



SUA LOJA DE ROUPAS VENDENDO MAIS, COM MENOS ESTOQUE

PROCESSOS



Imagine a cena

Imagine a cena: você entra na sua loja de roupas e as prateleiras estão cheias, assim como teu estoque. Talvez, o primeiro sentimento seja de satisfação, afinal, você tem muita opção e variedade para seu cliente escolher, não é mesmo?

Mas será que é preciso ter um estoque grande para garantir que sua equipe de venda bata as metas da loja?

Você já parou para pensar (e calcular) o impacto do estoque no caixa da sua empresa?



Desafio diferente

No varejo de moda, gerenciar o estoque é um desafio diferente do que em outros varejos. Afinal, a compra é feita meses antes da coleção ser lançada.

Clima inesperado para a estação, nova moda surgindo, mudanças do cenário econômico. São muitos os fatores que podem impactar suas vendas após todo planejamento e compras de estoque feita.



Por que você não deve ter um estoque acima do necessário?

01

Custo de armazenamento

Quanto maior o estoque, maior o espaço para guardar, gerando a necessidade de lojas maiores e com maior custo de ocupação. Além disso, é necessário um maior investimento em mobiliário para guardar o estoque.

02

Perda de estoque

Se a loja tem um volume muito grande de estoque, é mais fácil haver perda de produto por danos no armazenamento ou furtos.

03

Obsolescência

Estoque de coleções antigas podem sair de moda, fazendo o cliente perder o interesse e tornando mais difícil vendê-la sem uma promoção ou liquidação.

04

Risco de capital

Depois que você comprou o estoque, ele só voltará a ser recurso financeiro quando você vender (e receber) ele. E com muito capital parado nas prateleiras, aumenta o risco de precisar de recursos de terceiros para manter o negócio operando se as vendas caírem.

Algumas dicas

Separamos algumas dicas para você se preparar melhor e garantir mais venda com menos estoque!

1. Defina meta de compras partir da meta de vendas

Nem muito, nem pouco, você precisa ter um estoque suficiente para cobrir sua necessidade de venda, tendo opções para o cliente, mas sem “encalhar” com produtos. Para isso, primeiramente você precisa definir a meta de venda da sua coleção.

Depois, calcule o Custo da Mercadoria Vendida (CMV) necessário para bater a meta definida. O CMV é calculado dividindo a meta de venda pelo markup. Por fim, acrescente um % de compra adicional para ter margem de opções e possibilidade de vender acima da meta. 30% de compras extras é suficiente!

Vamos a um exemplo?

- Meta de venda da coleção: R\$ 42.000,00
- Markup sobre preço de custo: 3 x | uma peça comprada a R\$ 10,00
é vendida a R\$ 30,00
- CMV: $R\$ 42.000,00 \div 3 = R\$ 14.000,00$

Meta de compra:
 $R\$ 14.000,00 + 30\% = R\$ 18.200,00$



2. Conheça seu histórico de vendas

Não adianta você ter meta financeira para a compra se você não sabe o que comprar. Para isso, conheça o perfil do seu público e o histórico de compra por categoria de produtos. Com isso, você determina o orçamento de compra para cada uma delas.

Se, por exemplo, sua loja possui 3 categorias de produtos e definiu o orçamento de R\$ 18.200,00:

CATEGORIA	% VENDA COLEÇÃO ANO ANTERIOR	ORÇAMENTO PARA COMPRA
Vestidos	38%	R\$ 6.916,00
Calças	30%	R\$ 5.460,00
Blusas	24%	R\$ 4.368,00
Acessórios	8%	R\$ 1.456,00
	TOTAL	R\$ 18.200,00

3. Acompanhe indicadores financeiros de estoque

Definir e acompanhar indicadores de estoque te ajudam a monitorar se as suas compras e vendas estão condizentes com as estratégias tomadas. Elas são fundamentais para garantir que você não exagere nas compras (elevando teu estoque), não falte produto (perdendo venda) e não te obrigue a fazer grandes liquidações para recuperar o dinheiro parado nas prateleiras.



Conheça alguns indicadores



Curva ABC

A análise ABC categoriza seus produtos em ordem de venda (por volume ou faturamento), te auxiliando a decidir os itens mais relevantes para a empresa (e que não podem faltar).



Nível de estoque

Te informa a quantidade de estoque disponível. Pode ser acompanhado em volume ou valor e comparado com a necessidade de compra calculada para a coleção, indicando se há um excedente ou falta de estoque.



Giro de estoque

Analisa quanto tempo leva para seu estoque ser vendido e repostado. É calculado dividindo o nível de estoque pelas vendas médias de um período.



Tempo de estoque

Analisa quanto tempo levaria para você gerar o seu estoque considerando sua venda. É calculado dividindo o valor do estoque (em custo) pelo custo da mercadoria vendida média de um mês. Por exemplo, se você tem R\$ 120 mil reais em estoque e o CMV mensal é de R\$ 14.000,00, significa que levaria quase 9 meses (sem comprar mais nada) para zerar o teu estoque.

**Quer mais dicas sobre gestão
de estoque para uma loja de roupas?**



**Acesse também nosso e-book
“Como montar um estoque
de loja de roupas”.**



digital.sebraers.com.br

0800 570 0800