

# PROPOSTA DE MELHORIAS PARA O SETOR DE VENDAS A PARTIR DE UM PLANO DE AÇÃO DESENVOLVIDO NA FERRAMENTA 5W2H

Congresso Online de Gestão Estratégica., 1ª edição, de 18/01/2021 a 22/01/2021  
ISBN dos Anais: 978-65-86861-57-0

SOUSA; Joiciane Rodrigues de<sup>1</sup>, SANTOS; Isabel Feitosa dos<sup>2</sup>, SILVA; David Yann da<sup>3</sup>, NASCIMENTO; Riquelme de Sousa<sup>4</sup>, BANDEIRA; Ivan Lima<sup>5</sup>

## RESUMO

As organizações visam alcançar melhorias em seus processos, a fim de obter padrões de qualidade e de produtividade. Desse modo, o uso de ferramentas que possam auxiliá-las é relevante, dentre elas tem-se o método 5W2H, que se refere à estruturação de um conjunto de ações no intuito de resolver os problemas existentes, facilitando a identificação de falhas nas tarefas e definindo soluções. A metodologia trata-se de estratégias para qualquer tipo de atividade; sejam elas de cunho pessoal profissional ou empresarial, que devem ser planejadas e executadas com objetividade, em que o uso dessa técnica representa um direcionamento para essas atividades. O propósito central do 5W2H é responder sete questionamentos e organizá-los: 'O que?', 'Por Quê?', 'Quem?', 'Onde?', 'Quando?', 'Como?' e 'Quanto?'. Este trabalho teve a problemática: Como melhorar a queda das vendas de uma ótica e joalheria no interior do Nordeste, ocasionado pelo distanciamento social em função da COVID-19? Assim, o objetivo foi propor melhorias para o setor de vendas a partir de um plano de ação desenvolvido na ferramenta 5W2H. A pesquisa teve uma abordagem qualitativa, e foi uma pesquisa ação, no qual os pesquisadores se engajaram com o projeto, em busca de soluções práticas para os impasses identificados na entrevista do roteiro semiestruturado aplicado com o gerente geral. Dessa forma, inicialmente definiu o plano de ação dos próprios pesquisadores, e realizaram o *brainstorming* para analisar os problemas observados. Com a finalidade de facilitar o reconhecimento dos problemas e organizar a solução, utilizaram diversos instrumentos, como os 5 porquês, a abordagem FCAR, o fluxograma de rotina, a matriz GUT, a matriz SIPOC, o Seis Sigma, os KPI's de vendas. Destaca-se que tiveram dúvidas, todavia decidiram que o plano de ação da empresa seria a criação de um *e-commerce* para que pudesse aumentar a cobertura, elevando o alcance dos produtos para além do público-alvo atendido na loja física. No intuito de validar a ideia, foi feita uma pesquisa de viabilidade de implantação da loja virtual em seis estados do Nordeste, região da empresa, incluindo o próprio estado; e em um estado da região Sudeste. Percebeu-se que era viável, dado que os respondentes demonstraram interesse pela compra dos produtos em um *e-commerce*, a exceção foi os óculos de grau; além disso, estavam dispostos a pagar pelos fretes. O plano teve prazo de execução dentro de um ano, uma vez que seria necessário apenas contratar um profissional de tecnologia da informação, com as habilidades requisitadas para criação e gerenciamento da loja *on-line*; destarte, foi feito o orçamento do investimento e dos custos totais. Sendo assim, o delineamento de modo simples das sete etapas da metodologia, facilitou o entendimento do gestor, no que diz respeito às ações que deveria executar em cada etapa da proposta sugerida. Portanto, é possível implantar o plano de ação, e ele produzirá otimizações para o setor de vendas da empresa. Constata-se ainda, que a metodologia adotada contribuiu para o desenvolvimento de competências nos pesquisadores, na medida em que tiveram que realizar estudos e utilizar outras ferramentas na prática.

**PALAVRAS-CHAVE:** Ferramentas da Qualidade, Solução, Plano de Ação, Objetividade, Melhoria Contínua.

<sup>1</sup> Universidade Federal do Piauí - UFPI, joicianerodrigues@ufpi.edu.br

<sup>2</sup> Universidade Federal do Piauí - UFPI, isabel.santosmais@gmail.com

<sup>3</sup> Universidade Federal do Piauí - UFPI, davidyann95@gmail.com

<sup>4</sup> Universidade Federal do Piauí - UFPI, riquelmenascimento2002@gmail.com

<sup>5</sup> Universidade Federal do Piauí - UFPI, ivanbandeira018@gmail.com

<sup>1</sup> Universidade Federal do Piauí - UFPI, joicianerodrigues@ufpi.edu.br  
<sup>2</sup> Universidade Federal do Piauí - UFPI, isabel.santosmais@gmail.com  
<sup>3</sup> Universidade Federal do Piauí - UFPI, davidyann95@gmail.com  
<sup>4</sup> Universidade Federal do Piauí - UFPI, riquelmenascimento2002@gmail.com  
<sup>5</sup> Universidade Federal do Piauí - UFPI, ivanbandeira018@gmail.com