

# CDL Caxias

Em pauta



Ano 7 – Número 37 – Jan/Fev/Mar de 2016  
A melhor informação para o seu negócio



## ESTIVEMOS LÁ!

O que a maior feira de varejo do mundo, realizada em Nova Iorque, tem a dizer para o mercado.

### Festa da Uva 2016

Vitrines resgatam história da Festiva e dos imigrantes no projeto Tirando o Pó

### Tecnologia

Como utilizar o WhatsApp para gerar vendas

### Case do Associado

Desenvolvendo lideranças e promovendo networking de resultado



Promoção CDL Presente Com Você 2016



# SUMÁRIO



PRINCIPAL

08

## ESTIVEMOS LÁ!

A presidente da CDL Caxias, Analice Carrer, participou da última NRF Big Show, em janeiro, nos Estados Unidos, e voltou renovada e consciente de que o online precisa fazer parte das estratégias de venda e comunicação de qualquer lojaista. Analice acompanhou a delegação brasileira organizada pela CNDL.

## MAIS

Promoção CDL Presente com Você.....	04
Empregabilidade.....	05
Projeto Tirando o Pó.....	06
Whatsapp para gerar vendas .....	12
Case do Associado.....	14
CDL Monitora.....	17
Escola de Negócios CDL/UCS.....	18



Central de  
RELACIONAMENTO  
com o Associado

CDL Presente. Interagindo com você.

(54) 3209.9864

(54) 3209.9977

0800.7044.242

(ouvidoria)

**MISSÃO** Representar, informar e apoiar com qualidade os associados, promovendo seu constante desenvolvimento;

**VISÃO** Ser reconhecida como uma entidade inovadora em prol dos associados, integrada à comunidade;

**PRINCÍPIOS** Associativismo | Conduta Ética | Satisfação do Associado | Sustentabilidade | Transparência.

## EXPEDIENTE

**Publicação da Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL) de Caxias do Sul.**

Distribuição gratuita | Rua Sinimbu, 1415 - 4º andar - Centro | Caxias do Sul - RS | Fone: (54)3209.9977  
cdl@cdlcaxias.com.br | marketing@cdlcaxias.com.br  
www.cdlcaxias.com.br

### Gestão 2016:

**Presidente:** Analice Carrer

**1º Vice-Presidente:** Diego Frederico Biglia

**2º Vice-Presidente:** Renato Spuldaro Corso

**Diretoria Eletiva:** Cláudia Barreto Gonçalves Sassi (1ª Diretora Secretária); Oscar Ângelo Panozzo (2º Diretor Secretário); Ivonei Miguel Pioner (2º Diretor Financeiro); Julian Bianchini (1º Diretor Financeiro e Juríd., Fisc. e Tribut.).

**Presidente do Conselho Consultivo:** Davenir Darci Dreher

**Presidente do Conselho Fiscal:** Vitor Hugo Gauer

**Gerente Comercial e Marketing:** Cícero Rech

**Gerente Administrativo Financeiro:** Carlos Alberto Cervieri

### CDL Jovem:

**Presidente:** Maurício Antunes

**Vice-Presidente:** Jaqueline Kuver

**Vice-Presidente:** Micael Canuto

### Diretoria Executiva

**CDL Jovem:** Gabriele Piccoli; **Cobrança:** Mateus Formolo, Sandro Camargo e Valmor Concatto; **Empregos:** Ângela de

Cássia Freire e Carmem Dalcin; **Gestão e Qualidade:** Fabiana Buffon e Lucas Generosi; **Jurídico, Fiscal e Tributário:** Rui Alberto Cassina; **Marketing e Eventos:** Roberta Guazzelli Rech, Gabriele Piccoli e Fernando Bertotto; **Meio Ambiente e Segurança:** Jackson Campani e Vitor de Carvalho; **Pesquisa, Informação e TI:** Cristiano W. T. Pavinato e Ricardo Regal Comandullí; **Produtos e Serviços:** Fabiano Luis Pezzi e Lakchmi Posser; **Projeto Pescar:** Nelson Minetto e Valtuir Rizzo; **Recursos Humanos:** Elizete Denise Isoton e Ilda Pegoraro Fedrizzi; **SPC e Tecnologia:** Milton Corlatti e Renan Tedesco; **Turismo:** Aímara Comerlato Costa e Rodrigo Ramos Paglioli.

**Representante junto à FCDL:** Renato Spuldaro Corso;

### Representantes junto aos Conselhos Municipais

**CMTT - Conselho Municipal de Trânsito e Transportes:** Valmor Concatto; **COMDICA - Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente:** Vice-Presidente Sérgio Formolo; **COMEC - Comissão Municipal de Análise do Impacto Econômico Sobre Empreendimentos de Comércio e Serviços:** Ivonei Pioner e Julian Bianchini; **COMIC - Comissão Municipal de Incentivo à Cultura:** Ricardo Regal Comandullí, Cláudia Sassi e Ângela de Cássia Freire; **CMC - Conselho Municipal da Cultura:** Cláudia Sassi; **COMSEA - Conselho Municipal de Segurança Alimentar:** Renato Luiz Fedrizzi; **CONSEPLAN - Conselho Municipal de Planejamento e Gestão Territorial:** Rui Cassina e Nelson Minetto; **CMDS - Conselho Municipal de Defesa e Segurança Pública:** Jackson Campani e Rui Cassina; **COMTUR - Conselho Municipal do Turismo:** Gabriele

Piccoli e Rodrigo Ramos Paglioli; **Comissão Pró-Segurança Pública:** Rui Cassina; **COMTCNA - Comissão Técnico Administrativa - Secretária do Meio Ambiente:** Mário Formolo; **Comissão de Energia da CIC:** Vitor de Carvalho; **Comitê Ecoeficiência da Serra Gaúcha - Resíduos Sólidos:** Fernando Bertotto; **CONSEPRO / MOCOVÍ:** Jackson Campani; **Caxias do Sul Conventions, Visitors Bureau:** Eduarda Dagostini; **Conselho Deliberativo da Fundação Caxias:** Renato Luiz Fedrizzi e Nadir Vanassi; **Conselho Deliberativo Parceiros Voluntários:** Nelson Minetto; **FCDL-RS:** Davenir Darci Dreher; **CDL Jovens do RS:** Marcos Jacoby; **Conselho Estadual de SPC:** Analice Carrer e **Conselho Sindical da CIC:** Analice Carrer.

### Outras Representações:

**ASSESSORIA TÉCNICA ESTADUAL/FCDL -** Adriana Monteiro

**Coordenação Editorial:** Vice-Presidente Diego Frederico Biglia, Diretora Roberta Guazzelli Rech, Diretora Gabriele Piccoli e Diretor Fernando Bertotto, Gerente Comercial e Marketing Cícero Rech e Assessoria de Imprensa PJ Press Informação e Conteúdo - Jornalista Patrícia Janczak 12771.

**Diagramação:** Jamwork Estúdio Estratégico

**Impressão:** Grafilme

**Tiragem:** 4.200 exemplares

**Fotos:** Andrei Cardoso, Alencar Turella, Michel Dalla Vechia, Patrícia Janczak, Gilmar Gomes, Lisiane Zago, Edson Menegat e Roberta Freitas (Fotos da matéria case do associado/Alíen), Banco de imagens CDL.

# FALA DA PRESIDENTE

**Começamos o ano de 2016 renovados e cheios de inspiração** para fazer deste um ano diferente e melhor do que os anos anteriores. Essa vontade não ficará apenas em nosso discurso, com motivação ou incentivo a nossos associados. Muito pelo contrário: começamos o ano com ações concretas que podem alavancar as vendas. A primeira delas é a 2ª Etapa da Campanha CDL Presente com Você, que já está no ar, proporcionando aos lojistas e vendedores um motivo a mais para que o consumidor escolha a sua loja.

Também já fomos em busca de mais conhecimento verificando todas as novidades e tendências do varejo. Participamos da NRF 2016, onde confirmamos por meio de pesquisas o que todos já perceberam: é preciso usar a internet e as tecnologias a nosso favor, além de proporcionar uma experiência diferente aos clientes dentro das nossas lojas.

Nessa edição da revista da CDL você terá detalhes sobre esses assuntos e muitos outros, como o evento Homens na Cozinha, o nosso empenho em manter jovens e associados sempre atualizados, seja por meio do Projeto Pescar, da empregabilidade ou parceria com a UCS, com a Escola de Negócios CDL/UCS.

Aproveite esse veículo de informação da CDL para se informar e aproveitar ao máximo todas as oportunidades oferecidas. Entre em contato conosco, participe e faça com que 2016 seja um ano de retomada do crescimento.



**Analice Carrer**  
Presidente da CDL Caxias do Sul

## CDL realiza a formatura da 5ª turma do Projeto Pescar



A quinta turma do Projeto Pescar, da CDL Caxias e Prefeitura de Caxias do Sul já está com o diploma em mãos. A cerimônia de formatura foi realizada no dia 3/02 com a presença de pais, amigos e familiares. A festividade, conduzida pela presidente da CDL Analice Carrer, ocorreu no Salão Paroquial da Igreja Nossa Senhora de Lourdes.

Os 17 jovens, com idades entre 16 e 19 anos, comemoraram a conclusão do curso de Iniciação Profissional em Operações para o Comércio. Foram nove meses de dedicação e muito estudo. No período, eles tiveram aulas gratuitas de formação humana e técnica, sendo direcionados e capacitados para atuarem no ramo do varejo, seja como empresários ou funcionários.

Muito feliz, a oradora da turma, Naiara Vargas De Boni, destacou em seu discurso a qualidade dos conhecimentos adquiridos no período e, claro, as grandes amizades que todos tiveram a oportunidade de fazer: “Agora partimos para uma nova etapa de nossas vidas. Ficam as amizades e uma das coisas mais importantes: agora possuímos todas as ferramentas necessárias para o mercado de trabalho”, disse.

A presidente da CDL, Analice Carrer, aproveitou a oportunidade para fomentar nos jovens o desejo de realizarem pequenas, mas significativas, transformações no cotidiano das empresas em que vão atuar. Ela também agradeceu o apoio da Prefeitura na realização do Projeto.

“Queridos formandos: tenham certeza de que tudo valeu a pena! Sintam-se preparados para produzir pequenas transformações positivas por onde passarem. Saibam que, por menor que seja, toda a boa transformação já faz uma enorme diferença nas organizações”, disse Analice.



O paraninfo foi o Secretário do Desenvolvimento Econômico, Trabalho e Emprego, Francisco de Assis Spiandorello. Ele felicitou os formandos lembrando que mais do que conhecimentos técnicos, eles levam do Pescar o aprendizado de conceitos éticos e morais. “Ética, confiabilidade, flexibilidade, excelência e inovação, são princípios básicos. Quem sai desse projeto já sai praticamente empregado!”, lembrou.

Também estavam presentes na Formatura o representante da Fundação Projeto Pescar, Marcelo Mena Barretto, a secretária municipal da Educação, Marléa Ramos Alves, representando o prefeito municipal, o vereador Guila Sebben, representando a Câmara de Vereadores, o presidente da CDL Jovem, Maurício Antunes, os diretores do Projeto Pescar da CDL, Nelson Minetto e Valtuir Rizzo, e a educadora social do Projeto Pescar, Vivian Gomes.

## Lojistas confirmam o sucesso da primeira edição

O gerente da Bioforte Eduardo Claas, afirma que foi possível perceber nos indicadores do final do ano o aumento das vendas. Ele fez questão de dar seu depoimento à imprensa no lançamento da segunda edição, aprovando a estratégia da CDL. “Vamos continuar participando e nos dedicando, nossa equipe comprou a ideia, todos se envolveram. Mas nesse ano queremos ganhar o carro!” brincou.

Elenita Longhi responsável pelo marketing da Real Center comenta que os clientes ficaram muito interessados e surpresos com a promoção. “Como vendemos material elétrico, e vendemos muito para empresas os clientes nem esperam esse tipo de vantagem. Então esse cupom foi muito valorizado, era um presente. Mesmo as empresas que não retiram os produtos pessoalmente na loja, cobram que os cupons sejam enviados juntamente com as notas! Inclusive as demais filiais queriam também!”, explicou.



## 2ª Edição da Promoção “CDL Presente Com Você” pretende fomentar vendas em torno de R\$ 12 milhões

A CDL coloca a disposição de seus associados uma importante ferramenta para alavancar as vendas: a 2ª edição da Campanha “CDL Presente com Você”. A cada R\$ 50 em compras nos estabelecimentos participantes, o consumidor recebe um cupom não cumulativo com um código alfanumérico para cadastrar no site da promoção e passa a concorrer a 5 (cinco), **carros 0 KM e 50 (cinquenta), vales-presentes de R\$ 1.000,00.**

Os vendedores concorrem a vales-presente de R\$ 1500 nos quatro primeiros sorteios e de R\$ 3000 no quinto sorteio.

No total, são **R\$ 220 mil reais em prêmios**, R\$ 170 mil a mais do que na primeira edição, quando foram distribuídos R\$ 50 mil. A estratégia é fazer com que os consumidores mantenham-se motivados a comprar no comércio local.

O gerente de marketing da CDL, Cícero Rech, calcula que, a campanha aliada a grande adesão dos lojistas e empenho e entusiasmo dos vendedores pode alavancar as vendas em mais que o dobro do ano passado, chegando a um incremento de R\$ 12 milhões no total das vendas.

Não há motivos para não participar, já que a Campanha é totalmente online e gratuita para o lojista. No total serão cinco sorteios. Uma promoção que além de alavancar as vendas ainda premia consumidores, lojistas e os vendedores.

### COMO ASSOCIADOS E VENDEDORES PODEM PARTICIPAR?

- **ASSOCIADO:** basta acessar site [www.promocaodepremioscdl.com.br](http://www.promocaodepremioscdl.com.br) e cadastrar sua loja a partir do CNPJ. O lojista recebe gratuitamente da CDL todos os materiais de divulgação da Campanha e não tem custos para fazer o cadastro ou participar da promoção
- **VENDEDORES:** seu cadastro é feito pelo associado no momento da adesão a promoção, para consultar os cupons ativos em seu nome pelos consumidores, basta acessar o site da promoção. Os vendedores concorrem a vales de R\$ 1.500 nos quatro primeiros sorteios e a vales de R\$ 3.000 no último sorteio.

### COMO FUNCIONA PARA O CONSUMIDOR?

- A cada R\$ 50 em compras nos estabelecimentos participantes da promoção o consumidor ganha um cupom (código) para cadastrar no site [www.promocaodepremioscdl.com.br](http://www.promocaodepremioscdl.com.br)
- No site, o consumidor insere o código do seu cupom. Ele deve ter em mãos também a nota fiscal da compra para informar o CNPJ da loja onde comprou.
- A realização dos sorteios será pela Loteria Federal. Para retirar o prêmio o consumidor deverá apresentar na CDL o seu cupom e a nota fiscal da compra.



## PREMIAÇÃO 2015

No dia 14/01 a CDL Caxias fez a entrega da premiação da 3ª etapa da Campanha Promocional "CDL Presente com Você". Sirlei Teresinha Tisatto foi a ganhadora do veículo O KM Uno Vivace, Suelen Lazzarotto a vencedora ganhadora do vale-presente de R\$ 2.120,00 e a empresa ganhadora da moto foi a Bioforte. "Estou muito feliz! Eu tinha 11 cupons, de dois meses de compras. Quando recebi a notícia, fiquei muito contente. Nunca ganhei nada", conta Sirlei. O cupom da consumidora ganhadora foi adquirido na Bioforte, empresa que ganhou o sorteio da moto.

Os ganhadores Pessoa Física e Pessoa Jurídica dos vale-compras de R\$ 1.000,00 foram: Della Pasqua Engenharia e Construções LTDA, Eusa Ornaghi, GRF Indústria de Papéis LTDA., Renita Beatriz Hambsh Borges e William Godoi Reck.



## Associados prestigiam o lançamento da Promoção



Na noite do dia 01/02 mais de 100 associados da CDL fizeram questão de vir até o Personal Royal Hotel para conferir o lançamento da Campanha e esclarecer todas as dúvidas. São mais de 640 lojas cadastradas na promoção. E para dar maior visibilidade aos lojistas, todos aqueles que fizerem a impressão dos cupons para validação com seus clientes, constarão no site da promoção.

### Prêmio CDL Presente com Você 2016:

**2** Palio Fire, **1** Uno Vivace, **1** Gran Siena Atractive, **1** Gol Special; **50** Vale-compras no valor de R\$1.000,00 cada; **6** Vales-compra no valor de R\$1.500,00 cada; **4** Vales-compra no valor de R\$3000,00 cada. Confira o regulamento completo no site da promoção: [www.promocaoopremioscdl.com.br](http://www.promocaoopremioscdl.com.br) - Certificado de Autorização CAIXA Nº 4/0005/2016

Os sorteios acontecem nos dias 30/03/2016, 29/06/2016, 01/10/2016 e 07/01/2017.



# EMPREGABILIDADE

## Atualização constante: chave para a empregabilidade

Mais do que apenas ter um emprego, quem está no mercado de trabalho quer mesmo é crescimento profissional. E isso só é possível para aqueles profissionais que se mantêm atualizados e estão dispostos a ir além mostrando determinação e vontade de aprender.

A CDL oferece aos associados diferentes programas de Cursos In Company e está disponível também para criar novos cursos, personalizados para as necessidades do associado.

Em 2015 foram desenvolvidas 13 turmas, abordando as seguintes temáticas: Crédito e Cobrança; Diferenciais Profissionais para Vencer em Tempos de Crise; Atitudes de Alta Performance; Estratégias Criativas para as Vendas de Final de Ano; Alinhando as Estratégias do Negócio à geração de Valor para o Cliente.

O interesse entre os associados é bastante grande, mas os cursos também ficam disponíveis para a comunidade em geral. No último ano, passaram pelos treinamentos da CDL 343 pessoas, sendo 86% delas consideraram o desempenho dos instrutores ótimo.

A Loja Scarlet foi uma das que proporcionou para grande parte da sua equipe um desenvolvimento em vendas, capacitando ainda mais sua equipe para as vendas de final de ano. Para a gerente da loja, Fernanda Massignani, a qualificação é fundamental para qualquer profissional. "Percebemos que são os profissionais que gostam de se reciclar que sempre despontam tanto nas avaliações como

nas metas. A aprendizagem constante é muito importante, não importando sua função na empresa", ressalta a gerente", explica.

A Ótica e Relojoaria Pioner esteve entre os associados que buscaram os treinamentos oferecidos pela CDL. O proprietário Ivonei Pioner proporcionou a todos os seus funcionários um desenvolvimento com foco em vendas, atendimento e valores.



**A MEMÓRIA DA HISTÓRIA**

# TIRANDOPÓ

*Festa da Uva*  
 DE CAXIAS DO SUL  
 2016


## Vitrines resgatam história da Festa e dos imigrantes

Lojistas e CDL engajaram-se no projeto Tirando o Pó

Que passou no centro e bairros de Caxias do Sul durante a Festa da Uva, entrou no clima do evento. Os lojistas associados à CDL Caxias abraçaram a proposta do Marketing de Relacionamento da Festa e investiram na criatividade, presenteando os clientes e comunidade com belíssimos espaços onde expuseram peças antigas, vestidos utilizados por Rainhas, Princesas e Embaixatrizes.

Os lojistas aproveitaram também para resgatar um pouco da própria trajetória, já que Festa da Uva e comércio caxiense têm suas realizações entrelaçadas nesses 85 anos de história da Festa.

Na recepção da CDL Caxias ficou exposto durante o período da Festa o vestido que a rainha Rafaella Galiotto Furlan usou durante o desfile em que conquistou a coroa. Rafaelle concorreu ao título como candidata da CDL, Sindilojas e Sindigêneros.

Já a Boccati criou um espaço alusivo ao tema “Imagens e Horizontes” (tema da Festa), que resgatou os hábitos, utensílios e alimentos da cultura italiana. Foram utilizados produtos próprios da loja, com destaque para um enorme porta-taças em formato de cacho de uva.

Camile de Oliveira Calza do Departamento de Marketing

da Boccati considera que a montagem é uma forma de reviver a história da loja. “Em meio ao varejo, a Boccati compôs uma mesa que expõe a uva, o queijo, os pães, o salame, o suco de uva e o vinho. Também, antigos objetos como rádio, máquina de costura, televisão (com a imagem das soberanas) e câmera fotográfica”.

Já Diretora de Marketing da CDL e proprietária da loja Via Roma, Roberta Guazelli Rech, acredita que a boa adesão dos lojistas se deu pelo orgulho de todos em relação a maior festa caxiense. “Quanto mais participamos, mais a cidade fica bonita. Por ser uma loja de roupas femininas priorizamos um retorno aos crochês e as peças delicadas”, conta.

Além de diversas peças antigas emprestadas pelo pároco do Hospital Pompéia, a Via Roma exibiu também os vestidos da princesa de 2002, Fernanda Frigeri Martins, e da embaixatriz de 2008, Gabriela Pedrotti.

O espaço da Anay Fitas, dirigido pela Presidente da CDL Analice Carrer, fez uma homenagem ao colono, mostrando inúmeras ferramentas utilizadas nas lidas do campo.

O projeto Tirando o Pó contou com o objetivo de envolver a comunidade no processo de resgate e de valorização de sua história e contribuir para o embelezamento da cidade para receber os visitantes.

# MATÉRIA PRINCIPAL

*NRF 2016, uma avalanche de inovações e tendências*

**NRF**



**NRF**

# ESTIVEMOS LÁ!

**O que a maior feira de varejo do mundo, realizada em Nova Iorque, tem a dizer para o mercado.**





A presidente da CDL Caxias, Analice Carrer, participou da última NRF Big Show, em janeiro, nos Estados Unidos, e voltou renovada e consciente de que o online precisa fazer parte das estratégias de venda e comunicação de qualquer lojista. Analice acompanhou a delegação brasileira organizada pela CNDL.

A NRF Big Show é o maior evento de Varejo no mundo e reúne milhares de empresários do setor. Nessa edição, ocorrida em janeiro, reuniu cerca de 35 mil visitantes. Além disso, o evento concentrou mais de 550 expositores de diferentes áreas. Os participantes lucraram em networking, conhecimento e atualização sobre as tendências, tecnologias e soluções.

Para Analice Carrer, participar de eventos como esse é uma experiência única e que enriquece demais o dia a dia das empresas.

*“Percebemos mais do que nunca, que a tecnologia vai tomar conta das nossas vidas e do comportamento do consumidor. Assim, precisamos entender, aprender a utilizar de forma positiva essas tecnologias. A internet deve atrair para o ponto de venda, facilitar a compra e, ao mesmo tempo, precisamos tornar essa experiência na loja física uma coisa única e muito agradável” - ressalta Analice a partir dos destaques feitos pelos palestrantes do evento.*

## **A CDL Caxias, atenta a tudo que o aconteceu no evento, compilou as tendências de maior impacto na vida dos varejistas em 2016:**

**Globalização:** Em 2015, segundo a edição mais recente do relatório Global Powers of Retailing, da Deloitte, 33 dos 250 maiores varejistas mundiais têm atuação no Brasil. Esse dado reforça uma tendência já observada: as gigantes do varejo mundial têm o país na mira, sendo a entrada de gigantes como a Amazon vista como uma questão de tempo, retardada pela impressionante burocracia fiscal. Ainda assim, o cenário é de alerta ao varejista brasileiro: para brigar com quem vem de fora, é necessária uma avaliação irrestrita das práticas, processos e produtividade.

**Millennials:** a famosa geração nascida a partir de 1980 não para de causar, provocando mudanças cada vez mais drásticas no varejo. Nos corredores da NRF2016, o mantra era um só: millenials, millenials, millenials. A chegada da geração em peso ao ambiente de consumo exige desapego, reinvenção e inovação da parte do varejista. Não é novidade que eles se relacionam de forma completamente diferente com marcas, produtos e serviços. Para os Millennials, viver a experiência é muito mais importante que possuir o produto, mudando assim a lógica do consumo. O uso de aplicativos para quase tudo na vida é praticamente essencial, estão conectados o tempo todo sempre recebendo informação, e exigem uma boa experiência no mobile. Na pauta: repensar canais, formatos e moods de venda, privilegiando a camada digital.

O evento proporcionou à delegação Brasileira, formada por mais de 200 pessoas, inúmeras palestras simultâneas. O uso do celular, de forma não invasiva, foi um dos destaques. Por meio de aplicativos ou redes sociais, o lojista e os vendedores podem estar em contato com os clientes. A ideia é: ou você inova ou morre, antes a Internet era usada apenas para pesquisa. Hoje ela faz parte do momento de compra.

Entre as tendências que se destacaram neste ano na NRF está a que passa a ser conhecida como “varejo sem fronteiras”. No caso, a palavra fronteira não quer dizer a demarcação de territórios nacionais, mas o fim dos limites da loja. Ou seja, seria a loja sem limites. A antiga loja se transforma na maioria dos casos em mero show room, destinado para que o cliente tenha, quando quiser, contato com os produtos, principalmente os lançamentos.

A ideia é reduzir a quantidade de pontos de venda (lojas). A rotina de compras passaria para o meio online, smartphones, tablets, quiosques eletrônicos em locais de grande circulação como estações, aeroportos, estádios etc. Objetos inteligentes (internet das coisas), restaurantes, hotéis, hospitais, e muito mais.

**Internet das Coisas:** O IoT, conceito utilizado para designar a conectividade de objetos físicos com o mundo digital por meio da web não é mais tema de ficção científica, e tem se tornado cada vez mais importante em discussões estratégicas. Afinal, a conexão entre o mundo físico e o mundo digital por meio da web está cada vez mais real. Durante a NRF, diversas soluções economicamente viáveis, e com retorno sobre o investimento, foram apresentadas, mostrando todas as possibilidades de uso da Internet das Coisas pelo varejo.

**Mundo digital:** não existe mais fronteira entre online e offline – a tendência das edições passadas de articulação entre o físico e o digital se confirma e amplia. O que antes era omnichannel e, depois, phygital, agora é all-line, termo cunhado pelo Google para dizer, de forma simples: “tudo é digital, até o físico”. Agora, os consumidores se relacionam com marcas pelo celular, o que já se configura como um dos pilares no início do processo de desenvolvimento do relacionamento com o cliente. Agora, quem não tem presença digital não consegue nem chegar ao consumidor. Por isso é preciso repensar o ambiente físico e sua integração em rede com o digital. O que antes era competição, agora é sinergia: se o consumidor visita sua loja física acessando o celular para pesquisar preços, tire o melhor proveito dessa situação e incentive-o a pesquisar.

As Redes Sociais devem sempre mesclar conteúdo e produto. Nunca insistir apenas em produto, pois isso torna a página desinteressante para o cliente. É preciso que ele veja outros atrativos em sua rede social. Mas nunca esqueça que o princípio da Rede Social é amplificação da mensagem que a loja quer passar;



**D**

Na maioria dos casos, 100% dos clientes já são digitais, assim é necessário investir fortemente nessa interação. Os celulares, os tabletes são a nova forma de conectar o consumidor com a loja física (seja por geolocalização, mensagens, big data, sugestão de produtos no ponto de venda).

**I**

As lojas devem funcionar como um “ímã digital”. Elas fazem parte de uma estratégia de comunicação integrando mobilidade e mídias sociais.

**C**

Conheça seu cliente, saiba onde ele está e, principalmente, tenha em sua equipe pessoas que possam montar estratégias baseadas em geolocalização e georeferência. O Instagram, por exemplo, é uma das redes sociais que mais se utiliza da georeferência.

**A**

A base de clientes é o seu principal capital. A base de dados deve ser considerada de muito valor. Os empresários devem manter seu banco de dados extremamente atualizado e reconhecer o valor de cada informação, utilizando-as de forma estratégica. Ou seja, cada um daqueles clientes é como se fosse um grande amigo. A partir de todas essas informações que o cliente fornece, você deve pensar suas estratégias. E, claro, sempre trabalhar na ampliação desse banco de dados.

**S**

Nunca esqueça: o consumidor está no centro de toda a experiência. Em sua loja ele deve se conectar emocionalmente com a marca. É essa boa experiência que faz com que ele continue optando por você e não por outro produto semelhante.



## CDL Promove debate

**Superar momentos difíceis**, aumentar as vendas ou mesmo permanecer em funcionamento eram algumas das preocupações do público de mais de cem pessoas que prestigiou o encontro promovido pela CDL Caxias no dia 02 de março para debater as novas tendências do varejo mundial. As panelistas Grasiela Tesser, Diretora de Inovação da NL Informática, Fernanda Schaan, consultora do Sebrae, e a presidente da CDL, Analice Carrer, apresentaram suas percepções sobre a NRF 2016.

Entre inúmeras questões, o uso da tecnologia e o planejamento dos negócios pensando nos jovens consumidores, nascidos entre 1980 e 2000, predominaram no debate. A questão é que muitos lojistas ainda entendem o fato de “usar tecnologia” como sinônimo de “estar presente na Internet” o que não está absolutamente relacionado.

“Estar na Internet é obrigação. Se você não tem um site, faça imediatamente. Ele pode ser simples, mas falar o básico da sua empresa, ter o telefone, endereço, explicações sobre o produto. É dessa forma que você vai ser encontrado. Já em relação às Redes Sociais, você deve refletir em quais é necessário estar presente ou não”, ressaltou Fernanda, sempre lembrando que a Internet oferece inúmeros pontos de contato com o consumidor e a postura a ser adotada deve ser sempre de transparência, proximidade e muita cautela nas publicações, evitando polêmicas.

Já Grasiela Tesser foi firme em salientar que se a estratégia não for boa, se não houver planejamento com antecedência, treinamento adequado de equipe e, principalmente, análise dos dados fornecidos, nenhuma tecnologia irá solucionar os problemas.



A “Tecnologia pela tecnologia não resolve. Ela precisa ter um propósito, estar dentro de uma estratégia forte. E uma coisa nem tão nova, mas que é importantíssimo ser comentada: faça a análise dos dados que essa tecnologia te dá. Temos muitas fontes de dados, mas precisamos entender o que eles nos dizem, para, a partir disso entendermos nosso problema e encontrarmos a solução. Estratégia baseada só em feeling, não adianta”, ressaltou Grasiela

Analice agradeceu o interesse de todos que aproveitaram o evento e comentou que a principal legado da NRF 2016 é fazer com que os lojistas voltem para casa pensando de forma diferente. Pensando que, muitas vezes, pequenas soluções já podem fazer uma grande diferença. “O volume de informação em um evento como esse é enorme, mas o principal é percebermos que podemos mudar, nos adaptar e inovar de diferentes maneiras”, comentou.

## COMO UTILIZAR O WHATSAPP PARA GERAR VENDAS

**Pesquisa recente do Paypal** investigou os hábitos de compras de 17,5 mil consumidores em 22 países, incluindo o Brasil. E demonstrou que o comércio via dispositivos móveis cresce quase três vezes mais do que a média do e-commerce tradicional. Apesar desse aumento, o mobile commerce ainda é relativamente pequeno se comparado ao percentual que ocupa no total de gastos globais no comércio virtual. De acordo com o levantamento, smartphones respondem por 9% dos gastos on-line feitos por meio de dispositivos móveis e os tablets, 5%. A pesquisa apontou, também, que 28% dos consumidores on-line afirmaram ter comprado por meio de smartphones nos últimos 12 meses e 20% disseram que efetuaram a compra via tablet.

A evolução do comércio com esse tipo de aparelho é liderada por jovens adultos, tanto que 59% dos compradores têm idades entre 18 e 34 anos. É um público que recorre a plataformas digitais variadas para adquirir produtos e contratar serviços, uma ajuda e tanto para resolver a vida. Além das lojas on-line, do Facebook e do Instagram, o WhatsApp também entrou nessa onda. Criado para envio de mensagens de texto, de áudio e vídeos, o aplicativo se destaca, agora, como ferramenta importante para quem não abre mão da tecnologia na hora de fazer compras.



Mobile commerce cresce entre os brasileiros e dá ao WhatsApp a função de aproximar lojistas e clientes e ser um canal eficiente para compras ✓✓

# 11 Dicas de Whatsapp para o seu negócio

**#1 Divulgue seu número nas redes sociais com DESTAQUE** Você precisa colocar seu número de WhatsApp em destaque nas capas em todos os perfis que você possui nas redes sociais. Dessa forma será muito fácil para um futuro cliente fazer contato e gerar novos negócios. Procure colocar em destaque este número enfatizando o atendimento pelo WhatsApp.

**#2 Ofereça um atendimento pelo Whats que não oferece de outra forma** Você precisa deixar bem claro que o atendimento pelo WhatsApp é diferenciado e que o seu cliente tem um canal direto com você por lá.

**#3 Estabeleça um canal de atendimento diferenciado** separe uma pessoa e a treine para atender de maneira diferenciada os clientes pelo WhatsApp. Garanta uma agilidade maior no atendimento e uma garantia de satisfação. Pode ser que seu negócio ainda não exija um profissional separado para atender pelo WhatsApp, mas, você deve ter certeza de que a pessoas que o fizer, precisa estar a par de qualquer informação necessária para desempenhar esta função.

**#4 Sempre que tiver alguma novidade antes de lançar para o público em geral, avise as pessoas do Whats** As pessoas que acompanham sua empresa pelo WhatsApp devem saber que tem total preferência seja no que for. Seja um lançamento de um novo produto, seja uma nova promoção, ou qualquer outra coisa feita por você em benefício do seu cliente.

**#5 Faça perguntas para seus clientes sobre seu produto ou serviço para poder melhorar** Você tem um tesouro nas mãos. Procure usar isso em seu benefício. Pergunte aos seus clientes o que tem achado do produto e peça sugestões. Eles sempre terão muito para acrescentar.

**#6 Número de mensagens por semana** Você deve achar o timing do seu cliente. Procure começar com 2 a 5 mensagens por semana. Conforme a reação de seus clientes, aumente ou diminua. Seu cliente sempre ditará o ritmo. Ofereça conteúdo de valor sobre seu produto e assuntos que tenham a ver com ele.

**#7 Abra um grupo V.I.P. para atendimento personalizado** Ex: se for um restaurante, as pessoas do grupo VIP terão preferência na hora de fazer reservas, etc. Este é o lugar para você colocar os seus melhores clientes. Eles devem saber que este grupo é especial e diferenciado.

**#8 Dê privilégios para esta lista V.I.P. que nenhum outro cliente tem** Prepare literalmente a nata do seu produto e benefícios para esta lista. As pessoas que fazem parte dela precisam saber que têm um acesso diferenciado e que possuem uma espécie de linha direta com você. Conceda descontos diferenciados, privilégios de escolha de produtos, etc.

**#9 Faça as pessoas desejarem participar desta lista** Ter a lista somente não é um grande negócio, mas fazer as pessoas desejarem estar dentro dela sim. Você precisa ter pré-requisitos para a participação dessa lista. Esses pré-requisitos podem ser de conhecimento público ou pode ser um critério de filtragem feito por você.

No caso de um restaurante por exemplo, você pode dar acesso na lista as pessoas que são mensalistas ou tem um tipo de fidelidade.

Se for uma loja por exemplo, você pode colocar nesta lista clientes que gastam acima de um valor X e tem como vantagem entrega prioritária no mesmo dia.

Enfim, fica livre a seu critério que tipo de vantagem e o que você fará para atrair as pessoas para esta lista.

**#10 Divulgue esta lista nas Redes Sociais** Se esta lista for pública, é interessante você divulgar nas redes sociais os seus benefícios e pré-requisitos. Isso irá gerar um desejo de outras pessoas fazerem parte dessa lista.

**#11 Promova encontros entre as pessoas da lista** Eventos são poderosos. Se você tiver oportunidade de criar qualquer tipo de evento do tipo, jantar, palestra ao vivo, bate papo, etc, o grupo criará uma conexão ainda maior. Documente este tipo de evento e faça questão de divulgar antes e depois do acontecido.

**BOAS VENDAS!**



## ALIAR

### Desenvolvendo lideranças e promovendo networking de resultado

A **Aliar Consultoria e Desenvolvimento** encontrou um jeito criativo e eficiente de alavancar os negócios: o projeto especial Passarela de Negócios, que, criado em agosto do ano passado, acabou ganhando proporções não esperadas. Em março, é justamente com o Passarela de Negócios que a empresa inicia seu processo de internacionalização.

Fundada em 2000, pelas empresárias Daiane Catuzzo e Rosani Coelho, a Aliar conta com quatro áreas: Integração de Negócios, Consultoria, Educação Empresarial e Central de Estágios. O projeto Passarela de Negócios vem se destacando pela forma como foi abraçado pela comunidade, proporcionando grande visibilidade à empresa.



Trata-se de um evento voltado ao público feminino, com foco em networking, mas não é uma simples troca de cartões. “Não temos palestra, mas atividades lúdicas. Trabalhamos com metodologia aberta. Nos encontros as empreendedoras têm espaço para expor suas ideias, gerando uma relação de confiança com as outras participantes. Existe todo um ambiente preparado para a interação. E compramos de quem confiamos. Fechamos negócios com quem confiamos”, comenta a Diretora da Aliar Integração de Negócios Daiane Catuzzo.

Neste mês, as empresárias vão implantar a Passarela de Negócios na Câmara de Comércio de Lima (Peru). A consolidação do projeto na Serra Gaúcha foi fundamental para que a dupla de empresárias se encorajasse a ir mais longe. Além disso, elas contam ainda com o Programa de Internacionalização do Sebrae/RS, o QualiMundi, que qualifica empresas a atuarem com exportação, importação e parcerias internacionais de modo prático, criando alternativas mercadológicas diante dos desafios no mercado nacional.

Para Daiane, é fundamental buscar sempre a inovação.



Qualificar-se e ficar atento ao surgimento de novos nichos ou demandas. “Não é mais hora de insistir apenas em um produto, ou na mesma forma de atendimento. Que tal colocar mãos à obra e criar novos projetos? Enfrentar a crise e até alavancar negócios. Para nós, o Passarela abriu novos caminhos, que nem imaginávamos”.

Essa observação atenta ao mercado também fez parte do surgimento da Aliar. Daiane conta que percebeu a necessidade de muitas empresas em trabalhar de uma forma integrada e a dificuldade das mesmas em encontrar profissionais que proporcionassem esses encontros produtivos. “Como trabalhamos com banco de consultores, acabamos nos transformando numa central de soluções”, explica.

Todos os serviços da Aliar estão focados no desenvolvimento de pessoas e organizações e na busca de soluções com diferentes níveis de complexidade, atendendo clientes de diferentes portes.

#### Como funciona o evento Passarela de Negócios:

São quatro eventos anuais, seguindo os mesmos períodos das estações do ano. Conhecimento, experiências e business são os três pilares essenciais para a construção de uma rede de empreendedorismo feminino, que está sendo fortalecida a cada encontro. Em 2015, mais de 400 mulheres participaram e tiveram a oportunidade de trocar experiências, que resultaram em bons negócios e em construção de parcerias.

A concepção do Passarela de Negócios foi colaborativa com um grupo gestor, formado por mulheres empreendedoras, que se tornaram madrinhas.

Já no início do encontro, são desenvolvidas diferentes dinâmicas que proporcionam às participantes interação, troca de cartões e breves apresentações. Em seguida, ocorre a atividade principal, a partir de uma temática previamente estabelecida.

Na última edição, por exemplo, a temática foi “Liderança Feminina: desafios e significados”. As atividades proporcionaram o debate de temáticas como Liderar versus Gerenciar, Construir Relacionamentos, Desenvolver lideranças, Tomar decisões e Elaboração de Planos de Ação.

## SPC

### Oito em dez brasileiros pagam mais, mas não trocam de loja

Pesquisa do SPC Brasil mostra que 51% dos consumidores não pesquisam antes de comprar nem pechinham.

A grande maioria dos brasileiros não troca de local de compras mesmo que esteja pagando mais caro pelos produtos. É o que mostra pesquisa do SPC Brasil e da Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL). De acordo com o levantamento, realizado em dezembro do ano passado, apenas 24% dos consumidores trocam de supermercado por causa do preço.

Além disso, a grande maioria (51,1%) não pesquisa preço antes de comprar. A pesquisa indica ainda que, ao comprar, quatro em dez não tentam barganhar desconto e apenas 20,4% costumam guardar dinheiro para comprar os produtos à vista.

“Isso reforça a ideia de comodismo. O consumidor está acostumado com aquele local e não troca, mesmo que isso signifique pagar mais”, avalia José Vignoli, educador financeiro do SPC Brasil.

“Hoje há várias formas de pesquisar preço, a própria internet ajuda. As vendas estão ruins, o que abre espaço para barganhar desconto. E mesmo assim ele não pechincha”, complementa.

Por não pesquisar o preço, o consumidor fica muito à mercê do que ele chama de “achismo”. “Ele acha que está barato, mas se baseia em suas memórias, e não em fatos concretos. Acaba fazendo bobagem por causa disso”, diz o educador financeiro.

#### DESCONTROLE

A pesquisa mostra que 45,8% dos consumidores não controlam o orçamento. Maior dificuldade, para 37,9%, é a falta de hábito. Além disso, o fato de não verem qualquer vantagem em anotar os gastos é motivo de desistência para 18,5%.

Outra dificuldade é o uso do crédito. Muitos utilizam cheque especial e cartão de crédito como extensão da renda. Segundo o levantamento, 15,7% dos que estão no vermelho reconhecem que usam todos os meses o limite nessas duas linhas de crédito para fazer frente às contas.

Como consequência, 33% não sabem o valor das prestações que têm para pagar no próximo mês, enquanto 29,1% desconhecem inclusive a renda total que receberão no mês seguinte.

“O consumidor acaba aprendendo pela dor. Você tem uma geração que se acostumou com crédito e consumo fácil.



Para pais e avós, tudo era mais difícil. Eles pensavam antes de tomar atitudes. De um tempo pra cá, tudo ficou fácil”, avalia o educador financeiro.

O risco, afirma Vignoli, é o consumidor jogar a toalha e desistir de colocar as contas em dia. “Não adianta se apavorar. Tem que chamar a família, reunir todo mundo e colocar ordem no negócio”.

O primeiro passo para reverter o descontrole financeiro é fazer um raio-x dos gastos e ver o que pode ser cortado. Isso não fica só nas pequenas despesas do dia a dia – no cafezinho ou no cinema uma vez por semana –, mas também inclui rever TV por assinatura e aluguel, se consumir muito da renda.

Fonte: CNDL/SPC

## FESTA DA UVA



A CDL Caxias esteve presente na maior festa comunitária de Caxias do Sul – a Festa Nacional da Uva 2016. Durante o evento a entidade contou com um espaço institucional, localizado no Centro de Eventos. O objetivo foi o de valorizar o empresário do setor de comércio e serviços junto aos visitantes do evento, e divulgar os produtos e serviços que a entidade oferece junto aos seus associados.

## VISITA

### CDL presenteia o prefeito com medalha dos 50 anos



Foto: Morgana Perini

A presidente da CDL Caxias, Analice Carrer, e a diretora da CDL, Ainará Comerlato Costa, entregaram ao Prefeito Alceu Barbosa Velho uma medalha alusiva aos 50 anos da entidade, comemorado ao longo de 2015.

**nº 37** Analice explicou que a medalha é entregue para autoridades, comerciantes e pessoas da comunidade que ajudaram a construir a história da CDL Caxias.

Lisonjeado, Alceu agradeceu a honraria e também a edição especial da revista comemorativa aos 50 anos.

“Fico muito alegre em receber estas lembranças de uma entidade tão séria quanto é a CDL. A revista nos faz voltar no tempo e relembrar o quanto já evoluímos”, disse o prefeito.

## HOMENS NA COZINHA



### 15º Homens na Cozinha reuniu 148 cozinheiros

O jantar beneficente promovido pela Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL) completou 15 anos este ano, com a participação de 148 cozinheiros em 37 cozinhas, no Pavilhão 2, do Parque da Festa da Uva. O evento reuniu cerca de 2 mil pessoas, entre autoridades, diretoria da entidade, Soberanas da Festa da Uva 2016, e convidados.

Na cerimônia, Alceu Barbosa Velho, prefeito municipal e Antônio Feldmann, vice-prefeito, cumprimentaram a CDL Caxias pela 15ª edição do Homens na Cozinha e ressaltaram a parceria com a entidade. Destacaram a importância do evento já tradicional na cidade, lembrando que a Prefeitura sozinho não consegue atender a todos e agradeceram a solidariedade dos caxienses para com os mais necessitados.

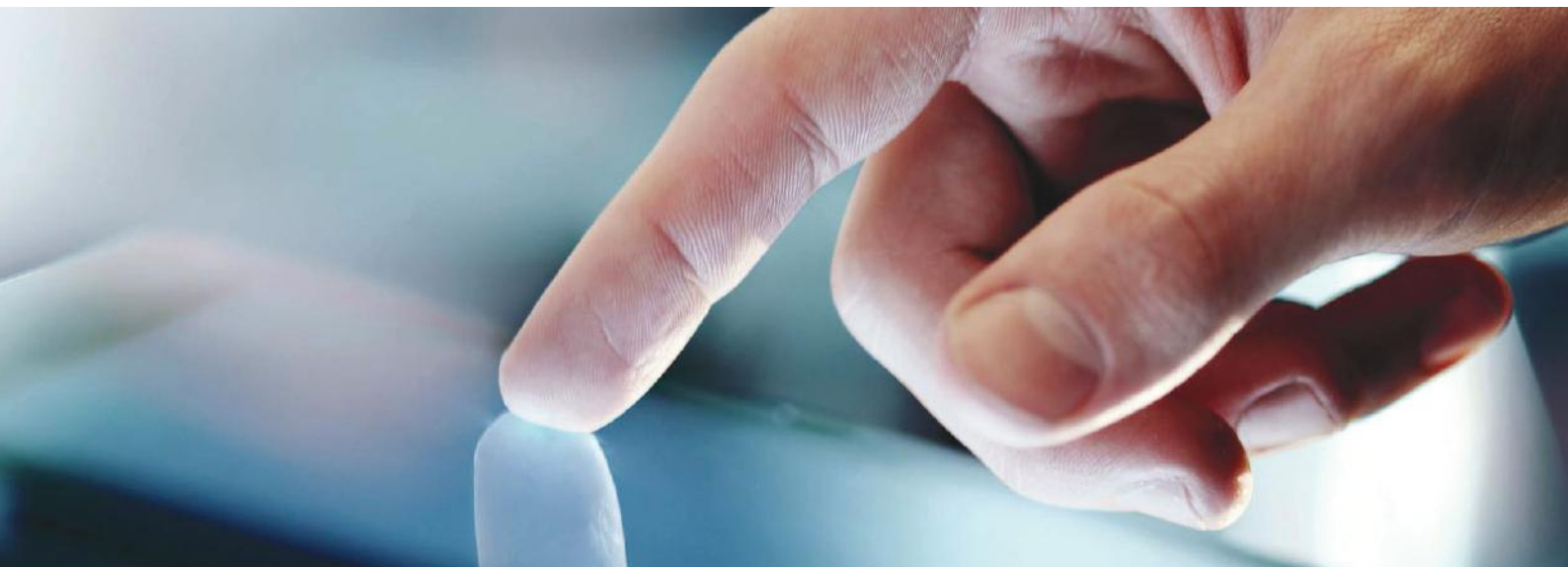
Durante o evento, Analice Carrer, presidente da CDL Caxias, entregou uma homenagem a Olga Gobatto Bedin, que representou Olmiro Ferruccio Faccioni (*in memoriam*), que esteve à frente da cozinha Lions Clube Caxias do Sul São Pelegrino, durante 14 anos e foi um dos precursores do evento.

Como atração especial, a edição deste ano contou com o show da melhor banda cover dos Beatles, diretamente da Argentina, a Banda Star Beatles.

O Homens na Cozinha já destinou, desde 2002, mais de R\$ 1,5 milhão para 164 entidades assistenciais de Caxias do Sul. Só no jantar de 2015 foram R\$ 218 mil para 30 projetos.







### CDL conta com serviço de monitoramento de carteira para prevenir fraudes e gerar negócios

Com o SPC MONITORA, as empresas podem acompanhar 24 horas por dia todas as informações cadastrais e creditícias de seus clientes e fornecedores.

O SPC Brasil (Serviço de Proteção ao Crédito) conta com serviço de monitoramento de informações: o SPC MONITORA. Trata-se de uma solução criada para auxiliar as empresas, dos mais variados portes, a detectar oportunidades de negócios e a identificar riscos de inadimplência e fraudes dentro de sua carteira de clientes e fornecedores.

Com este serviço, o empresário receberá, por e-mail, informações atualizadas 24 horas por dia sobre qualquer alteração ou exclusão no CNPJ ou CPF monitorado.

“Uma das maneiras mais eficazes para uma empresa aumentar a sua competitividade é realizar uma boa gestão da carteira de clientes. É fundamental que ela conheça e observe o comportamento de seus clientes para que possa estabelecer ações de vendas e estratégias no desenvolvimento de novos negócios”, afirma Cícero Rech, gerente comercial da CDL.

### Geração de negócios e prevenção a fraudes

Com o monitoramento constante de pendências financeiras e alterações cadastrais, é possível, detectar problemas de forma individual, principalmente para as vendas de médio e longo prazo, uma vez que essas informações podem se alterar no decorrer do tempo.

“O diferencial do novo serviço do SPC Brasil é que com o monitoramento diário, as empresas passam a dispor de informações objetivas que as auxiliam na tomada de ações proativas com maior agilidade. O efeito imediato é o aumento da rentabilidade, já que com dados precisos sobre seus clientes, fica muito mais fácil tomar decisões e acertar na hora de oferecer crédito e fechar um negócio.”, reitera Cícero.

#### O que é o SPC Monitora?

O SPC Monitora é um serviço do SPC Brasil de monitoramento contínuo de informações cadastrais, que analisa o comportamento de clientes pessoa física (PF) e pessoa jurídica (PJ) 24 horas por dia. “Com ele, o empresário ou lojista recebe alertas diários sobre qualquer alteração ocorrida nos documentos monitorados”, afirma Cícero Rech, gerente comercial da CDL.

#### O que o SPC Monitora oferece?

O SPC MONITORA é um aliado nas ações preventivas contra a inadimplência e fraudes, bem como na identificação de oportunidades de novos negócios. Além disso, apoia todo o processo de gestão de clientes, auxiliando na identificação de riscos e no monitoramento de eventos restritivos e cadastrais.

#### A quem se destina?

A todos as empresas associadas ao SPC Brasil e de todos os segmentos e portes.

## CDL/UCS

### CDL e UCS lançam a Escola de Negócios CDL/UCS, focada na qualificação para o varejo

A Câmara de Dirigentes Lojistas de Caxias do Sul está lançando neste mês uma grande novidade: a Escola de Negócios CDL/UCS. Preocupada com a qualificação do setor, a entidade fez uma ampla pesquisa de mercado e detectou as maiores necessidades do varejo. A partir disso, buscou parceria com uma das mais importantes instituições de ensino do Rio Grande do Sul, a Universidade de Caxias do Sul, para formatar cursos personalizados para lojistas e suas equipes.

O Diretor de Pesquisa e Informação da CDL, Cristiano Pavinato, explica que a intenção é qualificar a gestão para o comércio e os comerciários de forma ampla a partir de conteúdos práticos, que resolvam questões diárias dos estabelecimentos. Além disso, os cursos vão aprofundar conhecimentos a partir de cases reais. Os professores possuem ampla qualificação acadêmica, mas também vivência de mercado.

“Por serem pessoas reconhecidas por sua atuação no varejo, os professores envolvidos, vão propor e construir soluções que realmente possam ser aplicadas nas lojas”, comenta Pavinato.

A Escola de Negócios CDL inicia com três propostas: um curso mais amplo e completo de Formação de Gestores para o Comércio, os Cursos Complementares, que são cursos mais rápidos, com temáticas distintas, e a Formação de Vendedores para o Comércio, direcionado aos comerciários e que pode ser cursado em três módulos separados, sendo que o aluno recebe nova certificação a cada etapa concluída.

“Sem dúvida essa é uma grande oportunidade de qualificação, pois os alunos estarão inseridos em um contexto de extensão universitária, recebendo o certificado de uma instituição amplamente reconhecida”, reforça Pavinato.

Os associados da CDL, Sindilojas, Sindigêneros e CIC terão descontos no valor dos cursos, assim como seus funcionários. Todos os cursos são noturnos. As aulas do curso de Formação de Gestores para o Comércio ocorrerão na UCS, das 19h às 22h, nas quartas e quintas-feiras. Já as aulas do Curso de Formação de Vendedores para o Comércio ocorrerão na sede da CDL, no Centro de Caxias, com o objetivo de facilitar o deslocamento dos participantes.

*As inscrições para os cursos já estão abertas e podem ser feitas pelo site [ucs.br/extensao](http://ucs.br/extensao).*



#### Cursos:

##### **Formação de Gestores para o Comércio**

De 13 de abril a 1º de dezembro de 2016.

Aulas às terças e quartas-feiras, das 19h às 22h, no Bloco M UCS - Carga horária de 174 horas.

##### **Formação de Vendedores para o Comércio**

De 5 de abril a 18 de outubro de 2016

O curso está organizado em três módulos independentes e pode ser realizado de forma integral ou modular. Empresas que inscreverem dois ou mais colaboradores, via nota fiscal, ganham 5% de desconto sobre o valor de associado da CDL.

##### **Curso Completo - Módulos I, II e III**

**De 5 de abril a 18 de outubro de 2016**

Aulas às terças e quartas-feiras, das 19h às 22h, na sala de Treinamento CDL - Carga horária de 138 horas

##### **Módulo I - Imagem e Postura Profissional**

**De 5 de abril a 17 de maio.**

Programa: Comunicação e dicção Postura profissional do vendedor Relacionamento com clientes

##### **Módulo II - Profissional de Vendas**

**De 14 de junho a 26 de julho**

Programa: Técnicas de vendas Técnicas de negociação aplicadas à venda Comportamento do consumidor.

##### **Módulo III - Financeiro**

**De 30 de agosto a 18 de outubro**

Programa: Análise de crédito e cobrança Noções de custos Controle de estoques.

#### **Investimento:**

*Associados da CDL-Caxias do Sul, acadêmicos e egressos de graduação da UCS: dez parcelas de R\$ 302,00 ou à vista por R\$ 2.774,00.*

#### **Público em geral:**

*10x de R\$ 370,00 ou à vista por R\$ 3.391,20.*



*O Jovem se inspira.  
O jovem inspira.*



Desenvolvemos e integramos jovens líderes, com o objetivo de fortalecer e qualificar a CDL e o comércio de produtos, serviços e indústria de Caxias do Sul.

[www.facebook.com/cdl.jovem](http://www.facebook.com/cdl.jovem)

Período total da promoção de 25/10/2016 até 31/08/2017. A cada R\$ 50,00 em compras você ganha um cupom com código alfanumérico para concorrer aos prêmios. Cada cupom vale por uma compra. Cada usuário pode cadastrar até 20 cupons por compra. Validade dos cupons para o 1º sorteio de 25/10/2016 até 31/08/2017. Validade dos cupons para o 2º sorteio de 01/10/2016 até 30/09/2016. Validade dos cupons para o 3º sorteio de 01/10/2016 até 31/08/2016. Validade dos cupons para o 4º sorteio de 01/10/2016 até 31/08/2016. Validade dos cupons para o 5º sorteio de 01/10/2016 até 31/08/2016. Validade dos cupons para o 6º sorteio de 01/10/2016 até 31/08/2016. Validade dos cupons para o 7º sorteio de 01/10/2016 até 31/08/2016. Validade dos cupons para o 8º sorteio de 01/10/2016 até 31/08/2016. Validade dos cupons para o 9º sorteio de 01/10/2016 até 31/08/2016. Validade dos cupons para o 10º sorteio de 01/10/2016 até 31/08/2016. Validade dos cupons para o 11º sorteio de 01/10/2016 até 31/08/2016. Validade dos cupons para o 12º sorteio de 01/10/2016 até 31/08/2016. Validade dos cupons para o 13º sorteio de 01/10/2016 até 31/08/2016. Validade dos cupons para o 14º sorteio de 01/10/2016 até 31/08/2016. Validade dos cupons para o 15º sorteio de 01/10/2016 até 31/08/2016. Validade dos cupons para o 16º sorteio de 01/10/2016 até 31/08/2016. Validade dos cupons para o 17º sorteio de 01/10/2016 até 31/08/2016. Validade dos cupons para o 18º sorteio de 01/10/2016 até 31/08/2016. Validade dos cupons para o 19º sorteio de 01/10/2016 até 31/08/2016. Validade dos cupons para o 20º sorteio de 01/10/2016 até 31/08/2016.

PROMOÇÃO

**CDL**

PRESENTE COM VOCÊ

2016

Realização:

**CDL**  
Caxias do Sul  
Presente desde 1965



Imagens meramente ilustrativas  
Certificado de Autorização CAIXA Nº 4/0005/2016

COMPRE NOS ESTABELECImentos PARTICIPANTES, ACESSE O SITE DA PROMOÇÃO,  
CADASTRE SEUS CUPONS E CONCORRA A PRÊMIOS O ANO TODO

**5 CARROS 0 KM**

**50 VALES-PRESENTES DE 1 MIL REAIS**

A cada R\$ 50,00 em compras, limitado a 20 cupons por compra, você ganha um cupom com um código alfanumérico para cadastrar no site da promoção CDL Presente com Você. Quanto mais cupons cadastrar, mais chances de ganhar.

**www.promocaodepremioscdl.com.br**

Confira o regulamento completo no site da promoção