

A complexidade de se administrar pessoas

Márcio Varela

Por trás do pano de fundo da atuação do empresário, movimentam-se máquinas, equipamentos e, principalmente, pessoas. Como a tecnologia foi criada e evoluiu pela inteligência do homem, torna-se menos traumático entendê-la, manuseá-la, substituí-la, consertá-la, dar manutenção, dominá-la. Administrar pessoas, no entanto, exige muito mais. E uma empresa não tem vida sem as pessoas, é como se elas fossem o espírito ou a alma do negócio. Ou seja: complexidade.

É importante que, eventualmente, o empresário encontre um tempo para refletir sobre:

- **O comprometimento da equipe com o crescimento das vendas.** Quando conjugamos o verbo vender, não remetemos essa ação somente para os funcionários registrados como vendedores. Queremos lembrar que todos vendem para a empresa. A telefonista vende pelo seu comportamento no atendimento. O arte-finalista vende ao transformar ideias em produtos gráficos. O impressor vende ao imprimir cores. O acabamento vende ao aplicar valores nas peças gráficas. O entregador, mesmo aquele escolhido pela gráfica para chegar até o cliente com as encomendas, vende pela qualidade dessa entrega. Será que o empresário passa constantemente essa ideia para toda a equipe?

- **Controle das vendas ganhas.** Ao conjugar o verbo ganhar, interiormente vivemos aquele momento de júbilo pela conquista. A autoestima das pessoas fica aguçada pela vitória. Nasce o impulso para uma nova conquista. Portanto, é importante que as pessoas da empresa tomem conhecimento dessas vitórias, de forma a conscientizá-las de que elas fizeram parte dessas conquistas.

- **Controle das vendas perdidas.** Somente os pessimistas conjugam o verbo perder. Quando a empresa deixa de fechar um negócio, a equipe otimista irá entender que houve um aprendizado. Passa a conjugar o verbo corrigir. Onde deixamos de acertar? Por que não acertamos? Seria realmente uma vitória para a equipe o fechamento daquela venda? A evolução só acontece quando há aprendizado. A equipe tem consciência disso?

- **Gestão da qualidade para a satisfação dos clientes.** A percepção maior do cliente está no resultado materializado de sua ideia. A idealização é algo subjetivo: o ideal de felicidade, do belo, da riqueza, da realização etc. Ao interagir ou negociar, as pessoas idealizam. Esperam como retorno a satisfação. Nossos clientes são pessoas e nossa responsabilidade está em entregar para eles a materialização de sua satisfação. O desafio está em passar para nossa equipe toda essa filosofia da satisfação. Os vencedores conseguiram isso.

- **Ações para buscar a fidelização de clientes.** No ritual da união entre pessoas, existe a idealização da fidelidade, na qual o compromisso está implícito no propósito: até que a morte os separe. Mas qual o significado do substantivo morte? Onde ela existe? Estaria na crença de que somos pó? Mas não poderia ter o significado de interrupção? E, ao longo da vida, dos negócios, não existem circunstâncias que poderão interferir no rumo dos propósitos? Sim. Então manter vivos os propósitos não seria o caminho para uma união comercial estável? Sua equipe e seus clientes têm conhecimento da missão e da visão de futuro de sua empresa? Que ações foram planejadas para construir o caminho desse futuro?

- **O que seus clientes falam para o mercado sobre seus trabalhos?** Existem diversas ações que poderiam massagear o ego da equipe. Acredito ser importante levar até ela a expressão do cliente quando satisfeito. Como materializar essa satisfação, senão informando a todos que o novo cliente chegou através de uma indicação? O reconhecimento anda próximo da autoestima. Somados, temos como resultado a motivação.

Para o empresário, sua equipe e a empresa, a conquista maior seria fazer parte do universo do cliente. Seria ser propriedade do cliente: minha família, meu médico, meu dentista, meu analista, meu advogado, minha gráfica... Vale lembrar que as pessoas são sentimentais. Trabalhar em equipe significa utilizar os sentidos com vistas à motivação.