

# Como o Trade Marketing estimula a colaboração dentro e fora das empresas?

O que significa colaboração nos negócios? É um arranjo cooperativo no qual duas ou mais partes, que podem ou não ter relacionamento prévio, trabalham conjuntamente em função de um objetivo comum. O interesse pelo tema da colaboração vem crescendo em todo o mundo. E pensando mais a fundo sobre esse assunto, cheguei à conclusão que uma das competências mais fortes da área de Trade Marketing é a colaboração.

Na sua essência, o Trade Marketing surge, dentro das empresas de bens de consumo, como um processo colaborativo que busca alinhar as estratégias de diversas áreas (tais como marketing, vendas, planejamento de demanda e logística) em torno de objetivos comuns, que são: implementar as estratégias das marcas, otimizar a rota de canais de marketing e atender às necessidades dos shoppers. Internamente, os diversos processos possuem suas competências específicas e a soma de todas elas fortalece a eficiência e produtividade das empresas.

Além desse papel, o Trade Marketing tem a função de colaborador externo e deve entender as demandas de varejistas, distribuidores e atacadistas, endereçando ações para capturar as melhores oportunidades de geração de demanda. Em um ambiente de mudanças constantes, as empresas fornecedoras e as varejistas possuem competências diversas que devem ser combinadas em um processo gestão colaborativa.

Algumas iniciativas que demonstram esta colaboração podem ser destacadas aqui no Brasil entre empresas de bens de consumo e grandes varejistas. Os planos de negócios anuais com envolvimento das diretorias de ambas as empresas são bons exemplos dessa colaboração existente há muito tempo no setor

supermercadista e nas farmácias. Os projetos de gerenciamento de categorias entre varejistas e fabricantes reforçam esses esforços colaborativos.

Porém, gostaria de evidenciar algumas ações recentes que tenho observado nessa relação entre varejo e indústria. A iniciativa das Farmácias Panvel e Unilever no desenvolvimento de um projeto que viabilizou um locker para retirada de produtos comprados on line. A rede Ponto Frio e a Samsung na parceria em proporcionar a experiência com a realidade virtual na nova loja do Shopping Vila Olímpia, que reúne diversas tecnologias diferenciadas.

A área de Trade Marketing tem o dever de estimular esse espírito colaborativo para construir sinergias internas e externas às organizações, para assim alavancar resultados positivos.

NOVAREJO: Por: **Tania Zahar Miné**