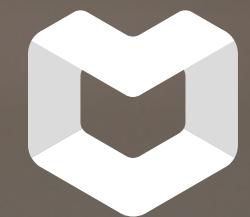


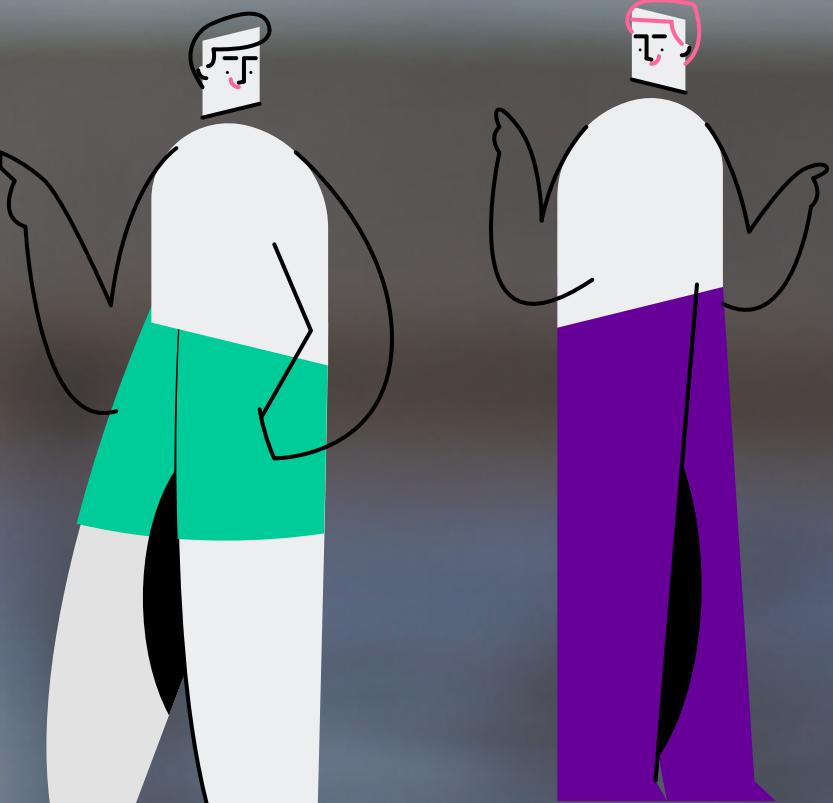
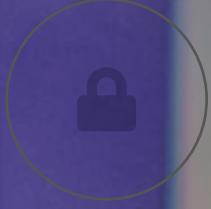


O ciclo de
fracasso do
seu posto

The text "O ciclo de fracasso do seu posto" is displayed in white and dark gray font. The word "fracasso" is crossed out with a thick purple diagonal line. The background is a blurred photograph of a gas station.



Meu Posto



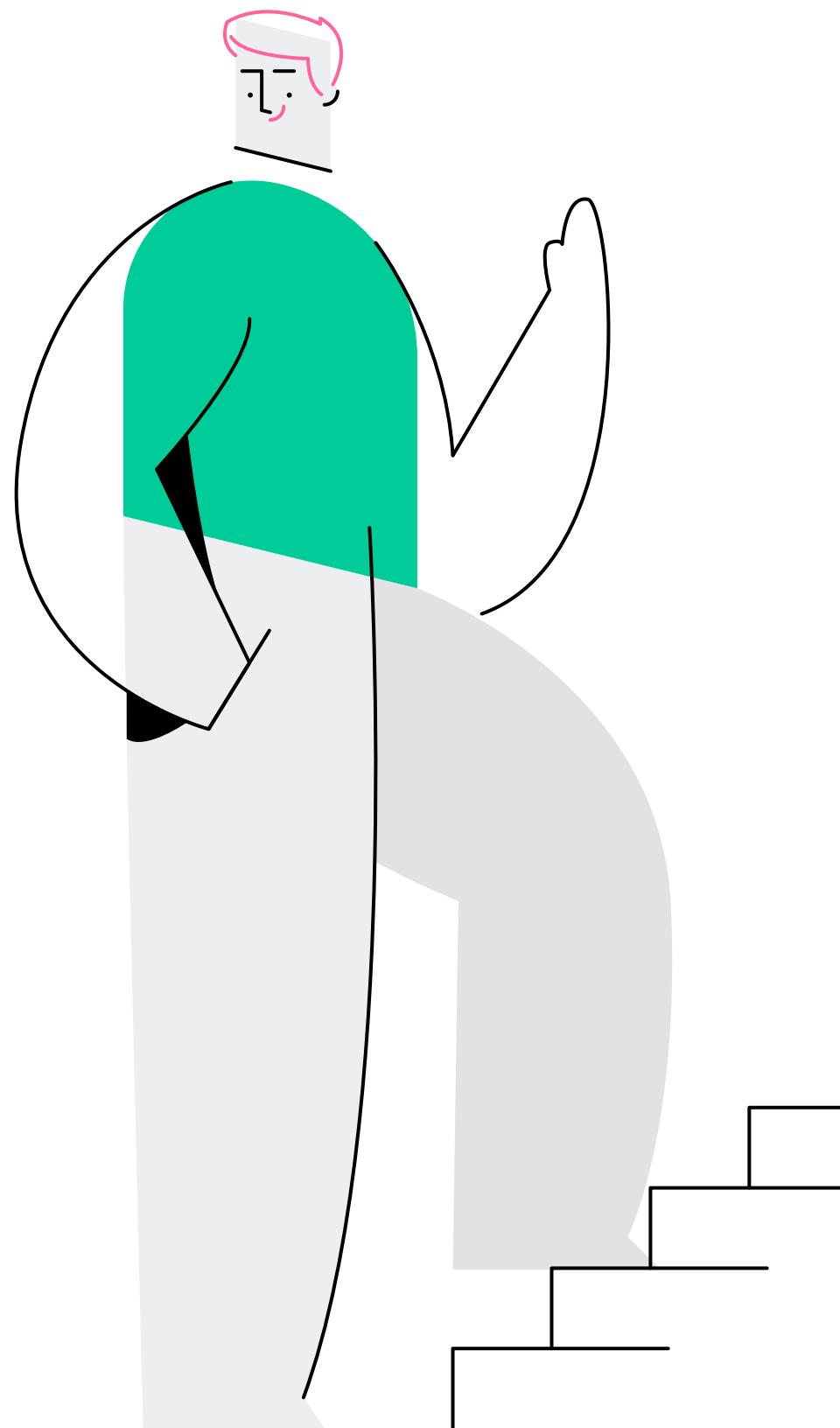


**Você já parou pra analisar
como anda o funcionamento do
seu posto?**

**E principalmente, onde
estão os erros cometidos?**

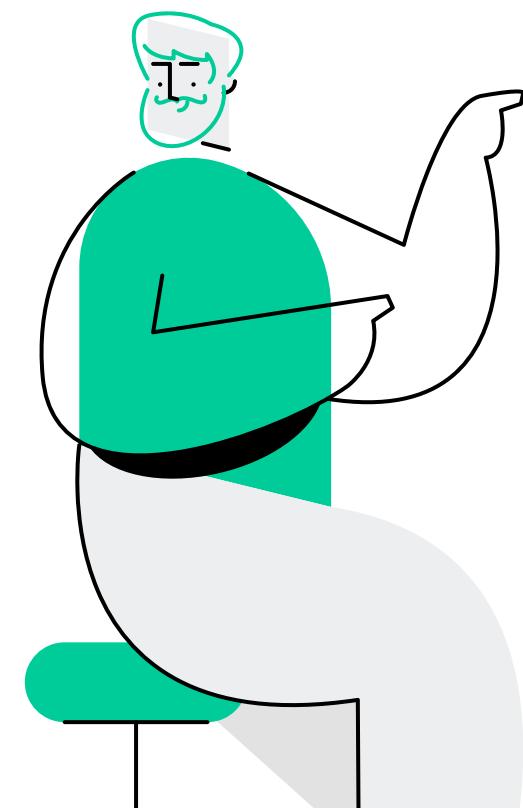
Geralmente o fracasso vem de uma sucessão de pequenos erros. Nessa cartilha, apresentamos os deslizes mais frequentes que podem por tudo a perder e o que fazer para evitar.

Vamos lá!



Deixar o cliente esperando

O cliente resolveu passar no posto para abastecer e se depara com uma fila de espera. Quando chega a vez dele, o frentista ainda leva um tempo para aparecer. Ele até queria passar na conveniência, mas viu que falta vaga de estacionamento e lá tem muita gente pra ser atendida. Por um lado, é bom ver o posto cheio, mas por outro, a experiência dos clientes com a desorganização não será das melhores.



O que fazer

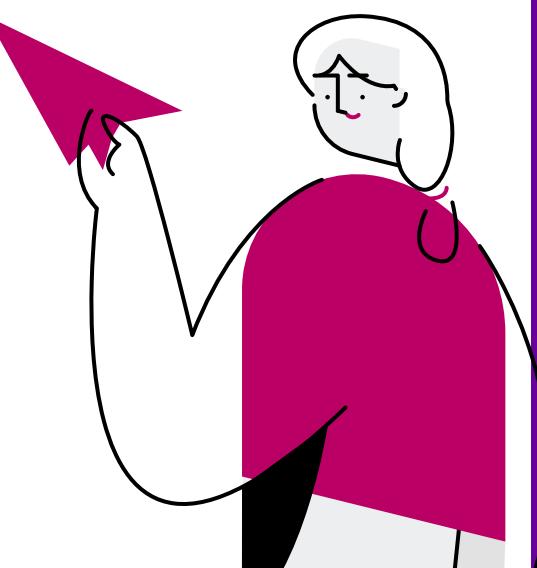
Organize o ambiente e o fluxo de clientes. Crie alternativas para otimizar esse tempo de espera. Se for na pista, ofereça algum serviço como limpeza do para-brisa ou checagem do óleo. Mantenha os frentistas bem treinados para atenderem prontamente. Se o problema for falta de pessoal, vale sim contratar novos funcionários.

Também vale investir em vagas de estacionamento. Em alguns lugares, o pagamento do combustível acontece na pista para evitar filas nos estabelecimentos. Posto de gasolina é um local de passagem, com alta rotatividade, por isso é tão importante realizar um atendimento rápido e eficiente.

?

Má divulgação das promoções

Os postos geralmente estão situados em ruas movimentadas porque precisam atrair os motoristas, certo? Agora imagine o campo de visão do motorista como é limitado tanto por conta da velocidade do veículo quanto à atenção que precisa dar ao trânsito. Se no seu posto não há uma boa sinalização dos preços e promoções e também não há divulgação nas redes sociais, como as pessoas vão saber das ofertas?



O que fazer

Já dizia aquele velho ditado que a propaganda é a alma do negócio e hoje em dia contamos com dois meios de divulgação: as mídias offline e online. A mídia offline consiste naqueles materiais que costumam estar no espaço físico como cartaz, faixa, topo de bomba, folder e brindes, como também em outros meios tipo outdoor, jornal, revista e televisão.

Os postos costumam fazer muito uso do espaço físico para divulgar suas ofertas. A utilização de materiais personalizados e que chamem a atenção, além do trabalho da equipe de pista na divulgação, geram resultados positivos.

Já a mídia online faz uso da internet por meio das redes sociais, emails e notificações. Ela é eficaz porque pode atingir o seu cliente a qualquer momento e independente de onde ele esteja. Se você ainda não criou alguma página no Facebook ou Instagram, a hora é agora.

3

Manter o foco na concorrência

Você é do tipo que costuma achar que a grama do vizinho é sempre mais verde? É normal ter aquela impressão que as estratégias usadas pela concorrência são as melhores, os preços mais competitivos e o espaço físico mais atrativo. Então como fazer para que o seu posto seja melhor e atraia os clientes do concorrente? Talvez o erro seja justamente em se preocupar mais com os outros do que consigo mesmo.

O que fazer

Claro que é importante ter conhecimento do mercado e saber como a concorrência está agindo, principalmente em momentos de crise, pois ajuda a dar um norte. Mas pense que cada estabelecimento funciona de um jeito, então você precisa focar no que o seu posto tem a oferecer e no que ele pode melhorar baseado no seu próprio modelo de gestão, suas metas e resultados esperados. Personalize suas campanhas e vá acompanhando os resultados pra ver o que está funcionando ou não. Nem sempre a estratégia utilizada por muitos é a melhor ou vai surtir o mesmo efeito no seu posto.

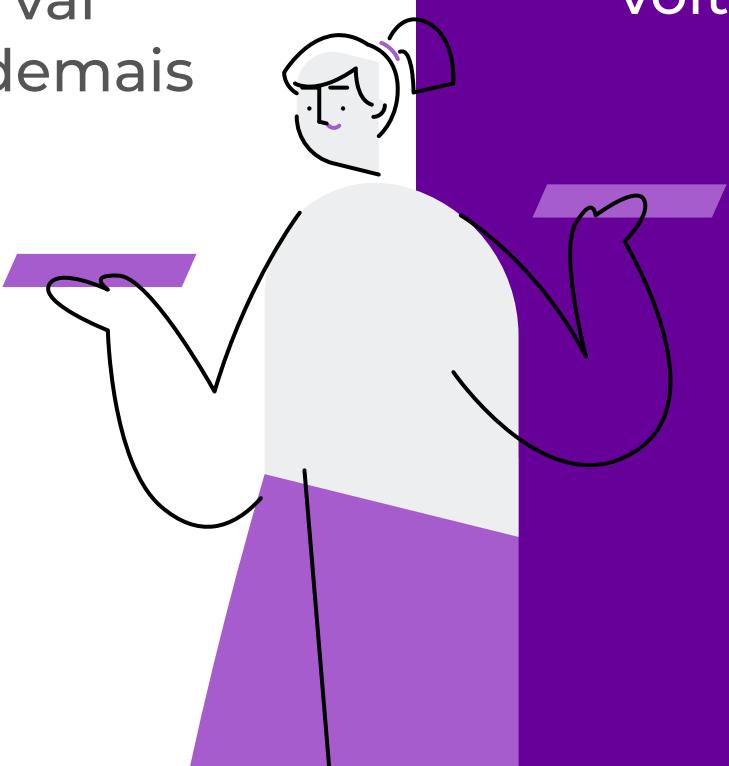


4 Achar que o cliente só quer saber de preço

A experiência do consumidor está muito pautada nos preços. Existe toda uma pesquisa em saber qual lugar a gasolina está mais em conta ou onde oferece desconto e aí muitos revendedores passam a acreditar que é isso o grande chamariz da clientela. Mas é nesse achismo que mora o perigo. Claro que o preço tem sua importância, mas todo estabelecimento pode oferecer um valor justo ou um desconto. Agora, o que vai fazer o seu posto ser diferente dos demais é a grande sacada.

O que fazer

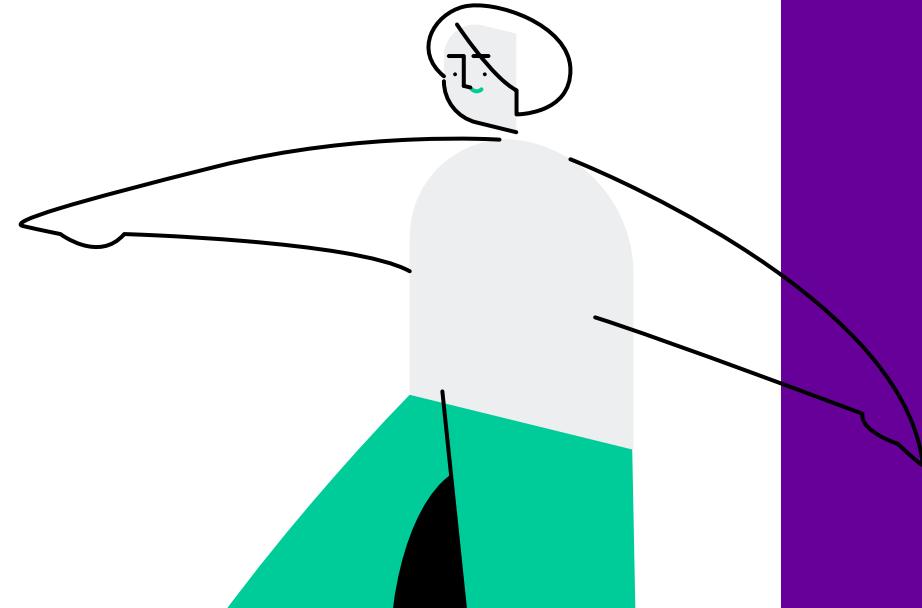
Pense na experiência do cliente. Imagine ele saindo de mais um dia exaustivo de trabalho, com o trânsito caótico e ainda tendo que parar pra abastecer antes de chegar em casa. Num cenário desses pesa bastante um bom atendimento, oferecer produtos de qualidade e serviços diversificados. A “obrigação” em passar no posto vira um momento agradável, sem chateações e que certamente vai gerar um feedback positivo ao cliente que da próxima vez não pensará duas vezes em voltar para abastecer ou até usufruir outro serviço.



5

Não investir na sua equipe

Seu posto está na melhor localização da cidade, é amplo, iluminado, seguro, com uma conveniência bem abastecida, diversos serviços de mecânica, ofertas o tempo inteiro, mas os funcionários estão constantemente de mau humor ou não conseguem atender às necessidades dos clientes, deixando-os sempre frustrados a ponto de não retornarem. De que vale tanto investimento em infra-estrutura se a equipe não tem motivação para trabalhar? É preciso haver um equilíbrio entre as duas partes.



O que fazer

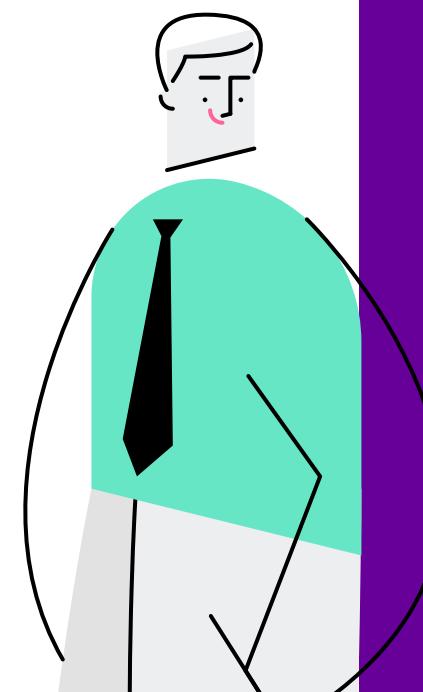
Funcionários felizes geram clientes satisfeitos. Invista no seu pessoal com treinamentos para eles aprimorarem as habilidades no atendimento, ofereça um ambiente de trabalho saudável com ambientes limpos, confortáveis e que haja respeito entre os colegas. Também dê espaço para que eles possam expressar suas opiniões e fique atento principalmente às suas dores e necessidades, eles podem perceber deficiências que para você passam despercebido.

E claro, motive a proatividade com reconhecimento e bonificações, evitando um clima de competitividade hostil entre os membros da equipe, mas situações em que todos possam ser beneficiados pelos esforços individuais e coletivos. Tudo isso será refletido na forma como eles trabalham e na boa interação com os clientes.

6

Falta de diálogo com os funcionários e clientes

Você está sempre muito ocupado, com várias coisas a fazer ao mesmo tempo. Quando vai ao posto é para resolver algum imbróglio e mal consegue interagir com a sua equipe, quem dirá com os clientes. É bom arranjar um tempinho se quiser que as coisas corram bem no seu posto, pois é no feedback que você pode colher as informações mais preciosas para gerir seu posto do jeito certo.

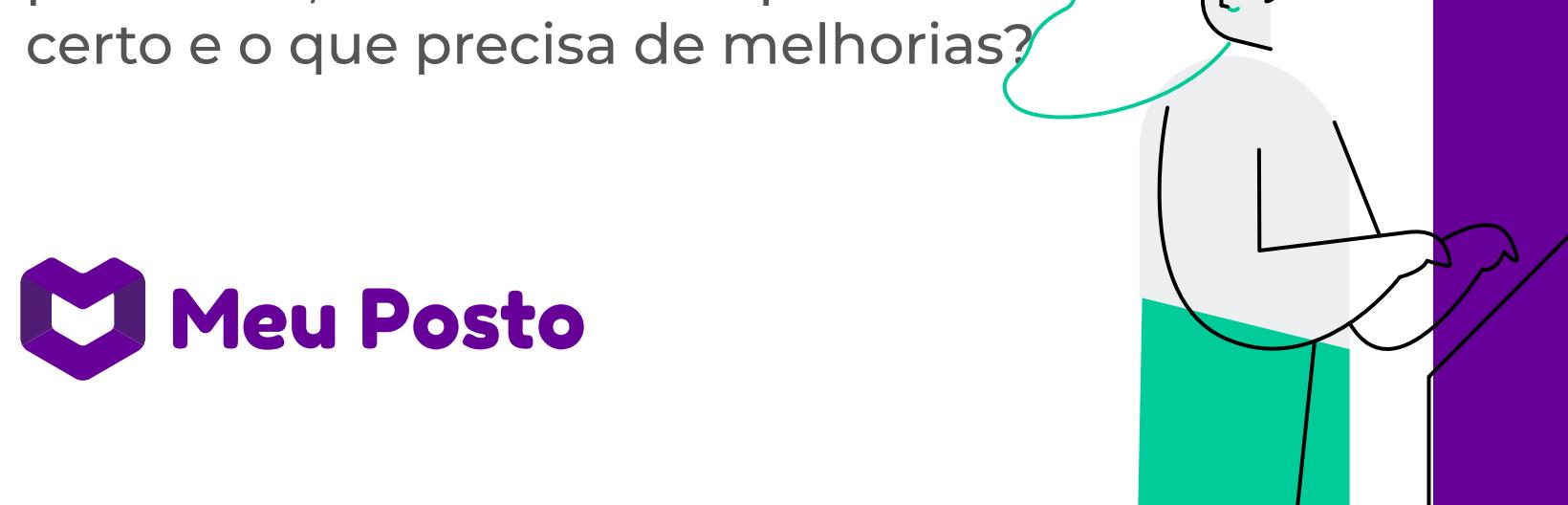


O que fazer

Faça disso uma tarefa. Arranje um momento para se reunir com a equipe, permita que eles falem abertamente sobre os prós e contras das suas funções, realize pesquisa de satisfação e incentive que eles ajudem a encontrar soluções. O mesmo vale para os clientes. Quando estiver no posto, entre em contato com eles, analise suas impressões e queixas. Também vale realizar ações de pós-venda como questionários através de email ou telefonema. Se tiver site ou redes sociais, crie um canal direto para que esse diálogo possa ocorrer. Você obterá resultados a partir de dois pontos de vista: da sua equipe e dos seus clientes. As chances de erro são mínimas.

7 Não acompanhar de perto os resultados do posto

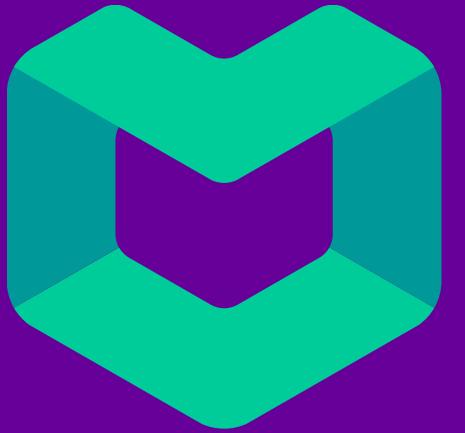
Claro que ninguém é obrigado a saber de tudo. Você pode muito bem contar com a ajuda de profissionais responsáveis por cada setor do seu posto, mas como gestor, é importante que tenha conhecimento do que está acontecendo na pista, serviços, finanças e no que mais ocorrer. De certo, sabemos que para saber como gerir é preciso saber como seu posto funciona. E se você não acompanha todos os processos, como saber o que está dando certo e o que precisa de melhorias?



O que fazer

Sabia que há um jeito bem simples de compilar todos os resultados numa linguagem fácil, segura e com margem de erro praticamente nula? O Meu Posto oferece o Dashboard, um sistema que reúne todas as informações do seu posto através de gráficos, tabelas e porcentagens para facilitar a análise de resultado. Além de dados sobre quantidade de abastecimentos, atividade dos frentistas e produtos/serviços utilizados, você também consegue segmentar o perfil dos seus clientes, o que ajuda a fazer estratégias de comunicação personalizadas de acordo com o interesse de cada um. Com uma ferramenta dessas, você não perde nenhum detalhe e ainda com a praticidade de ter tudo reunido numa só ferramenta, poupando tempo e dinheiro.

E não é só isso que o **Meu Posto** faz. Temos o time de implementação da **Jornada de Sucesso** que ajuda no treinamento da sua equipe de pista e cuida dos materiais de mídias. Além disso, você pode contar com as **facilidades** em divulgar ofertas online e criar um **canal de aproximação** com o seu cliente. Você já sabe o que pode causar o fracasso do seu posto e que para todo problema há uma solução. Faça parte do Meu Posto e tenha um **aliado para o seu sucesso** que cabe na palma da mão e ajuda no seu bolso.



Meu Posto

www.meuposto.app

 [@meupostoapp](https://www.instagram.com/meupostoapp)

Para mais informações, acesse o nosso site ou entre em contato com a gente, com o Meu Posto você só tem a ganhar!