

Boletim Informativo – Alutim

Uma iniciativa da Alutim Alumínio Timbó Ltda. – www.ALUTIM.com.br

Feliz Ano Novo!

A Alutim agradece a todos os seus Clientes pela parceria neste ano que já passou.

Queremos que vocês continuem sempre com esse companheirismo e que continuem nos prestigiando com a sua preferência e a sua atenção, pois só assim, teremos motivos para continuar sempre buscando o melhor.

Desejamos que este novo ano seja repleto de novos e bons negócios, que traga novas e lucrativas oportunidades e que tenhamos alegria e saúde de sobra para realizar todos os nossos sonhos e projetos. ■

Análise de Mercado

E para começar bem o ano, nada melhor do que analisar o mercado em que sua empresa está inserida. A análise serve para você chegar a duas conclusões:

O que os seus clientes querem: Não importa muito se você acha o produto genial, lindo e maravilhoso, você precisa saber o que seu potencial Cliente acha. Se você está querendo lançar um produto já existente, descubra o que as pessoas gostam nele e copie ou faça melhor do que o já existente. Descubra os problemas enfrentados pelos clientes e evite que sua versão tenha esse problema.

O que os seus concorrentes oferecem: Lembre-se que se você acha que não terá competição há algo errado. Mesmo sendo um produto totalmente novo, ele precisa satisfazer uma necessidade já existente. Imagine que você era um vendedor de celulares na antiguidade, sua concorrência seriam os treinadores de pombos-correio. Baseado no que os Clientes querem, analise como você está em relação aos concorrentes. Aqui vale muito a criatividade para pensar em como superá-los.

Na prática, existem duas formas de conseguir essas informações:

Pesquisa de Gabinete: Procurar informações em internet, jornais, etc. pode ser uma boa possibilidade, e darão uma noção do potencial de mercado, as informações mais úteis virão na pesquisa de campo.

Pesquisa de Campo: Em algum momento será necessário perguntar diretamente ao Cliente o que ele quer, e nesse caso as famosas “visitas” ou reuniões presenciais são a melhor opção, tanto para descobrir o que o seu Cliente atual necessita, ampliando produtos e serviços, quanto para ouvir e entender as necessidades dos Clientes futuros. E no final são suas conclusões criativas sobre como satisfazer o cliente de uma forma melhor do que ele é satisfeito hoje que farão a diferença. ■

Fonte: <http://www.superempreendedores.com>

Expectativa da Construção Civil em 2012

A crise internacional não está assustando a construção civil brasileira. Ao contrário, para o presidente da Câmara Brasileira da Indústria Construção (Cbic), Paulo Safady Simão, há boas chances de o setor ser “o grande player” de 2012, com um crescimento projetado de 5,2% no Produto Interno Bruto (PIB) do setor. Na cadeia, a expectativa é de crescimento ainda maior, entre 8,5% e 9%.

O país não tem problemas de recursos, de regras e nem de modelos ou projetos. E o mercado imobiliário tem batido recorde atrás de recorde, com uma previsão de recursos superior a R\$ 110 bilhões, contando com os da poupança e do FGTS (Fundo de Garantia do Tempo de Serviço).

Em 2010, o PIB da construção registrou desempenho recorde, com crescimento de 11,6%. Em 2011, o setor cresceu 4,8%.

Trata-se de um crescimento extremamente importante, A situação pode ficar ainda melhor, caso se confirme a expectativa de entrada de capital estrangeiro na construção civil brasileira. ■

Fonte: <http://www.correiobraziliense.com.br>

Lançamentos

A Alutim apresenta a **Curva 90° CG 078 (33° Esquerda e Direita** nas cores: **Fosco, Preto e Branco**.



As Curvas de Corrimão desenvolvidas pela Alutim servem para unir um perfil ao outro, evitando assim cantos nos corrimões. Com a Curva 90° CG 078 para 33° os problemas encontrados na hora de fazer um corrimão na subida e descida de escadas estão resolvidos. Além de facilitar a instalação, a Curva oferece segurança e durabilidade para as obras mais exigentes.

Este e outros lançamentos você encontra em nosso site: www.alutim.com.br – **Produtos.** ■