

Trabalho em equipe

Clientes cada vez mais exigentes, concorrência acirrada, guerra de preços, pressões diversas... São palavras muito conhecidas de profissionais e organizações que atuam no mercado em geral.

Nesse cenário competitivo, as empresas buscam, constantemente, novas maneiras de conquistar a preferência dos clientes e realizar as vendas necessárias para a obtenção do lucro. Para isso é importante, entre outros fatores, a qualidade de produtos e serviços, a excelência no atendimento, uma política de preços coerente com a realidade do mercado, a compreensão das necessidades dos clientes e a existência de uma equipe disposta a vencer os desafios e obstáculos que surgem a todo o momento. Mas como desenvolver este espírito de equipe? Por que ele é tão importante? Quais os benefícios para a empresa e os profissionais?

Muitas questões surgem quando se trata desse tema e esse texto tem a finalidade de apresentar aspectos relacionados ao trabalho em equipe.

Práticas das equipes vencedoras

Quando um cliente chega a uma empresa, a diferença proporcionada pela atuação em equipe é sentida já no próprio ambiente, caracterizado por profissionais entusiasmados, otimistas e dinâmicos e reflete-se em todos os processos. Desde a anotação clara de um simples recado, até a busca de auxílio junto a um colega de trabalho, quando não se tem certeza de uma informação a ser passada para o cliente. E essa diferença contribui, e muito, para a realização de negócios. Essa atmosfera de equipe, de confiança e de compartilhamento, é conseguida por um árduo trabalho de liderança, capaz de conciliar os aspectos individuais dos profissionais com as expectativas da empresa e dos clientes. E cada empresa tem o seu estilo, as suas peculiaridades. Assim, não existe uma receita pronta. Entretanto, algumas práticas podem ser inspiradoras para o desenvolvimento de equipes vencedoras:

1- Definição de metas: saber aonde se quer chegar.

Esse é um fator relevante em qualquer organização. As metas são importantes porque definem para a equipe o que se espera dela. Geralmente não são muitas e podemos citar como exemplos: o estabelecimento do faturamento anual, o aumento do número de novos clientes em %, a redução de despesas em %, a abertura de uma filial, a redução do prazo de entrega em "x" dias etc.

As metas de faturamento estabelecerão as cotas dos funcionários da área de vendas e assim por diante. Ou seja, para o cumprimento da meta de faturamento anual, todos os vendedores deverão realizar bons negócios e cumprir suas cotas. Não adianta que apenas um seja

excelente, pois o sucesso da empresa é condicionado aos bons resultados de todos.

As metas devem ser passíveis de serem atingidas, desafiadoras e acompanhadas periodicamente. Além disso, a própria equipe pode ser encarregada de encontrar soluções quando as coisas não vão bem. Para isso, também é importante incentivar a participação em encontros e reuniões, que podem ser bem rápidos e constantes, por exemplo, 15 minutos no início do expediente ou da semana. Essa participação contribui para a motivação dos profissionais e para o compartilhamento de informações.

2- Praticar constantemente o "feedback": uma palavra colocada de forma correta faz toda a diferença; comunicação é tudo.

Alguma coisa não deu certo, um cliente reclamou, um balconista não está em condições de desempenhar bem sua função por algum motivo, ou então é preciso dar uma boa notícia. Situações como essas podem ser resolvidas pelo exercício do "feedback", palavra que quer dizer "retorno" e que é a alma da comunicação empresarial. Não é fácil realizá-lo, tanto por quem emite, quanto por quem recebe, mas tudo é uma questão de treino e consciência. O importante é comunicar, de uma forma transparente e honesta, visando melhorias dos processos e das pessoas.

3- Reconhecimento: satisfação pessoal e profissional.

Reconhecer, premiar e investir nos profissionais da empresa é também muito importante. Isso pode ser feito de várias formas: participação nos lucros ou resultados (verificar legislação), homenagens (colaborador do mês), apoio para participação em cursos de atualização e de desenvolvimento pessoal - e também em atitudes simples, como por exemplo, dar os parabéns quando algo tiver sido bem feito. O reconhecimento tem um forte significado para o funcionário, pois dá sentido de utilidade e valorização, aumenta a auto-estima e também cria energias para que ele vença os próximos desafios.

4- Liberdade para pedir ajuda: a importância da confiança.

Quantas vendas são perdidas por falta de uma orientação correta, decorrente de desconhecimento sobre o produto? Uma equipe plena consegue desenvolver um ambiente de confiança, no qual o resultado do conjunto de profissionais é maior do que a soma individual. Pedir ajuda significa a intenção de não errar, e a atenção dispensada por quem pode ajudar significa ensinamento e apoio. Esse efeito se multiplica e reflete-se em processos eficazes e clientes satisfeitos.

5- Delegar responsabilidades e apoiar realizações: autonomia e tomada de decisão.

Em uma equipe vencedora, as funções são distribuídas entre seus integrantes, que assumem a responsabilidade de executá-las. Também são estabelecidos graus de autonomia para tomada de decisão, como por exemplo, as possibilidades de descontos e condições especiais. Essas atitudes facilitam a realização de negócios, além de conferirem transparência e segurança ao negociador. Essas práticas de equipes vencedoras deixam claros os benefícios para a organização, principalmente no que diz respeito à melhoria das condições para realização de negócios, aumento da sinergia entre os funcionários, melhoria no ambiente de trabalho e aumento da satisfação dos clientes.

Por outro lado, as empresas que não atuam com o sentido de equipe têm maior propensão para desenvolverem aspectos como burocracia interna e confusão, em uma atmosfera de desconfiança e individualismo, o que pode influenciar negativamente em seu relacionamento com os clientes, diminuindo as suas condições de competitividade. É por isso que desenvolver equipes nas organizações é tão importante no acirrado mercado contemporâneo.

Renato Fonseca de Andrade
Consultor - Sebrae-SP