

Congresso Consumidor Moderno

CEMMEG

de Crédito, Cobrança
e Meios de Pagamento

*A criatividade brasileira
fazendo a diferença*



Hotel Transamérica
São Paulo
15 e 16 de abril
2009

CARTÃO DE CRÉDITO: EQUAÇÃO VENDAS X CUSTOS

Cenário

□ 2.000

- Dispersão
- Poucos Compradores
- Regulação sob Controle

□ 2.009

- Concentração
- Poucos Fornecedores
- Regulação (qual o próximo passo?)

Overview

Inteligência Logística

Inteligência Pessoas

Tele

Mala
SMS
Email

Canais
Próprios

Logística

- **Melhor combinação de canais**
 - Custo x Eficiência
- **Melhor utilização DB**
 - Propensão por canal x Ativação
- **Disciplina Testes**

Logística

□ Remuneração

- Modelo Lucratividade Fornecedores
 - Concentrados
 - Remuneração Acionista
- Qual o melhor modelo para o cliente e para o fornecedor?

□ Estimular concorrência saudável

- Comparação
- Análise “Ofensores “

Pessoas

□ **Implantação do Tripé**

- Motivação
- Capacitação/Desenvolvimento
- Qualidade

Motivação

- **Campanhas Ad Hoc**
- **Campanhas Posicionamento**
- **Gospel**

Capacitação/Desenvolvimento

- **Identificar elo chave na cadeia**
 - Turn-over
 - Capacidade
 - Desenvolvimento de talentos
- **Criar capacidade multiplicação**

Qualidade

- **Vendedor é a voz da empresa**
 - Continuidade da comunicação

- **Monitorias**
 - Balanço
 - On line – off line
 - Qualidade x Conteúdo

- **Avaliações Gerenciais de Equipes**

Conclusão

□ **Desafios**

- Regulação
- Fornecedores
- Mão de Obra
- Percepção Negativa

□ **Há luz no fim do túnel**

OBRIGADO!!!

Claudio Junqueira Vilela

REALIZAÇÃO

CONSUMIDOR
MODERNO

CONSUMIDOR | **NO VAREJO**
O tempo brasileiro pede uma revolta assim.

padrão  eventos

11 3125-2244

www.ccmcc.com.br

www.gpadrao.com.br