

CADERNO NEGÓCIOS & OPORTUNIDADES pesquise aqui seu próximo negócio

www.revistafranquia.com.br

FRANQUIA

EDIÇÃO Nº102 ANO 25 & GLOBAL OPPORTUNITIES

ESPECIAL

TUDO JUNTO E MISTURADO

COPA DO MUNDO, BLACK FRIDAY e NATAL
Como as franquias estão driblando TUDO ao mesmo tempo

LEIA NA EDIÇÃO

Empresas Camelo,
Design Science,
Metaverso e muito
mais do franchising

DESTAQUE

Oportunidades e
inovação trazidas
pela Rede IOA para
o mercado orofacial

Para conteúdo exclusivo



Baixe o aplicativo
**FRANQUIA
INFORMA**

ADC
EDITORA





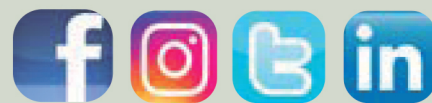
EDIÇÃO TRIMESTRAL - DEZEMBRO 2022

Instagram @FranquiaeOportunidades

LinkedIn @Revista Franquia & Global Opportunities

Facebook @RevistaFranquia

Twitter @franquiaINFORMA



CAPA 16

O VAREJO ESTÁ CONFUSO

Black Friday, Copa do Mundo e Natal - tudo junto e misturado. Veja a análise dos especialistas sobre esse período atípico, as oportunidades e dificuldades das redes.

O Varejo 'Chica Chica Boom' 27
por João Cànova

DICA DOS ESPECIALISTAS

Empresas Camelo 30
por Márcio Monson

Redes Sociais e as franquias 32
por Richard Berini

DESTAQUE

Rede IOA inova o segmento orofacial e abre oportunidades em franquias 34

MICROFRANQUIAS

Homebased ainda em 2022 40

FRANCHISING POR DENTRO

Um novo olhar sobre a formatação de franquias ..42

Auditorias x Monitoramento 44

Números do franchising 46

LEITURA..... 48

CANAL DIGITAL

Dicas de porque e como criar uma COMUNIDADE ONLINE 50

LEGISLAÇÃO

A nova lei do SAC52

METAVERSO

A jornada do consumidor, o 'Botiverso' e dicas do 'Matuto Programador sobre a sobrevivência do Metaverso 54

VOCÊ JÁ SE REINVENTOU HOJE?.....60

Caderno **NEGÓCIOS & OPORTUNIDADES** -
Encontre aqui seu novo negócio 63

O Varejo “Chica Chica Boom”

por João Cânovas*

Meus amigos e amigas leitores, antes de tudo, quero lhes desejar boas festas, um feliz Natal e um próspero Ano Novo. Desejo que o próximo ano seja de grandes conquistas para você e seus projetos, que a paz e a prosperidade governem seu novo ano.

É claro que esta mensagem é verdadeira e sincera, porém, eu e você sabemos que todo fim de ano é a mesma coisa e esses votos se encaixam em toda virada de ano por um motivo muito simples: somos seres humanos, portanto, somos seres de comportamento previsível.

Em toda passagem de ano, somos “pré-configurados” para uma espécie de “formatação do nosso disco rígido”, como uma válvula de escape emocional que a gente aciona para nos dar ao direito de virar a página mental, ainda mais quando o ano que finda tenha sido atípico, como foi 2022 e eu lhe prometo que em breve ao longo do texto você vai entender o significado do título deste artigo.

O ano de 2022 realmente foi um grande teste psicotécnico para nós brasileiros. Lembro-me de um dos mentores que acompanho na internet dizendo em dezembro de 2021 que as pessoas iriam jogar 6 meses do ano de 2022 literalmente na lata do lixo. A impressão que tenho é que o brasileiro não desperdiçou apenas 6 meses do ano, mas sim, ainda mais que isso.

Durante minha caminhada profissional ao longo de 2022, senti muitos empresários sem um direcionamento claro, sem foco, exaustos e sem energia. Até escrevi sobre isso no meu último artigo aqui na Revista, sobre a dificuldade que muitos empresários possuem no planejamento dos seus negócios independente de cenários

‘Caso você também esteja se sentindo equilibrando uma salada de frutas na cabeça enquanto sorri, canta e dança, meu conselho é: tenha foco.

Não tente abraçar todas as ações ao mesmo tempo’



***João Cânovas é mentor em Gestão de franquias com mais de 31 redes atendidas e mais de 20 mil horas de consultoria prestada.**

políticos. Sugiro que você revise a edição anterior assim que puder. Muitos assuntos colaboraram para isso, mas um dos que mais furtaram a nossa atenção (e energia), sem dúvida nenhuma, foram as eleições.

Em um cenário politicamente tenso, fomos seduzidos a acompanhar de perto o que estava acontecendo, e com isso, muitos acabaram se envolvendo demais, deixando a ansiedade e a incerteza dominarem o cenário em suas mentes, em suas famílias e nos seus negócios. Sabemos que amizades foram desfeitas, famílias foram separadas e também sabemos que negócios pereceram, fruto de uma polarização política que tomou conta do país.

Além das disputas políticas acaloradas, nossa curta e limitada atenção foi disputada por um carnaval tardio e uma copa do mundo de futebol. Parecia que

tudo colaborava para que fôssemos distraídos, e em um piscar de olhos, lá estávamos nós lendo as manchetes das últimas notícias, ouvindo um programa de rádio, um podcast, um videocast ou uma movimentação nos grupos de whatsapp.

Em muitas prospecções que fiz ao longo de 2022, ouvi algumas frases que pareciam programadas e ditas por robôs ao invés de pessoas: “vamos conversar depois do carnaval”, “vamos conversar depois eleições”, “vamos conversar depois que escolherem os ministros”, “vamos conversar ano que vem”. Pura desculpa.

Nós somos condicionados a utilizar fatores externos como muletas emocionais de esquiva para as nossas próprias mazelas, para todos aqueles assuntos que não temos capacidade de planejar e decidir no médio ou longo prazo.



E conversando com a equipe de redação para esta edição, falamos sobre esta dificuldade de planejamento por parte do varejista, que chegou ao final de 2022 atropelado por um resultado de uma eleição conturbada, com um cenário futuro político e econômico incertos, com uma Copa do Mundo de Futebol acumulada com uma Black Friday e uma campanha de Natal, tudo junto e misturado ao mesmo tempo e agora.

Para confirmar esta minha tese, ao dialogar com alguns franqueadores e franqueados, percebi o mesmo tom. Mesmo em redes de franquias com centenas de operações, senti uma dificuldade de estabelecer um foco e definir as prioridades nesta reta final de 2022. Ouvi de diversos gestores que havia uma dificuldade real de executar o planejamento, devido ao acúmulo de ações possíveis na linha de frente.

Sempre que toco neste assunto, em minha mente imagino o varejista, seja no setor de franquias ou fora dele, como a saudosa Carmen Miranda, cantando, sorrindo e dançando a icônica “Chica Chica Boom Chic” equilibrando uma imensa salada de frutas acima da cabeça. Aposto que ao ler isso, imediatamente você também fez a analogia e entendeu o desespero dos varejistas no fim de 2022. As redes de franquias ainda trabalham com muito planejamento estratégico, planejamento de marketing, mas a maioria do nosso Brasil é composta pelos micro e peque-

nos negócios, que não possuem a mesma capacidade de organização e planejamento de uma rede.

Mesmo estando à frente de uma micro empresa, eu me preocupei em planejar os próximos anos do meu negócio independente do resultado das eleições de 2022. Também reforcei meu caixa e pisei no acelerador lá na prospecção, que para mim, é a etapa mais importante para o comercial de qualquer negócio.

Caso você leitor também esteja se sentindo equilibrando uma salada de frutas na cabeça enquanto sorri, canta e dança, meu conselho para você é: tenha foco.

Não tente abraçar todas as ações senão sua empresa irá parecer ainda mais com os memes que acabamos vendo aos montes na internet, manequins de lojas fantasiados para o Halloween, segurando faixas, bolas, bandeiras e acessórios verde-amarelos do Brasil, em uma loja decorada para o Natal com uma enorme faixa de Black Friday na fachada.

Franqueador, franqueado e varejista em geral, eu sei que você já é um artista neste espetáculo das vendas mas não se cobre tanto para ser um artista tão completo quanto Carmen Miranda foi, faça o básico bem feito e mantenha o foco.

“É brasileiro o Chica chica boom chic. Com um pandeiro fazendo o Chica boom chic”. (Harry Warren / Mack Gordon).