

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

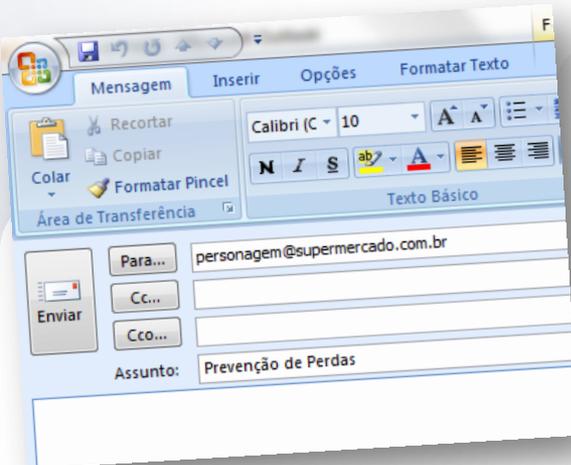


- Slogan
- Personagem

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

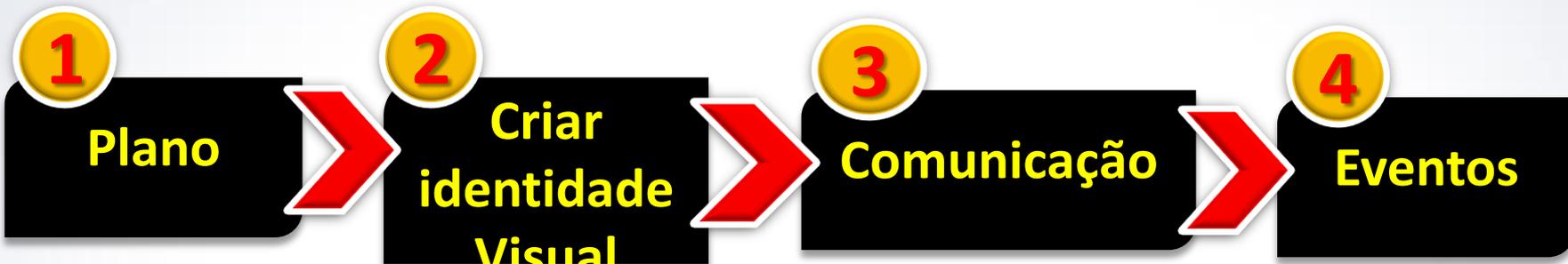


Banner



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



Campanha de Prevenção de Perdas



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.



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





1





Sabor & Saber



Nº 00 | Junho | 2013

agenda cultural

Os meses de julho está aí, e muitas pessoas já fazem planos para as férias do meio do ano. Litoral e Interior são os destinos mais procurados por quem vai viajar. Quem não pretende deixar a capital poderá se programar para as diversas atrações em cartaz por toda a cidade, muitas delas gratuitas. Também não raram opções de atividades para as crianças.

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; skillup - com valor agregado; retenção do cliente. Foco em resultados: maior taxa com menor redução de desperdício; aumento de produtividade. Cadeia produtiva - trabalho em equipe; espírito empreendedor; otimismo; inovação; clareza e direção; liderança; liderança. Para 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 sorteio escolherá os três melhores casos, que serão premiados com o certificado nível 3 e uma grande de valor. 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.

Curta 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.

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

Área reservada para Prevenção de Perdas

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.

twitter  Siga-nos: @psensomatic

caixa de sugestões

workshops

7 heteria

Papel para bandeja

Divulgação resultados

➤ **Transparência**

Campanha de Prevenção de Perdas



Obrigado!

Carlos Eduardo Santos

Diretor de Marketing, Soluções e
Store Performance

Plastrom Sensormatic.

cesantos@sensorbrasil.com.br

(11) 9 89376752

Agradecimento especial :

RTC Consultoria

**Desenvolvimento da
Campanha “Olho Vivo”**

