

As 4 Etapas da Gestão Funcional do Negócio

31/01/2012

Todo negócio deve ser gerido por meio de um processo de gestão, alinhado e bem regulado com os ambientes interno e externo; para promover a excelência dos resultados.



Garantir o sucesso de um negócio depende de como ele é planejado, executado e conduzido, como também do seu processo de gestão e da forma com que os colaboradores vivenciam esse contexto. Uma empresa é uma máquina viva formada de engrenagens – peças fundamentais entre si, que se completam e dependem umas das outras para promoverem o movimento contínuo com pouco esforço; por serem dependentes, a falha de uma compromete todo o funcionamento das demais.

Os colaboradores são as peças fundamentais do processo, quando estão inseridos nele. Para alinhar essa relação do colaborador com o negócio, de forma estratégica e colocar em prática As 4 Etapas da Gestão Funcional – Treinar, Avaliar, Premiar, Punir –, o gestor precisa entender que é um processo diário; que necessita da motivação dos colaboradores para desaprender e aprender a cumprir com suas funções, metas, objetivos de forma ordenada, controlada e excelente.

O empresário e gestor almejam o crescimento do negócio, são os responsáveis pelo processo, estado emocional da equipe e por todos os resultados que ela proporciona. Sendo o consumidor a personagem mais importante nesse contexto, mas que, nem sempre está no foco do planejamento, porém sempre aparecerá na execução das estratégias por ser o dono do negócio – ele tem o poder de demitir de uma só vez toda a empresa, basta deixar de fazer negócio com ela –; o poder de decisão é do cliente.

Todo processo de gestão depende do planejamento e principalmente de como será executado. Para se obter melhores resultados é fundamental que seja iluminado pela realidade do consumidor, norteador por um plano de marketing e

colocado em prática por profissionais, de forma transparente junto aos clientes, colaboradores e consumidores.

1ª – TREINAR

O gestor pode cobrar do colaborador aquilo que lhe ensinou e exigir o resultado do processo planejado. A importância de manter a equipe treinada, em conformidade com o plano de marketing e os protocolos de procedimentos da empresa é fundamental, pois a ausência do treinamento enfraquece o processo e gera desconforto para o profissional, que atuará sem saber qual atitude tomar em determinadas circunstâncias. A equipe de colaboradores deve entender claramente a missão e a visão da empresa, os métodos operacionais, as táticas de comunicação, estratégias de ação, com o devido feedback dos clientes, para que possa proceder em conformidade com os mesmos; ao contrário, não existirá um processo, mas sim ações aleatórias e independentes, que não poderão ser avaliadas e controladas.

É de extrema importância criar metodologias de trabalho com foco no cliente e protocolos de procedimentos detalhados, para que toda ação seja executada em forma de processo e possa ser controlada, avaliada e alterada de acordo com o feedback do cliente. Todo o processo de gestão é avaliado diariamente e controlado sempre que necessário, o objetivo é manter a excelência do atendimento, da produtividade e lucratividade.

O treinamento ministrado esporadicamente não surte efeito no dia-a-dia da empresa e de seus colaboradores, como também os que são focados em conteúdos não praticados. Ele precisa ser ministrado periodicamente, no máximo de 15 em 15 dias, em média de 7 em 7 dias; dependendo da velocidade e volume dos negócios, o melhor é adotar treinamentos curtos e diários, ao início e final do expediente, focados nos resultados obtidos, nas estratégias planejadas e nas ações reais avaliadas. Essa prática incentiva os colaboradores a produzirem mais e, automaticamente, a se motivarem, pois na certeza de estarem cumprindo com as metas e objetivos traçados, terão estímulo para realizar sua função cada vez melhor e com prazer, um exemplo por analogia: um cidadão que ainda não domina bem a prática de andar de bicicleta. Ele fica inseguro, tenso. Por mais que pareça saber, não anda com prazer. Quando aprende os macetes, a arte de equilibrar-se e passa a dominar a técnica, pedala com prazer, alegria e busca cada vez mais novas manobras.

O diretor e gestor não podem culpar o colaborador pela falta de motivação e interesse no trabalho, é sua obrigação inovar e assegurar a equipe de que as ações adotadas estão apropriadas. Com o crescimento do mercado, o consumidor está mais exigente. Assim, cobra mais do colaborador, que, por sua vez, deve estar bem treinado e preparado para atender a demanda que lhe é imposta.

2ª – AVALIAR

O treinamento sem avaliação se torna vulnerável e fracassa pela ausência do feedback negativo e positivo, pois sem ele não existe como retroalimentar o

processo; que deve ser avaliado e controlado para que seja continuado ou modificado em função de seus resultados. Avaliar é na verdade direcionar o andamento das ações planejadas para evitar os erros, viés e ruído na comunicação daquilo que foi ensinado no treinamento. Quando o colaborador indicar um desvio no comportamento e/ou apresentar uma atitude desfavorável ao clima organizacional e ambiente, é imprescindível que seja notificado e treinado imediatamente para que retorne ao contexto de origem, antes que influencie os demais colaboradores e comprometa o processo de gestão.

Não podemos confundir avaliação com policiamento, pois a avaliação tem o objetivo de ajudar o colaborador a cumprir com seu objetivo, permitindo que o erro não represente riscos para ele e o negócio. Quando um colaborador executa uma ação, geralmente ele só ficará sabendo do resultado depois que o cliente aprovar ou não, nessa hora é tarde demais para evitar o erro, do qual poderá influenciar negativamente outros clientes e colaboradores. Por essa razão, a avaliação se torna uma ferramenta de extrema importância para a excelência do andamento do processo adotado e para a rotina de trabalho do colaborador.

O fato de o colaborador estar sendo avaliado diuturnamente proporciona para ele mais segurança e tranquilidade, pois conhecerá seu erro e saberá que, mesmo errando, poderá aperfeiçoar suas ações sem gerar resultados negativos para o negócio e sua equipe. Receber um feedback negativo é a oportunidade de crescer e o feedback positivo de aprimorar-se.

3ª – PREMIAR

Todo colaborador que mantém um ritmo crescente tende a destacar-se. Assim, se torna merecedor de premiação. O fato de receber uma premiação e ser vitorioso não significa que seja o melhor, mas o que se destacou naquele momento e executou 100% do seu protocolo; ser vitorioso é mais fácil que manter a vitória. Nessa hora, é que realça a prática constante do treinamento e avaliação para manter a vitória e aprimorar os conhecimentos, pois ninguém sabe tudo tanto que não possa aprender um pouco mais.

O prêmio é um bem material ou moral recebido pelo serviço prestado, trabalho executado, ou por méritos especiais, cujo objetivo é de diferenciar e destacar o colaborador que dedicou seus esforços para realizar o processo com efetividade. O colaborador em destaque deve contribuir com sua equipe para gerar o galardão mútuo, pois, em uma máquina viva, não pode haver falhas, vitoriosos e/ou derrotados, todos são um só ambiente e devem contribuir para seu crescimento. Desta forma, pode-se, assim manter a excelência do negócio.

4ª – PUNIR

Ao contrário da premiação, a punição visa tirar do colaborador um benefício concedido ou a conceder, não por castigo, mais para chamar a atenção, ou seja, para aplicar a correção. Assim, podemos coibir o erro e evitar que tome uma proporção prejudicial ao desenvolvimento do próprio colaborador e dos membros de sua equipe. E, essa ação é um mérito tanto por parte da empresa

quanto do colaborador, pois favorecerá o crescimento de todos.

Certos colaboradores vêem essa ação de forma distorcida. Para que fique claro esse princípio natural, deve-se entender que, em todas as formas de vida os erros são punidos para serem corrigidos e evitados. No livro de Provérbios de Salomão 12:1, notamos que: “o que ama a correção ama o conhecimento, mais o que se aborrece com a repreensão é um bruto”. Existe um pré-conceito com a palavra punição, correção, o fato é que ninguém quer perder – só ganhar –, ninguém quer morrer – mas todos querem ir para o céu. Sem excelência na oferta, não haverá excelência no resultado e, não existe crescimento sem ação planejada e que contenha erros. A correção é fundamental para o crescimento do negócio, individual e pessoal do colaborador.

CONCLUSÃO

Existe uma grande distância, no mercado, entre a verdadeira cultura organizacional da gestão estratégica de marketing, para as técnicas de administração adotadas, e as experiências vividas pelas empresas. Muitos “acham” tudo, mas poucos têm a certeza de como proceder. Fazem do negócio um laboratório de erros e acertos, tendo em suas mãos diversas oportunidades pouco exploradas, que: a maioria perde, a média dura pouco e a minoria ganha.

Os negócios são prósperos por natureza, basta estudar, não cometer erros, planejar e saber como geri-los – fazendo uma analogia ao ato de plantar uma árvore, vemos que: se pegarmos uma semente e jogarmos na terra, ela pode nascer; se colocarmos debaixo da terra, isso aumenta suas chances; mas quando estudamos e planejamos sobre qual é a melhor terra, adubo, profundidade e seguimos corretamente a metodologia adequada, será impossível dela morrer. A velocidade do seu crescimento dependerá do sucesso da operação e do cuidado contínuo.

Nada é tão difícil que não se possa aprender, e, tudo não é tão fácil quanto parece. Uma vez implantada, As 4 Etapas da Gestão Funcional do Negócio, contribuiu com a excelência do processo, sob a luz da realidade do consumidor; gerando satisfação para todo ambiente, com resultados positivos.

Paulo Eduardo Dubiel

Executivo em Gestão de Marketing e Negócios, Esp.

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

Link: <http://www.olheinfo.com/component/content/article/4-destaque/799-as-4-etapas-da-gestao-funcional-do-negocio.html>