



SIS
CONTROLADORAS

COMO EXPANDIR A SUA CONTROLADORA DE PRAGAS

INTRODUÇÃO

Expandir o seu negócio e aumentar os lucros é algo que está nos planos de qualquer empresário, afinal, para ter uma empresa bem-sucedida, é necessário faturar cada vez mais. No entanto, isso só é possível para as empresas que buscam aprimorar seus produtos e serviços, melhorar o atendimento e se aproximar dos seus potenciais clientes. Quando se pensa no crescimento de uma empresa, sempre surgem muitas dúvidas que podem levar até os empreendedores mais experientes a terem insegurança.

Uma das dúvidas mais frequentes que atormentam tanto os pequenos quanto os grandes empresários é: “será que esta é a hora certa para expandir a minha empresa”?

E não é à toa. Afinal, para viabilizar esse crescimento é preciso tomar diversas decisões e se cercar de muitos cuidados para não arriscar o futuro do seu empreendimento. O principal deles é conhecer bem o seu mercado, identificar novas oportunidades e, depois disso, seguir um planejamento detalhado.

Este conteúdo aborda tudo o que você precisa saber para ampliar o número de clientes e a receita da sua controladora de pragas.

VEJA SÓ O QUE VOCÊ VAI ENCONTRAR AQUI →

- **Como saber se é o momento certo para crescer?**
- **Quais as formas de expansão existentes no mercado?**
- **Quais as precauções que devem ser tomadas antes de iniciar um projeto de expansão?**
- **O que fazer para colocá-lo em prática?**
- **E depois?**

Curioso para saber mais? **Continue a leitura!**

Como saber o momento certo para expandir?

A seguir, falamos sobre alguns fatores que vão ajudá-lo a identificar se está mesmo na hora de expandir sua controladora de pragas.





Identificação de novas oportunidades no mercado

O mercado está em constante transformação, portanto, independentemente do segmento em que sua empresa atua, é necessário manter-se sempre atualizado com relação ao cenário político e econômico do país, fatores que podem impactar diretamente o seu negócio. Num ambiente dinâmico como é o mundo dos negócios, informação é tudo.

Por exemplo, em um momento de crise econômica, é preciso ter cautela ao fazer planos de expansão, pois, dependendo do nível do investimento, pode ser que você demore muito para recuperar o capital investido — ou, na pior das hipóteses, não consiga recuperá-lo —, o que pode levá-lo à falência.

Por outro lado, sempre podem surgir novas demandas de mercado, e sua empresa deve estar preparada para atendê-las antes da concorrência. Assim, você terá um diferencial competitivo e isso favorecerá o crescimento da sua controladora de pragas.

Pesquisa de mercado

Você pode até conseguir identificar tais oportunidades sem um grande esforço, simplesmente conhecendo a fundo o mercado de controle de pragas, mas, para saber se é realmente a hora certa para expandir a atuação de sua empresa e onde, não há nada mais eficaz do que uma boa pesquisa de mercado. A pesquisa poderá ajudá-lo a mapear não apenas as novas necessidades dos seus clientes, mas também quais as regiões mais propícias para abrir novas filiais da sua controladora de pragas. Recomendamos que você contrate uma empresa especializada nesse trabalho, que é complexo e demanda algum tempo. A pesquisa de mercado geralmente é feita por consultorias. Outro item que pode te ajudar a aumentar a sua base de clientes e crescer no mercado é investir na fidelização de clientes. Vamos explicar melhor como isso deve ser feito no próximo item.





Fidelização de clientes

Muitos empresários ainda pensam que, para fidelizar um cliente, basta prestar bons serviços, mas isso é apenas o básico. Para um cliente que procura um serviço de controle de pragas, o mínimo esperado é obter uma dedetização eficaz que resulte no total desaparecimento de roedores e insetos com segurança, não é mesmo? No entanto, o trabalho da sua equipe não deve acabar aí.

O que isso significa? Que a satisfação vai muito além de prestar bons serviços. É preciso manter contato com seus clientes constantemente, o que só é possível se a empresa tiver uma base atualizada com telefones, emails e dados pessoais dos clientes (pessoas físicas ou jurídicas).

Uma das ações mais importantes para fidelizar clientes é enviar uma pesquisa de satisfação após a finalização dos serviços, com o objetivo de avaliar o nível de qualidade do trabalho. Como está o atendimento dos funcionários e o que pode ser melhorado no processo, que vai desde a contratação até a efetivação dos serviços. A opinião do cliente é a chave para identificar problemas na operação e buscar soluções, com o intuito de aprimorar processos e elevar a qualidade dos serviços. Além disso, toda empresa que se preocupa com a satisfação dos seus consumidores tende a ser mais reconhecida e valorizada no mercado, o que é fundamental para fidelizar e conquistar mais clientes.



Analise a situação financeira da empresa

Como administrador, você já sabe que é preciso ter um bom controle financeiro para crescer, porém, vale reforçar esse tópico, porque, sem isso, qualquer planejamento será em vão.

Certamente, o lucro é um indicador muito importante que mostra se sua empresa está preparada – ou não – para crescer. Por isso, é fundamental avaliar e acompanhar a lucratividade da companhia nos últimos 12 meses.

Outra questão é calcular quanto será preciso investir para a expansão do negócio. Na dúvida, contrate uma auditoria, que poderá realizar todos os procedimentos necessários, indicando o melhor caminho para um crescimento sustentável da sua controladora de pragas.



Conheça bem seus concorrentes

O serviço de controle de pragas não é exatamente uma novidade, portanto, para crescer neste mercado, é preciso enfrentar uma grande concorrência. Pense no que você pode oferecer ao cliente além daquilo que as outras controladoras já oferecem. Diferenciar-se da concorrência é fundamental para sair na frente!



Aumento da demanda

Os pedidos de orçamento aumentaram nos últimos tempos? Isso pode ser um sinal de que, de fato, é hora de ampliar a sua atuação no mercado. Mas preste bem atenção, pois o negócio de controle de pragas conta também com a questão da sazonalidade.

Por exemplo, há determinadas estações do ano em que as pragas urbanas costumam aparecer com mais frequência, como no verão ou num período de chuvas mais intenso, sendo esta uma boa época para investir e atrair mais clientes.

Outro ponto que deve ser considerado é a sua região. Se sua empresa está situada numa área rural, há grandes chances de sua demanda ser mais alta devido à incidência de insetos e roedores em locais de mata fechada — apesar de a população ser menor nesses locais.

Em suma, analisando o mercado, o cenário econômico, a localização e outras variáveis que citamos acima, você saberá se realmente é a hora de dar os próximos passos para o crescimento do seu negócio ou se é melhor esperar mais um pouco.

Entenda que, para crescer de forma adequada — sem riscos —, o importante é manter os pés no chão e agir de acordo com as suas condições. Você não precisa promover grandes mudanças sem ter o capital necessário, e nem endividar-se para fazer sua empresa crescer. Com pequenas melhorias nos processos e na apresentação dos serviços, você já poderá ter bons resultados na qualidade e, conseqüentemente, no caixa da empresa! Mas, caso você chegue à conclusão de que a empresa realmente tem condições de crescer, a próxima etapa é definir de que forma essa expansão será realizada.

No próximo tópico, vamos conhecer algumas alternativas para a expansão da sua empresa de controle de pragas

Principais formas de expansão

A abertura de novos pontos de venda ou escritórios não é a única maneira de concretizar o crescimento de uma empresa. Neste tópico, vamos explorar esta e outras modalidades de expansão.



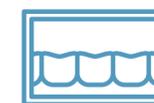


Aumentar o mix de produtos

Uma das estratégias mais utilizadas para aumentar as vendas é ampliar o seu mix de produtos, ou seja, oferecer mais itens além da dedetização, que é o carro-chefe da empresa. Dessa forma, é possível agregar mais valor aos seus serviços e aumentar a satisfação do cliente, e você pode aumentar também o valor da sua oferta. Algumas opções para ampliar o portfólio (ou mix) de produtos de uma empresa de controle de pragas são as seguintes:



Serviços de
encanamento e
saneamento



Lavagem de tapetes, estofados e
acessórios de decoração, como cortinas,
colchas e edredons.



Limpeza da caixa
d'água



Abrir outras unidades

Se sua intenção é ir mais além, você pode considerar a abertura de uma nova unidade da sua empresa. Essa opção requer um planejamento ainda maior, a partir de pesquisa de mercado e a escolha de um ponto comercial com localização estratégica, compra de novos equipamentos e instalações, entre outros.

Lembre-se que abrir uma filial é como abrir uma empresa do “zero”, portanto, tem um custo alto.

Montar uma franquia

Transformar a empresa em franquia é uma opção válida para quem já tem uma marca consolidada no mercado, bem como uma carteira de clientes bem construída, e pretende levar seus serviços para outras localidades. Por meio da franquia, você pode escalar o negócio e aumentar bastante o faturamento, porém, também requer um investimento bem mais agressivo e uma orientação especializada.

Explorar outros mercados

Esse item é parecido com o mix de produtos, mas não é a mesma coisa. Trata-se de uma outra maneira de diversificar sua oferta. Você pode incrementar suas vendas oferecendo serviços de lavagem de automóveis, por exemplo. Tudo vai depender da expertise da empresa e da preparação dos funcionários para o oferecimento de novos serviços.

Aumentar o número de funcionários

Quando sua demanda está além da capacidade atual, não há outra alternativa senão contratar novos funcionários, portanto esse é um sinal claro de que sua empresa está crescendo.

Efetuar fusões ou aquisições de empresas do mesmo ramo

Fusões e aquisições são operações realizadas entre grandes empresas, a fim de ampliar sua participação no mercado e diminuir a concorrência.

Embora sejam muito parecidas, essas transações possuem características diferentes. Saiba a diferença entre elas:

FUSÃO

Ocorre quando a empresa compradora elimina a marca e a identidade da empresa que foi comprada, e apenas ela permanece no mercado.

X

AQUISIÇÃO

É quando há a união das empresas, mas elas continuam operando normalmente, com marcas e estruturas separadas.



Como saber qual é o modelo ideal de expansão para sua controladora?

A resposta a essa questão vai depender muito do porte da sua empresa, das suas metas a médio e longo prazos e, principalmente, do capital que disponível para investir.

Conforme salientamos antes, algumas das alternativas mencionadas pedem um aporte maior de dinheiro. Outras necessitam apenas de mudanças nos processos internos, o que vai demandar modernização de sistemas, equipamentos e coisas mais simples.

Para tomar uma decisão acertada, só mesmo fazendo uma análise criteriosa da sua situação financeira e do mercado como um todo.



SIS
CONTROLADORAS

Como organizar sua controladora para a expansão

Qualquer plano de crescimento, seja grande ou pequeno, tem um processo que deve ser seguido à risca para que dê tudo certo. É hora de preparar sua organização para crescer, mas como? Confira as etapas a seguir!



Organize suas finanças

Todo bom empreendedor sabe que é inviável crescer se você fizer o controle de suas finanças de forma amadora. E a boa notícia é que há uma infinidade de softwares e aplicativos que facilitam muito esse trabalho hoje em dia.

Modernize e automatize as tarefas burocráticas

Basta escolher a tecnologia que melhor se adequa à realidade da sua empresa — aqui também vale fazer uma pesquisa detalhada para conhecer as funcionalidades e os custos de cada ferramenta, tendo em mente que a automatização das tarefas relacionadas à área financeira é totalmente possível — e até indispensável.

Com a automatização de tarefas, você não precisará mais se preocupar com as datas de vencimento das contas a pagar, pois o sistema vai controlar e efetuar os pagamentos automaticamente.

Outra vantagem do uso da tecnologia é obter relatórios atualizados em tempo real a partir de qualquer dispositivo eletrônico — sem precisar estar em seu escritório.

Mas a tecnologia não serve apenas para controlar as tarefas financeiras.

Ela também pode ajudá-lo a fazer o agendamento de visitas nos clientes e delegar funções à sua equipe. Dessa forma, tudo fica documentado em um só lugar e todos podem fazer o acompanhamento dos processos de forma prática e segura, não havendo risco de perder prazos ou simplesmente esquecer de um horário agendado.

É claro que, para que a tecnologia funcione, é necessário uma interferência humana, estabelecendo um processo para registrar as tarefas a serem realizadas, assim como as receitas, despesas, investimentos, cadastro de clientes, pedidos de orçamento etc. Mas, com a ajuda de um sistema automatizado, sua equipe perderá muito menos tempo em tarefas burocráticas e poderá dedicar-se a atividades mais estratégicas, como acompanhamento de resultados, relacionamento com clientes etc.

Deixamos claro, também, que, ter um controle financeiro automatizado não dispensa a presença de um bom contador para dar suporte com balancetes, relatórios financeiros, avaliação do patrimônio da empresa, pagamentos de fornecedores, tributos etc. Afinal, quando o assunto é a saúde financeira da sua empresa, não dá para se descuidar!



Invista em uma equipe qualificada

Para dar conta de tudo isso, não basta contratar mais funcionários. É imprescindível a contratação de pessoas capacitadas, tanto a equipe responsável pela execução dos serviços externos e o contato com os clientes, quanto os que atuam nas áreas internas da empresa.

Para isso, revise sua estrutura atual e defina se ela será mantida ou alterada. Quais áreas vão precisar de reforço? Administrativa, atendimento, suporte ao cliente, TI etc.

Se pretende criar uma nova área (marketing, por exemplo), você precisará conhecer as atribuições dos profissionais e definir as funções que são mais importantes para sua empresa.

Recomenda-se ter um profissional de Recursos Humanos para auxiliá-lo na contratação e gestão de pessoas, porém, se não quiser ou não puder no momento, pode terceirizar este trabalho, contratando uma consultoria especializada.

É importante também que todos os novos colaboradores tenham acesso a treinamento e equipamentos de segurança individual (conforme a sua função), para o manejo das máquinas e componentes químicos específicos, que, se não for feito da maneira correta, pode oferecer danos à saúde do colaborador.

Estabeleça metas e objetivos

O seu plano de expansão deve conter metas e objetivos claros e específicos, não devendo ser confundido com as metas gerais do negócio — estabelecidas quando sua empresa foi criada. Além disso, sempre é bom lembrar que, na administração, os conceitos de meta e objetivo têm definições distintas:

Objetivo: é a definição do que você pretende fazer: ex: comprar dois carros.

Meta: é a definição de como você vai fazer isso.

Uma das formas de definir uma meta sem dificuldade é aplicando a metodologia SMART. Você já ouviu falar dela? A metodologia SMART, que significa “esperto” em inglês, é baseada numa fórmula simples, que diz que uma meta deve ser:



Para transformar um objetivo em uma meta de negócio, primeiramente, você precisa especificar o que deve ser feito, quanto e em quanto tempo.

Depois, saber se ela é realmente relevante para o seu projeto e se é atingível, ou seja, se é possível realizá-la dentro do prazo estipulado.

Veja o exemplo do objetivo anterior transformado em uma meta SMART:

Comprar mais 2 carros em 6 meses, porque é preciso aumentar a frota de veículos da empresa para ampliar a capacidade de atendimento.

No exemplo acima, temos uma meta possível que informa o quanto (dois carros), com prazo (6 meses) e o porquê ela é relevante para a empresa (ampliar a capacidade de atendimento).

Viu como é fácil? Estabelecendo as metas dessa forma, você tem mais chances de ter sucesso no seu projeto!

Colocando em prática – etapas para expansão

À esta altura, você já tem tudo o que é necessário para dar início ao projeto de expansão da sua controladora de pragas. Mas, embora a ansiedade seja grande, ainda falta revisar detalhes muito importantes para colocá-lo em prática.

Vamos a eles →



SIS
CONTROLADORAS



Revisão do plano de negócios

Lembra quando dissemos que aumentar a empresa seria como criar um negócio do zero? Era sobre isso que estávamos falando. Você terá que revisar todo o seu plano de negócios e construir outro específico para o modelo de expansão escolhido. Se for uma nova filial, precisa considerar as características do local, da população e a definição de metas específicas, como falamos há pouco.

Planejamento financeiro

O planejamento financeiro é uma prioridade, já que sem ele, não há como fazer os investimentos necessários. Nesse momento, você já deve ter em mente a quantia exata que precisa para a realização do seu projeto e ter a certeza de que o dinheiro estará disponível na hora certa, caso contrário, dê um passo atrás e faça as contas.





Investimento em marketing para atrair clientes

Seja qual for a forma de expansão escolhida, é preciso reservar uma boa quantia para promover seus serviços por meio de propaganda online ou offline, como revistas, jornais locais, panfletos etc.

As formas de divulgação mais adequadas também vão depender muito do seu público-alvo e da localização da sua controladora de pragas, porém, atualmente, a forma mais efetiva de ampliar o alcance das suas ações de marketing sem gastar muito é utilizando os canais digitais.

Assim, para aumentar a sua presença no mercado, você precisa de um website bem estruturado e otimizado para os mecanismos de busca, gerando conteúdo relevante sobre os seus serviços.

Além disso, a presença nas redes sociais, como Facebook e Instagram, é fundamental para que sua empresa ganhe mais visibilidade e possa atrair consumidores. Pensando nisso, existem inúmeras estratégias de marketing digital que podem ser utilizadas para atrair e fidelizar clientes.

Listamos algumas para você conferir →

Blog

Crie um blog corporativo com posts semanais sobre temas relacionados ao serviço de controle de pragas, sempre com o objetivo de educar e auxiliar as pessoas que buscam contratá-lo. Ter um blog é essencial para ser ranqueado nos mecanismos de busca, porém é importante que ele seja constantemente atualizado.

Links patrocinados

Um link patrocinado nada mais é do que um anúncio nas páginas de busca. Com essa tática, a página da sua empresa vai aparecer no topo das buscas sem que você precise produzir conteúdo para o blog. O anúncio deve ter prazo pré-determinado (de acordo com a quantia investida na campanha), que não possui valor fixo, mas convém separar uma boa quantia para que seu anúncio dê o retorno esperado.

Anúncios no Facebook e Instagram

Segue a mesma lógica do item anterior, a diferença é que ele fica restrito às redes sociais.

Funil de vendas

Este é um sistema que está relacionado à captação de clientes. Quando um visitante acessa seu blog, ele deve ser direcionado à uma ação, que pode ser o cadastro de e-mail para receber a newsletter da sua empresa, por exemplo. É a partir desse momento que você começa a “filtrar” os visitantes que podem ou não vir a se tornar clientes e educá-los sobre seus serviços, formando, assim, uma base de potenciais clientes – conhecidos como leads.

E-mail marketing / Newsletters

O e-mail ainda é a principal ferramenta utilizada para a comunicação com os potenciais clientes por ser um formato que possibilita a comunicação direta. Note que o conteúdo enviado por e-mail deve ser planejado visando a educar o cliente sobre suas soluções e conduzindo-o ao fundo do funil, ou seja, o fechamento de um orçamento. O e-mail também pode trazer as atualizações mais relevantes do blog ou ofertas diretas. Esse último deve ser feito com cuidado, preferencialmente para os leads que já receberam algum material educativo sobre a empresa e foram preparados para a compra.

Crie indicadores e acompanhe as mudanças

Você trabalhou muito para colocar o seu projeto de expansão em prática, agora, é hora de mensurar os resultados. A mensuração deve ser feita em todas as etapas do seu projeto, contudo, não é raro que os empreendedores menos experientes ignorem esta etapa, e então, todo o planejamento vai por água abaixo.

Por exemplo, se você planejou aumentar o faturamento da sua empresa em 50% em até 1 ano, você precisa ter métricas ou indicadores que possam ser avaliados para saber se você vai conseguir ou não chegar lá.

Ao todo, existem **10 indicadores** que ajudam a medir o desempenho de um projeto ou de uma organização como um todo.

Vamos a eles →





INDICADORES DE CAPACIDADE

Avalia quantos atendimentos a equipe tem capacidade de fazer em determinado período.



INDICADORES DE PRODUTIVIDADE

Quantidade de recursos necessários – tempo, equipe e materiais – e otimização desses recursos, visando executar mais atendimentos em menor espaço de tempo.



INDICADORES DE QUALIDADE DO TRABALHO REALIZADO

Relação entre tudo o que foi produzido e tudo o que foi entregue sem falhas nos processos.



INDICADORES DE LUCRATIVIDADE

Comparação entre a receita total de vendas (bruto) e o lucro obtido, ou seja, se as entradas totalizaram R\$ 200.000 e você teve lucro de R\$ 20.000, a margem de lucro foi de 10%



INDICADORES DE RENTABILIDADE

Relação percentual entre o lucro e o investimento feito na empresa. Portanto, se foram investidos R\$ 500.000 e a empresa obteve um lucro de R\$ 20.000,00, a taxa de rentabilidade foi de 4%.



INDICADORES DE COMPETITIVIDADE

É o que indica a posição da empresa em relação à concorrência, isto é, o espaço que ela ocupa no mercado, mais conhecido como market share.



INDICADORES DE CAPACIDADE

Avalia quantos atendimentos a equipe tem capacidade de fazer em determinado período.



INDICADORES DE VALOR

Ajudam a entender se o valor cobrado está de acordo com o valor percebido pelo consumidor.



INDICADORES DE EFETIVIDADE

São itens que garantem mais eficácia e eficiência em seus processos, sendo que:

EFICÁCIA: é o que tem que ser feito para que as suas metas sejam atingidas da melhor maneira possível;

EFICIÊNCIA: é o que tem que ser feito para entregar suas metas da melhor maneira possível em menos tempo.



Ficou claro quais são os indicadores de produtividade e porque eles são importantes no processo de expansão de uma empresa? O objetivo principal é **economizar tempo e dinheiro sem prejudicar a qualidade dos serviços.**

Esperamos que este conteúdo seja útil para planejar o crescimento da sua controladora de pragas. E conte com o apoio do SIS Controladoras, que tem o único software de gestão exclusivo para empresas deste segmento.

Fale conosco

comercial@siscontroladoras.com.br



 (61) 99803 0604 // (61) 3254 1785

 10 SHIN, QI 11, Brasília - DF

