

Negócio	Estratégia	Ação Sugerida <input checked="" type="checkbox"/>	O que não fazer <input type="checkbox"/>
Hotéis e pousadas	Remarcação	A principal estratégia para não perder suas reservas e evitar o reembolso dos clientes é oferecendo a opção de remarcação gratuita. Se possível, você pode fazer upgrades ou oferecer pequenas vantagens para o cliente que reagendar uma data com antecedência.	<p>Não cobre taxas de cancelamento ou remarcação. Isso fará com que a sua empresa seja vista como insensível diante dos acontecimentos.</p> <p>Não tente diminuir a periculosidade do vírus na sua comunicação.</p>
Bares e Restaurantes	Mitigação	<p>Invista no Delivery. Em todos os países afetados pelo vírus até o momento, o aumento de pedidos em aplicativos de entrega cresceu consideravelmente. Muitos restaurantes estão mantendo APENAS sua operação de entregas.</p> <p>Caso não seja possível, se seu estabelecimento possuir áreas ao ar livre, dê prioridade para elas na comunicação. Disponibilize álcool em gel para seus clientes, trabalhe com um número reduzido (e afastado) de mesas e higienize o ambiente constantemente. Produza comunicação interna para deixar claro as medidas que você está tomando.</p>	<p>Não ignore recomendações regionais para o fechamento de estabelecimentos. Não faça inaugurações ou eventos com alto volume de pessoas. Não tente diminuir a periculosidade do vírus na sua comunicação.</p>
Eventos	Remarcação	<p>Se você possui um evento agendado para o próximo mês, é bem provável que você precise remarcar. Comunique para seu público sobre o cancelamento e mencione a resolução municipal/regional que sugeriu a medida.</p> <p>Disponibilize para o seu público a opção de continuar com o ingresso válido para a nova data, ou conseguir o reembolso integral do valor pago.</p> <p>Se possível, ofereça alguma vantagem, brinde ou benefício para aqueles que decidirem manter o ingresso.</p>	<p>Não ignore recomendações regionais para o cancelamento de eventos. Não tente evitar que as pessoas consigam o seu reembolso. Não tente diminuir a periculosidade do vírus na sua comunicação.</p>
Mercados	Ordenação	<p>Se você possui um mercado, é provável que seu problema seja outro. Em diferentes países afetados pelo vírus, os mercados tem buscado soluções diferentes. A primeira delas é limitar o número de itens por pessoa. Isso evita que pessoas com carrinhos lotados acabem com seu estoque e garanta que os clientes que se deslocarem até o seu estabelecimento também encontraram os produtos que precisam.</p> <p>A entrega de compras em casa também é uma solução interessante. Até mesmo pequenos estabelecimentos podem receber pedidos via Whatsapp e entregar em casa para os clientes.</p> <p>Outras medidas de ordenação, como limitar um horário específico apenas para que idosos façam as compras e organizar filas do lado de fora do mercado, também parecem estar funcionando bem em outros países.</p>	<p>Não provoque histeria no seu público chamando-o para o mercado antes que as coisas acabem. O gatilho da urgência não é um bom gatilho para ser usado neste momento.</p> <p>Não tumultue suas filas e caixas.</p> <p>Não deixe que as pessoas comprem desenfreadamente, acabando com os estoques. Você pode limitar o número de itens por pessoa ou trabalhar sua comunicação interna para isso.</p>
Comércio	Mitigação	<p>Comércios vão sofrer e os danos são quase inevitáveis. O foco deve ser em tentar diminuir o prejuízo.</p> <p>Se você possui a opção de entregar produtos na casa dos seus clientes, essa é a hora de colocar o plano em prática. Pedidos via Whatsapp com entrega (ou retirada) programada, são excelentes opções. Algumas lojas da Europa estão fechadas para a circulação de pessoas, mas você pode fazer o seu pedido online e retirá-lo na porta da loja.</p> <p>Se não for possível, invista na reativação de clientes antigos. É mais fácil você vender para um cliente que já comprou de você e já possui carinho pela sua marca, do que convencer alguém que ainda não te conhece a sair de casa para ir até sua loja.</p> <p>Ofereça opções de pagamento via ContactLess ou QRCode. Se for manipular dinheiro, utilize luvas descartáveis. Mostrar que você se preocupa passará mais confiança para seu cliente.</p> <p>Higienize muito bem a sua loja. Trabalhe sua comunicação interna para deixar claro as ações que você está tomando.</p>	<p>Não trabalhe grandes promoções e evite aglomerações em sua loja. Se possível, adie lançamento de novos produtos e eventos.</p> <p>Não tumultue filas e caixas. Se necessário, opte por um sistema de senhas.</p> <p>Não tente diminuir a periculosidade do vírus na sua comunicação.</p>
Prestadoras de Serviços	Retenção	<p>Centralize todos os seus esforços no atendimento e retenção de clientes. Este não é um bom momento para investir em prospecção.</p> <p>Garanta que seus clientes estão sendo bem atendidos e ofereça soluções pró ativas para que eles sintam que podem contar com você no momento de crise.</p> <p>Seja compreensivo. Sua taxa de churn e inadimplência devem aumentar. Proponha alongamento de prazos e condições de pagamento facilitadas. Se possível, abra mão da cobrança de juros e multas nos casos negociados.</p> <p>Depois de garantir que seus clientes atuais estão bem atendidos, você pode investir em reativação de clientes antigos. Neste caso, foque em clientes que não tenham sido tão atingidos pela crise.</p>	<p>Não concentre esforços na aquisição de novos clientes. Em períodos como este as empresas evitam fazer investimentos. Espere as coisas se tranquilizarem.</p> <p>Não vacile no atendimento. Em uma crise, é natural que seus clientes se sintam inseguros. Se você possui um bom atendimento, pode proporcionar para o cliente o conforto que ele precisa para tomar decisões.</p>
Escolas e cursos	Mitigação	<p>Se a sua escola possui cursos e soluções online, essa é a hora de disponibilizar para os alunos.</p> <p>Caso não possua, essa também é a hora de fazer isso! Sem desculpas. Sua escola pode oferecer Hangouts com professores e alunos para sanar dúvidas. Se você já fez uma reunião online, sabe como funciona. Este tipo de solução não é complexa e precisa de pouco tempo de preparação.</p> <p>A criação de comunidades (como canais no Telegram ou até mesmo grupos no Facebook) também pode ser interessante para provocar a discussão com os alunos.</p> <p>Crie também um ambiente para centralização de materiais em nuvem (uma pasta no GoogleDrive, por exemplo) onde os alunos possam consultar os conteúdos.</p> <p>Assim que o caos passar, proponha a criação de grupos de estudo aos fins de semana e coloque professores á disposição para auxiliar alunos que se sentiram prejudicados com a interrupção das aulas.</p>	<p>Não ignore recomendações regionais para o cancelamento de aulas.</p> <p>Não invista na aquisição de novos clientes. O objetivo é reter os clientes que você já possui.</p> <p>Não promova eventos e atividades que concentrem um grande número de pessoas.</p> <p>Não tente diminuir a periculosidade do vírus na sua comunicação.</p> <p>Não fique de braços cruzados. Continue produzindo conteúdo e educando pessoas com as ferramentas que você possui.</p>
Indústrias	Ordenação	<p>Acompanhe atentamente como o mercado se recupera e quais regiões são mais afetadas. A Master Kong, principal produtora de macarrão instantâneo da China, revisou a dinâmica da epidemia diariamente, alterando sua estratégia sempre que necessário. Com isso, eles anteciparam o acúmulo e falta de estoque em diferentes regiões e conseguiram repensar sua logística e repor seus produtos antes dos seus concorrentes. Em vários casos, eles se tornaram a única marca que os clientes encontravam nos supermercados. Algumas semanas após o início do surto a empresa já havia recuperado 50% da sua atividade.</p>	<p>Não espere sua logística voltar ao que era antes. Regiões e setores diferentes se recuperam em velocidades diferentes. Esteja pronto para repensar toda sua cadeia de distribuição.</p>
Sofwares e produtos digitais	Mitigação e retenção	<p>Centralize seus esforços no atendimento e retenção de clientes. Este não é um bom momento para investir em prospecção.</p> <p>Garanta que seus clientes estão sendo bem atendidos e ofereça soluções pró ativas para que eles sintam que podem contar com você no momento de crise.</p> <p>Por também estarem enfrentando uma crise, é natural que seus clientes evitem fazer investimentos agora. Você pode focar suas campanhas em versões gratuitas do seu app/software ou na produção constante de conteúdo, que vai aumentar sua autoridade para quando todo este caos passar.</p> <p>Use e abuse de webinários e eventos online para tirar dúvidas do seu público. Com mais pessoas em casa, é possível que você tenha uma boa recepção com este tipo de conteúdo.</p>	<p>Não faça promoções que use como escada o vírus ou o problema global.</p> <p>Evite o lançamento de novos produtos ou cursos.</p> <p>Não concentre esforços na aquisição de novos clientes. Em períodos como este as empresas evitam fazer investimentos. Espere as coisas se tranquilizarem.</p>