

Por Paulo Araújo

Qual o grande desafio de um líder? Direcionar, educar, acompanhar, inspirar, cobrar, motivar e tantos outros verbos no infinitivo.

Mas de todos os verbos citados, sinto que na prática, o campeão deve ser o cobrar. O problema é como se faz a cobrança. A cobrança hoje, na maioria das empresas é burra! Burra em se traçar uma meta financeira e seja o que Deus quiser. Números definidos por históricos passados, percentual de crescimento desejado, momento do mercado ou até mesmo intuição.

E depois do número definido e divulgado para a equipe começa a eterna correria para atingir o desejado numeral. Mas, e as metas de atuação? Quem deve direcionar, educar, acompanhar, inspirar, cobrar e motivar de uma forma justa? O líder, é claro!

Agora entra a minha sugestão. Além de traçar metas financeiras, criar as metas de atuação que nada mais são do que a forma, o caminho que o líder espera que o profissional de vendas trilhe para atingir determinado objetivo. Deve ser simples, direta e elaborada em conjunto com o seu executor afinal, a era do líder impositor já foi faz tempo. Veja algumas dicas:

Crie critérios de medição. Elabore uma forma de medir a execução do plano. Estipule um período de duração, nem curto demais, nem longo demais. Um plano de atuação com duração de três a quatro meses está de ótimo tamanho. Faça avaliações constantes e dê um feedback no estilo – totalmente insatisfatório, parcialmente satisfatório, satisfatório e excelente.

Seja específico em cada ponto. Defina a forma como você deseja que o profissional atue e seja específico. Imagine, por exemplo, que a sua empresa vende produtos para hotelaria: a meta é de prospectar 10 clientes no mês, não é o bastante. O ideal é deixar mais claro. Veja:

Prospectar 10 clientes/mês no grupo: Hotel – subgrupo: Hotel Turismo no Estado de SC e na Região do Vale do Itajaí. Assim fica muito mais claro!

Nada de exageros. As metas de atuação não são para ser um tratado governamental com 200 páginas. O ideal é que não passe de uma página e direcione a forma de atuar e seja condizente com a estratégia definida. Direcione o profissional para atividades que agreguem valor e que o auxiliem a manter o foco e a disciplina na sua rotina.

Acompanhe e dê feedback. Outro ponto em que os líderes pecam é na questão de acompanhar. Atropelados pela própria rotina acabam por esquecer que a meta principal do líder de vendas é fazer os outros venderem. Sugiro que ao menos uma vez por semana e não mais do que quinze dias, com duração do encontro pré-determinado, se reúna com o profissional e faça a seguinte pergunta: O que você está fazendo para atingir as suas metas? Caso a empresa tenha um sistema de vendas peça para ele mostrar os lançamentos feitos e os negócios, prospecções e recuperações de inativos em andamento. Deixe-o falar, ouça e depois faça suas sugestões ou críticas, sempre construtivas.

Essa forma de atuação é simples, direciona e dá foco. Além disso, os membros da equipe se sentem mais seguros e verdadeiramente liderados. Inteligência em vendas é isso! Contribuir para que as vendas aconteçam de forma natural e de forma sustentável sempre direcionando cada profissional dentro das suas características e pontos fortes. Sem as metas de atuação o

fim do mês é sempre uma loucura quando a meta não consegue ser atingida. Uma correria danada, preço lá embaixo, vendedores estressados e mal direcionados. Sem estratégia, não há resultados. Sem pessoas bem direcionadas, não há estratégia que funcione. Simples e difícil assim!

*Paulo Araújo é palestrante de motivação e vendas. Autor de “Desperte seu Talento – dicas essenciais para a sua carreira” - Editora EKO, entre outros livros. Site: www.pauloaraujo.com.br
E-mail: paulo@pauloaraujo.com.br

www.lideraonline.com.br