidor valoriza tudo o que facilita o momento de comprar (ar-condicionado, estacionamento a preço justo, entrega em domicílio, etc). Entretanto, ele valoriza em primeiro lugar, a qualidade do atendimento. Só depois é que vem produto e preço.

Os concorrentes estão de olho no mesmo cliente

Portanto, é preciso chamar mais a atenção, atrair mais, colocar chamarizes. Iniciativas que podem ser resumidas na expressão “criar um diferencial”, aquilo que só você (ou poucos) têm.

Promova

Faça promoções pelo menos 15 dias antes da Páscoa. Reforce a comunicação na semana que antecede a data.

Seduza o consumidor

Uma loja sem ação externa não tem brilho e nem emoção, vira um simples depósito. Além de qualidade, serviços, preços e atributos dentro do foco da empresa, nesta Páscoa o consumidor quer ser seduzido com detalhes que estão acima do comum.

Seja diferente

Entre uma loja normal, que se limita a abrir suas portas e esperar de braços cruzados as coisas acontecerem, e uma loja diferenciada, ativa e inteligente, qual você escolheria para comprar? Faça uma loja diferenciada para que os clientes respondam comprando mais.

Ofereça conforto e liberdade

Uma verdadeira loja deve ter disposição para atender seus clientes da melhor forma possível, já a partir do espaço físico. Saber que os clientes detestam lugares apertados. A sensação de conforto tem muito a ver com amplitude e liberdade. Claro que um comércio que se preze precisa estar sempre bem abastecido, loja cheia de mercadorias, tudo em ordem e pronto para vender. Prateleiras vazias ou com poucos produtos expostos vendem a ideia de negócio em decadência, próximo a fechar as portas e passar o ponto!



Trinta segundos para conquistar

Use truques de luz e movimento

Tudo o que pisca e se move chama a atenção. Atraia os olhos com piscapisca, luz piscante ou giratória. Inclua decorações animadas e motorizadas de coelhos e ovos. Teste um vídeo mostrando suas mercadorias. Monte um trem de brinquedos para mostrar a família do Sr. Coelho passeando.

Trailer de um filme

A vitrine deve cumprir o papel do trailer de um filme, ou seja, mostrar resumidamente o que o cliente deve saber e, por esta amostra, levá-lo a assistir ao filme: enfim entrar na loja. Vale abusar dos materiais inovadores como, por exemplo, aqueles em acrílico e também de recursos gráficos.

Vitrines precisam capturar a atenção de quem passa

Devem proporcionar harmonia entre os itens expostos. E, uma vez dentro da loja, é preciso cumprir com a promessa da marca — de nada adianta uma ótima vitrine se o ponto de venda for desestimulante.

A vitrine é onde se conceitua a marca

Devem ser parte integrante da identidade e da imagem da empresa. A vitrine é onde se conceitua a marca — é um resumo. Não deve ser sutil e sim óbvia, passar a ideia logo de cara.

Surpreenda seus consumidores

Ultrapasse a linha do previsível para ser notado. As novas tecnologias estão mudando o modo como se exhibe produtos na vitrine das lojas, cada vez mais interativas. Não é muito barato, mas se você quer surpreender mesmo, pode até pensar em um composto onde uma coelha dança, gesticula e faz sinais para quem transita pela calçada. Quando o pedestre se aproxima, percebe, depois de um tempo, que se trata de uma imagem holográfica.

É preciso ser sensorial

Chamar a atenção e despertar o interesse em 30 segundos. Esse tempo é fundamental para induzir a entrada do cliente para dentro da loja. É preciso ser sensorial para poder seduzir o cliente. Ele entra na loja pela visão e não pelo raciocínio lógico.

As datas como a Páscoa devem ser temáticas, sempre!

Por isso, busque organizar as peças e os objetos decorativos para facilitar a compreensão do consumidor. Não se esqueça de que é Páscoa.

- Use recursos gráficos, como cartazes, banners e fotos.
- Utilize objetos decorativos e irreverentes, como coelhos diferentes dos tradicionais, ovos de vários tamanhos e cores.
- Ilumine o interior da vitrine com mais intensidade do que as outras dependências da loja.

O poder da vitrine

Estrutura, decoração e iluminação, a vitrine é considerada o cartão postal das lojas. Independentemente do tipo de produto a ser exposto, uma boa vitrine, depende da perfeita composição desses detalhes. O importante é causar impacto, chamar a atenção do consumidor, especialmente em datas comemorativas como a Páscoa, em que a concorrência também está usando e abusando da criatividade, pois está de olho no mesmo cliente que você.

Conte a história da Páscoa

É fácil e cômodo, trabalhe os materiais relativos à Páscoa, como:

- Guirlandas são fáceis de fazer, utilizam material leve, barato, disponível e fazem bonito nas vitrines de Páscoa.
- A utilização de galhos como suporte de ovos, coelhos, cestas e demais enfeites de Páscoa, além de fácil de fazer, proporciona efeito surpreendente.
- Um mix de objetos antigos com algo lúdico relativo à Páscoa, como pintinhos, ninhos, ovos e ilustrações retrô.
- Um coelho de pelúcia rosa estilo vintage vai chamar a atenção.
- Ovos de galinha enfeitados também estão com tudo. Podem ser os de verdade, pintados, ou de cerâmica. Ninhos ajudam a fazer uma boa composição.

Mostrar novidades e provocar curiosidade

Entre dez lojas desconhecidas, o consumidor entra naquela com a vitrine mais interessante, aquela que é renovada com frequência. Por isso, ela deve chamar a atenção, mostrar novidades e ser curiosa.



Embalagem pode decidir compra



Cartão caixinha: um cartão que vira um caixinha ou uma caixinha que tem um cartão? Supercriativa. Invisita neste formato inusitado.

Marca página: a embalagem após aberta é delimitada por pontilhados marcadores de página para serem recortados. Utilize ilustrações relativas à Páscoa. Diferente.

A evolução do mercado e a competição entre os produtos fizeram com que a embalagem se tornasse um fator de influência na decisão de compra dos consumidores. Por isso, para se destacar da concorrência nesta Páscoa, utilize como recurso de vendas as embalagens. Podem ser coloridas, com os motivos tradicionais da Páscoa e também vale experimentar os formatos diferentes.

Cartão passe adiante: a tampa da embalagem vira um cartão postal. Este cartão tem uma mensagem para a pessoa que recebeu o presente com um recado: ele deve reenviar à mesma mensagem escrita para outra pessoa de seu relacionamento.

Cartão passe adiante duplo: a mesma ideia do item anterior. Entretanto, em vez de apenas um cartão postal, a tampa da embalagem vira um cartão postal duplo. O objetivo é que quem ganhou o presente envie a mensagem para uma pessoa de seu relacionamento e esta segunda pessoa utilize a outra parte do cartão duplo para continuar reenviando a mensagem.

Necessaire: contendo, além do ovo de Páscoa, produtos de higiene bucal com a marca da loja, por exemplo.

Mochila: ovos de vários tamanhos, além de outros produtos relativos à Páscoa, como coelho, família coelho, pintinhos, ninhos, etc.

Reutilizáveis: embalagens em plástico, decorados com motivos da Páscoa, que podem ser reutilizadas após o consumo do ovo, como: porta-biscoito, sanduicheira e porta-treco.

Cone festa cenoura: embalagem para ovinhos no formato de cenoura, inclusive com as folhas verdes.

Cone festa coelho: embalagens para ovinhos com estampa de cara do coelho.

Envelope: embalagem em formato de envelope diferenciado para embalar ovos de Páscoa.



Cuidando da comunicação

Explorando o ambiente para vender mais na Páscoa

- Faça propaganda dentro da loja.
- Utilize letreiros indicativos, placas decorativas, banners com fotos de produtos, pôsteres com fotos de pessoas, decoração de fundo.
- Toda propaganda dentro da loja deve ser fácil e rápida de compreender. Devem ter poucas palavras, letras simples e grandes.

Música ambiente e som

- A música cria um envolvimento indispensável no ambiente da loja.
- Se for usar fundo musical: cuidado com o volume alto, deve ser adequado à data – Páscoa - e ao estilo da loja.

Perfume ou aromas

Aromas personalizados podem alavancar vendas. Na Páscoa trabalhe com o atraente cheiro de chocolate, esse aroma pode manter o consumidor por mais tempo na loja, aumentando as chances de compra. Além disso, os aromas dão uma sensação agradável à loja e um sentimento de acolhimento junto ao cliente.

Fachada e luminosos

- A percepção visual é o alicerce de qualquer esforço de marketing para atrair clientes.
- A primeira Impressão é a que fica.
- Cores em fachadas, luminosos e letreiros merecem atenção. Nesta Páscoa, precisam dar significados à festa para ajudar numa melhor comunicação com o seu cliente.

Iluminação

- A quantidade de luz depende do pé-direito, das cores de paredes e pisos e do produto.
- Supermercados e lojas de eletrodomésticos usam iluminação fria.
- Joalherias abusam do foco dirigido.
- No varejo de roupas, o ideal são lâmpadas alógenas ou de vapor metálico.
- As papelarias pedem iluminação uniforme.
- As lojas que trabalham com produtos de qualidade usam luz suave.
- No ramo alimentício, o ideal é usar luz amarelada para carnes e fria para frutas e verduras.

Apresentação dos produtos

Exposição e preservação dos produtos na loja, independente da sua localização.

Em datas comemorativas, como a Páscoa, você não pode errar:

- Produtos e embalagens devem ser preservados ao máximo, como se estivessem acabado de chegar à loja.
- Os produtos, por meio de suas embalagens, precisam estar à vista dos consumidores.
- Os produtos precisam estar visíveis e sempre ao alcance do consumidor.
- Produtos mal expostos ou com visibilidade prejudicada não vendem.

Precificação

Muito importante: produtos sem preço não vendem e ainda expõem a empresa a penalidades previstas no Código de Defesa do Consumidor.

- Os preços devem ser expostos na própria mercadoria, nas prateleiras e expositores, de forma totalmente legível.
- Destacar as condições de pagamento, prazos, parcelas, taxa de juros cobrada e o preço à vista.

Lembre-se: nem sempre os preços prevalecem na escolha do consumidor e que preços na vitrine jamais espantam clientes, pelos menos aqueles que de fato vão comprar.

Uniforme e aspecto do pessoal

- **Imagem:** tudo o que os clientes veem e ouvem estará registrado em seu consciente. Por isso, não se tem duas chances de se apresentar. Uniforme, crachá, comunicação visual interna e externa são primordiais para essa percepção.
- **Aparência:** procure cuidar da aparência do seu pessoal e de sua empresa. É desta forma que a imagem será lembrada pelo cliente.
- **Vivenciando a data:** aproveite o clima e faça o seu pessoal vivenciar a data. Fantasias ajudam a deixar o ambiente mais descontraído. É isso que o cliente quer.

Cartazes e comunicação interna

Aproveite, pois nas datas comemorativas como a Páscoa, 85% das compras são decididas dentro da loja. Apenas 15% são compras planejadas. Por isso, comunique:

- Faça-o de modo simples e interessante
- Mantenha o foco na simplicidade
- Crie uma imagem dominante
- Diminua a poluição visual
- Use cores contrastantes, diferentes
- Faça produtos heróis
- Use letras grandes e legíveis
- Chame o cliente para si
- Segure a atenção dos clientes
- Aproveite bem todos os espaços que a loja permitir

Disposição dos produtos

Expor de forma planejada para a Páscoa a localização correta dos produtos em suas respectivas prateleiras, araras, expositores e displays.

- Aproximar, separar e agrupar mercadorias é uma forma de organizar o fluxo, despertar o interesse do cliente e induzi-lo à compra.
- Desta forma, os itens devem estar separados como, por exemplo: ovos por fornecedor e dentro de cada fornecedor por tamanho e tipo de chocolate.
- Resumindo: facilite para o cliente encontrar o que procura. E mais: estimule, por meio da comunicação interna das ofertas, a compra por impulso. Isto pode fazer uma grande diferença no caixa.





Ações para Páscoa mais divertida

Oficina: Páscoa da família coelho

- Promova uma oficina de Páscoa da família coelho em parceria com uma escola ou com uma instituição beneficente com patrocínio de alguma empresa da cidade. As crianças que participarem podem criar seus próprios coelhinhos com diferentes acessórios e roupinhas, customizar divertidas orelhas e brincar de colorir o rosto, etc.
- A oficina é uma ótima maneira de incentivar a imaginação e o lado lúdico das crianças.
- Na oficina de Páscoa da família coelho o mais legal do encontro é que as mães podem brincar com os filhos ou proporcionar uma Páscoa mais alegre para as crianças carentes.
- Não deixe seu cliente perder este evento. Promova!

Caça aos ovos

- Tem coisa mais especial e animadora do que a caça aos ovos de Páscoa? A ideia é promover um momento especial e divertido para as crianças e a família, onde elas possam brincar, saindo do lugar comum que se tornaram as ações de Páscoa para o varejo.
- O que torna a ação tão divertida são os locais onde os vales-ovinho estarão escondidos. Cada criança pode sair com até três ovinhos.

Lanche coletivo

- Evento em parceria com fornecedores de ovos de chocolate ou brinquedos.
- Promova para os alunos dos anos iniciais (1º ao 5º ano), com a programação iniciando na quinta-feira da semana da Páscoa, um lanche coletivo, entre pais e comunidade carente.
- O objetivo é ensinar a partilhar, aproveitando o espírito da Páscoa. Sua loja será vista com bons olhos.

Celebração mais gostosa

- A época mais doce do ano chegou e, com ela, os melhores sabores para deixar a celebração ainda mais gostosa!
- Para atrair o público e apresentar seus produtos em promoção na Páscoa, faça uma parceria com um fabricante para uma degustação de ovos para os consumidores nas lojas. Isso ajuda a vender mais.
- Faça ações online com divulgação em redes sociais - Twitter e Facebook.
- Use displays de propaganda digital interativa para atrair a atenção dos pequenos.

Festival

- Promova, juntamente com a Associação Comercial ou a Câmara de Dirigentes Lojistas local, um festchoco ou festPáscoa.
- Espetáculos circenses e ilusionistas, desfiles, oficinas de gastronomia característica de Páscoa, oficinas artesanais com reciclados e decorativas. Exposição de ovos, brincadeiras folclóricas.
- Concurso escolar de pintura em cascas de ovos.
- É ótimo para a criançada, mas adultos também encontram espaço na programação.
- É um bom momento para tornar sua loja, a cidade ou o bairro um grande acontecimento.

Gincana

- Promova com as escolas do bairro ou da cidade uma gincana direcionada aos alunos da escola e reúna diversas atividades, como concurso cultural, arrecadação de alimentos e brinquedos, jogos, corrida, bambolê e esportes. Os alimentos e brinquedos arrecadados serão doados a uma instituição de caridade.

- A premiação para a equipe ganhadora poderá contar com apresentações de música e dança, além de reunir antigos alunos na comemoração.

Oficinas de popcakes

(bolinhos no palito, similares a um pirulito)

- Com participação gratuita, porém com a presença dos pais ou responsável no local.
- Um confeitiro, numa cozinha de um clube ou da escola, irá ensinar as crianças, durante a semana da Páscoa, a fazer popcakes que, depois de recheados, confeitados e embalados, podem ser levados para casa pelos pequenos. Podem ainda ser distribuídos no domingo de Páscoa para as instituições como asilos, orfanatos e santas casas.
- É a sua loja fazendo a diferença e ficando na lembrança da garotada.

Importante: em todos os eventos não se esqueça de levar os materiais de divulgação da sua loja e também dos parceiros, como banners, flyers, folhetos, cupons e desconto, etc.





Loja virtual

Existem diversas maneiras eficientes de aumentar a audiência do seu site de e-commerce. As estratégias vão desde melhorar sua posição nos sites de busca até atrair clientes nas redes sociais.

Parcerias estratégicas: um excelente diferencial

Nesta Páscoa, as boas parcerias são formas extras de se ganhar novos clientes. É uma ação extremamente eficaz e de fácil implantação em função da grande conectividade da web.

As parcerias ampliam o alcance da empresa facilitando o acesso a novos mercados. Para isso, é preciso buscar parceiros que ofereçam produtos ou soluções complementares.

Mostre as novidades

Nas datas comemorativas em geral, os usuários são atraídos por novidades, portanto, a sua loja virtual ou seu site de conteúdo ou blog deve, sempre que possível, oferecê-las.

As novidades fornecerão a oportunidade que você precisa para se comunicar com seus usuários, usando as estratégias tradicionais de comunicação como e-mail, o texto no próprio site, vídeos, artigos, entre outros.

Que novidade você está trazendo para esta Páscoa?

Dê um toque inovador no visual de seu site

Tal qual uma loja física, é muito importante fazer mudanças que deem um aspecto de novo ao site. Continuará sendo a mesma loja, porém renovada. O ideal é que as modificações, além de tornar o site mais bonito melhorem de maneira perceptível a experiência de navegação e compra do usuário.

Nesta data, para potencializar o efeito da renovação, apresente novos produtos e promoções que atraiam e estimulem o usuário a realizar a ação desejada.

Palavras-chave

Sites de busca respondem por cerca de 40% do tráfego de lojas virtuais. Na Páscoa, para melhorar sua posição, pense em cinco palavras que os clientes costumam usar para procurar seu produto. Assegure-se de que esses termos aparecem na descrição do item e nas tags relacionadas.

Crie conteúdo

Crie um conteúdo sobre presentes. Se a loja for de vestuário, dê dicas para combinar roupas e publique notícias sobre desfiles de moda.

“É um mundo de conteúdo... se você não está olhando para quem está usando o seu conteúdo, então você está perdendo a oportunidade de interagir com seu público”.

A opinião do cliente é importante

Introduza ferramentas que permitam ao cliente dar sua opinião sobre os produtos oferecidos. Esse tipo de interação faz com que o site seja atualizado mais vezes, o que melhora a sua posição em buscas orgânicas.



Pense em um blog

Em datas comemorativas, um blog bem feito pode fazer maravilhas pela sua audiência.

Poste o link nas redes sociais ou em outros blogs. Os textos devem falar sobre a área de atuação da empresa, sobre novos produtos ou sobre temas relacionados.

Crie um espaço para comentários no final de cada post.

Descreva os produtos

É fundamental que cada produto tenha uma descrição única. Pode ser uma descrição original e divertida, pois isso aumenta sua chance nos mecanismos de busca.

Textos criativos podem fazer toda a diferença para aumentar a audiência do site.

Sites de comparação de preço

Em datas comemorativas, principalmente na Páscoa, um grande número de clientes está em busca de preços menores. Por isso, anunciar nesse tipo de site costuma aumentar, e muito, a audiência da sua loja virtual.

Mostre mais os seus produtos: faça vídeos

Invista em vídeos profissionais, capazes de mostrar as qualidades do seu produto. Peça para os seus fornecedores vídeos prontos onde você tenha a possibilidade de colocar seu link de página.

Além de postar os vídeos no seu site, crie um canal no Youtube e coloque ali todos os vídeos da empresa.



Atendimento

Os 10 princípios que ainda valem:

01 Os clientes são a razão de qualquer negócio. Os clientes são importantes.

02 Faça com que seja fácil comprar: se você já tentou comprar em um lugar e não foi atendido, sabe o que queremos dizer. Se for complicado comprar, as pessoas não voltam.

03 Somente os clientes farão, se você trabalhar corretamente, que os seus lucros ultrapassem os seus custos.

04 Os clientes sabem que a confiança é a base de qualquer relacionamento comercial.

05 Os clientes sempre darão valor às marcas. Bom ou não...

06 A concorrência vai sempre existir. Boa ou ruim... Os clientes sabem disso.

07 Os clientes precisam de um bom motivo para mudar de hábito.

08 Os clientes esperam que você supere sempre as suas expectativas: que efetivamente vá mais além do esperado.

09 O atendimento não deve ser ótimo. Deve ser excepcional.

10 Procure maneiras criativas de pedir a opinião de seus clientes. Pode ser por correio, fax, telefone, e-mail ou pessoalmente. O importante é que o cliente possa expressar a sua satisfação ou reclamar.



Relacionamento

Ferramentas: utilize ferramentas que permitam conhecer a clientela, tanto seu perfil quanto suas necessidades.

Registros: utilize registros que acumulem dados sobre o comportamento do cliente em relação ao produto: o que já comprou, quantas vezes voltou a comprar e avaliação do nível de satisfação do cliente.

Criar vínculos: as empresas, mais que atrair clientes, precisam criar vínculos duradouros e manter os consumidores fiéis para sobreviverem em meio à alta competitividade do mercado.

Fidelização: aposte na fidelização dos clientes, sua empresa não tem absolutamente nada a perder, muito pelo contrário. Qualquer que seja a situação do mercado, com clientes satisfeitos sua empresa será sempre bem vista.

Dê voz ao seu cliente: procure maneiras criativas de pedir a opinião de seus clientes. Pode ser por correio, fax, telefone, e-mail ou pessoalmente. O importante é que o cliente possa expressar a sua satisfação ou reclamar.

Mecanismos: utilize algum mecanismo de contato direto com o cliente e para motivar o acesso e visita à sua loja.

Serviços e orientação: assegure que o cliente obtenha aquilo que deseja, em termos de produtos, serviços e orientação.

Premie seus clientes mais fiéis: clientes querem benefícios. Um agrado pode valer muito mais que um desconto.

Facilite para o cliente comprar. Lembre-se: se for complicado comprar em sua loja, as pessoas não voltarão.

Ouvidoria: utilize mecanismos de ouvidoria, para legitimar queixas e responder às reivindicações.

Unidade Desenvolvimento e Inovação
Autor: José Carmo Vieira de Oliveira - 28/02/2014

Quer saber mais? Acesse: <http://sebr.ae/sp/vendamelhor> | <http://sebr.ae/sp/InovaLoja>

0800 570 0800

www.sebraesp.com.br

facebook.com/sebraesp

twitter.com/sebraesp

flickr.com/sebraesp

youtube.com/sebraesaopaulo

