



## Tendências do mercado atual de Cosméticos revelam que cuidar da aparência não se resume mais a simples vaidade feminina.

Tais cuidados ultrapassam o quesito da beleza e refletem a saúde não só de mulheres, como também da maioria dos homens em todo o mundo. Uma estampa bem cuidada pode abrir portas inclusive no mercado profissional e é considerado por muitas empresas como um quesito importante na hora da contratação de um novo funcionário. Não se trata, porém, de uma ostentação da vaidade pura e simples. As pessoas estão mais atentas aos investimentos nestes cuidados como reflexo de seu bem estar e de uma boa saúde.

Atentos a isso estão também os profissionais do setor, que se conscientizam de que suas empresas também têm de se manter saudáveis para atender a este público, cada vez mais exigente não só com o que o deixa mais bonito, mas

também com o que lhe faz bem. As parcerias da Dzyon com clientes do ramo dos cosméticos têm provado que os investimentos em infraestrutura e tecnologia tornam-se prioridades, pois o caminho para o sucesso de seus negócios se traduz na eficiência do funcionamento da empresa e de um bom atendimento aos seus consumidores.

### O processo de renovação das empresas começa muito antes da implantação

E os resultados revelam: o ERP Dzyon está muito além de uma carinha bonita. O processo de renovação, aliás, começa muito antes da implantação



# ERP Dzyon

muito mais que  
 uma carinha bonita

do produto que a Dzyon oferece. Na primeira etapa, o foco principal do trabalho está no alinhamento do objetivo, da missão e dos valores do cliente com o trabalho de todos os funcionários que integram as suas equipes. Muitas vezes este processo pode levar alguns meses, pois muitas empresas têm de partir do zero para tal reformulação.

No entanto, o investimento nessa mudança de rumo tem mostrado um enredo muito mais feliz. É o caso da loja da Sumirê no litoral paulista, uma das 70 representantes dessa marca de cosméticos com experiência de 30 anos no mercado. Foram seis meses de trabalho intenso junto aos profissionais da Dzyon para definir o objetivo, a missão e os valores da empresa e, a partir daí, passar pelo processo de conscientização e alinhamento das equipes com tais conceitos.

A principal dificuldade que levou a proprietária Alice Miyabara a procurar a Dzyon foi ausência de uma postura mais comprometida dos funcionários com a empresa, principalmente no setor

das vendas externas. “Foram quatro anos desde a primeira tentativa em oferecer o serviço de vendas externas, mas os vendedores aprendiam o trabalho e procuravam outras oportunidades no mercado”, relata. “Renovamos a equipe tentando a mesma fórmula de trabalho, mas depois de dois anos aconteceu a mesma coisa”, conta a proprietária da Sumirê de Santos. “Tudo foi me desanimando muito. Cheguei até a pensar em parar com esse tipo de venda”.

Uma avaliação minuciosa feita por profissionais da Dzyon identificou as insatisfações e necessidades de cada funcionário. Após a realização de reuniões entre todas as equipes da empresa e uma mudança no método de trabalho da equipe de vendas, a Sumirê colhe os bons frutos da reestruturação: “As vendas de março, que já aconteceram no novo formato, superaram em 15% as de janeiro. É um número muito bom para o mês, pois nesse período costuma haver uma queda natural no mercado”, analisa a empresária.