



DO it!



N.º **41**
WWW.DOIT.PT
MAR ABR MAI 22
PREÇO €3,75 (Cont.)



VENDAS & NEGOCIAÇÃO



Vender é Servir! Gerir é Medir...

Luis Duarte
Chief General Manager · MORE Results



Negociar e Vender no Mercado do Luxo e das Jóias de Autor

Maria João Bahia
Jeweller | Empresária



Investir para inovar. Inovar para internacionalizar

Paulo Barradas Rebelo
CEO Bluepharma



Escutar e inspirar tranquilidade vende!

Carla Salsinha
Empresária e Presidente da UACS

- ☰ **DILEMA DA INOVAÇÃO**
- ☰ **7 ORIENTAÇÕES PARA BROKERS**
- ☰ **OBJETIVOS SMART ou SMARTIES?**

01-03-2022

Meio: Imprensa

País: Portugal

Period.: Trimestral

Âmbito: Economia, Negócios e

Pág: 1

Cores: Cor

Área: 6,88 x 6,07 cm²

Corte: 6 de 6



CARLA SALSINHA

Empresária e Presidente da União
de Associações do Comércio
e Serviços de Lisboa (UACS)

Fotos: DR



**DO it!** QUEM É A CARLA SALSINHA?

CS: Sou apaixonada por comércio e por gestão, desde logo por ter nascido numa família proprietária da empresa que hoje lidero, a AGACRI Couture, que existe há 45 anos, sendo hoje a mais antiga loja de vestidos de noiva e de cerimónia de Lisboa.

Licenciei-me em Economia e comecei por trabalhar em Auditoria avaliando sobretudo a rentabilidade das empresas, o que mexeu muito comigo, vendo que muitas tinham o fim decretado... Na altura surgiu o desafio de começar a trabalhar na empresa com a minha mãe e nunca mais saí de lá.

DO it! COMO NASCEU A AGACRI?

CS: Quando vivia em Luanda a minha mãe tinha a loja de cerimónia onde se vestia a elite angolana, chamada "A Cigarra". Ao vir para Portugal trouxe o letreiro, que na altura ainda era manual, mas não conseguiu manter o nome por já existir uma loja "A Cigarrinha". Na tentativa de aproveitar as letras da insígnia inicial, acabou com escolher "AGACRI" por lhe soar bem. Porém, há alguns anos um cliente indiano que passava pela loja ficou curioso a olhar para o nome. Entrou para nos perguntar se eramos indianos, referindo-se que existe na Índia uma especiaria rara que se coloca nos doces, com um nome

semelhante. Foi algo que achámos curioso e interessante pois a nossa loja quer ser vista com uma natureza de exclusividade e de total personalização, já que o casamento é um momento em que tanto os noivos como os seus convidados se querem sentir únicos e especiais.

DO it! QUAIS CONSIDERA SEREM AS CARACTERÍSTICAS DE UM BOM VENDEDOR?

CS: Acima de tudo alguém que sabe escutar e que, através dessa escuta consegue compreender cada cliente, dando-lhe segurança e confiança nas decisões. Não se trata de vender mais um vestido, temos que explicar que vamos estar ali para a



apoiar. Na nossa área de atividade as emoções estão à flor da pele e é muito importante gerar empatia e transmitir tranquilidade desde o primeiro momento, pois acompanhamos cada cliente de forma personalizada durante 9 ou 12 meses ao longo dos quais eles têm altos e baixos. Durante essa caminhada é preciso envolver cada cliente, estar disponível e desmistificar vários tabus e preconceitos, nomeadamente sobre o que uma noiva pode ou não vestir, sabendo aconselhá-la e reforçando a sua autoestima, contribuindo para que tenha uma experiência extremamente gratificante ao longo de todo o processo.

Uma aparência agradável e tranquila de quem vende também é muito importante na nossa atividade.

DO it! E COMO CATIVAM NOVOS CLIENTES?

CS: Sem dúvida principalmente através do boca-a-boca, sendo que a AGACRI já está a vestir 3ª gerações de clientes! Recentemente "casámos" um rapaz de uma família cujos membros temos vestido para todos os Casamentos, Baptismos, Cocktails, etc. Por outro lado, as redes sociais assumem uma importância cada vez maior. Atualmente, apostamos altamente nas redes, nomeadamente no Instagram, divulgando maioritariamente fotografias dos clientes nas respetivas cerimónias, que os próprios nos enviam. Normalmente de 10 em 10 anos assinalamos o aniversário da loja com desfiles de moda, os quais para além de modelos também incluem o desfile pelos próprios clientes. Na Expo-noivos chegamos a ter nos nossos desfiles com 300 a 400 pessoas. Esta forma de estar faz com que os clientes se apropriem da nossa marca e se estabeleçam laços para a vida.

DO it! COMO CONCORREM E SE DIFERENCIAM DAS GRANDES IN-SÍGNIAS INTERNACIONAIS DESTA ATIVIDADE?

CS: Antes do mais pelo atendimento altamente personalizado e familiar que proporcionamos, apostando numa relação ao longo do fio narrativo de toda a vida dos nossos clientes. Quando abrimos há 45 anos atrás havia 4 lojas de noivas, hoje na região de Lisboa haverá 60 a 70 lojas... Em termos de agressividade comunicacional geral não podemos competir com os grandes grupos internacionais, por isso é a relação personalizada e de continuidade que pode a diferença.

DO it! O QUE CONSIDERA QUE TEM QUE ASSEGURAR PARA O SUCESSO DE UMA LOJA?

CS: A imagem e decoração da loja têm que ser renovada frequentemente, para que os clientes sintam que a empresa está sempre a ser renovada. A gestão e o equilíbrio financeiro são fundamentais para mantermos relações duradouras com os fornecedores, numa lógica de parceria para os dois lados e este foi sempre um dos nossos pontos de honra e de sustentabilidade. Temos que nos estar sempre a adaptar, até porque a média de idade com que as pessoas hoje casam aumentou. Hoje anda à volta dos 35/45 anos.

DO it! EXISTE ALGUMA FRASE QUE A INSPIRE PARA O SEU NEGÓCIO?

CS: Tal como a minha mãe dizia, eu também digo que tenho 2 famílias: a de casa e a da AGACRI, a qual inclui muitos clientes.



“ As redes sociais assumem uma

importância cada vez maior. Atualmente, apostamos altamente nas redes, nomeadamente no Instagram, divulgando maioritariamente fotografias dos clientes nas respetivas cerimónias, que os próprios nos enviam

**União de Associações
do Comércio e Serviços**

DA REGIÃO DE LISBOA E VALE DO TEJO



DO it! O QUE A MOTIVOU A CANDIDATAR-SE À PRESIDÊNCIA DA UNIÃO DE ASSOCIAÇÕES DO COMÉRCIO E SERVIÇOS DE LISBOA (UACS)?

CS: Num momento tão crítico como este, após dois anos de pandemia, os enormes desafios que se apresentam ao Comércio e Serviços são o estímulo e só aumentam a nossa vontade e desejo de trabalhar pelo setor. É por isso com enorme honra que assumi no passado dia 12 de janeiro de 2022, a Presidência da UACS, que celebra este ano 152 anos de existência, em conjunto com mais 17 empresários do comércio, mas acima de tudo, com o peso da responsabilidade de representar os milhares de empresários que desenvolvem a sua atividade na cidade de Lisboa.

DO it! O QUE DIFERENCIA A ATUAL DIREÇÃO DA UACS?

CS: Esta é a Direção mais jovem de sempre, sendo que vários dos meus colegas nunca estiveram no movimento associativo. Acredito por isso que temos condições para refrescar a nossa dinâmica associativa,

implementar iniciativas diferentes, contribuir para a revolução digital e atrair gente nova.

DO it! COMO VAI A UACS ALAVANCAR A SUA INTERVENÇÃO?

CS: Para além de neste momento a UACS ter autonomia financeira, não estando por isso refém de ninguém, somos um parceiro importante na implementação de ações apoiadas pelo Plano de Recuperação e Resiliência (PRR), para alcançar os objetivos da transição digital na economia portuguesa, com um valor associado de 450 milhões de euros, abrangendo as iniciativas dos Bairros Comerciais Digitais, das Aceleradoras do Comércio Digital e da Internacionalização via E-Commerce.

DO it! EM QUE CONSISTEM OS BAIROS COMERCIAIS DIGITAIS?

CS: As pessoas gostam comprar no comércio de rua e este Programa pretende fomentar uma nova forma de os consumidores se relacionarem com os comerciantes. Fruto do teletrabalho hoje os bairros têm que ter novas ofertas e dinâmicas, numa lógica de centros comerciais a céu aberto. O Bairro Digital abrange uma área específica de maior concentração de comércio no seu seio. Pode contemplar não só a presença online das respetivas lojas, como sinalética e plataformas digitais relativas ao estacionamento, informação sobre horas de maior tráfego pedonal. A UACS vai apresentar um bairro exclusivamente gerido por si própria e outros em parceria com as Freguesias. Pretende-se que após 4 anos, os Bairros Digitais tenham uma gestão própria.

DO it! E QUAIS SÃO OS OUTROS EIXOS PRIORITÁRIOS DA UACS?

CS: Chegar aos novos empresários. Proporcionar formação digital e em gestão aos empresários. Requalificar e ampliar os serviços que prestamos aos associados. Simplificar o sistema de quotizações. Criar Bolsa de Emprego, nomeadamente preparando imigrantes ao nível da língua e da cultura portuguesa, entre outras.