

Cliente interno no TOPO

Os novos gurus da "clientologia" ensinam que em primeiro lugar, lá no topo, devem estar os funcionários da organização, por exemplo, gerentes, vendedores e representantes. A razão é óbvia: clientes internos entusiasmados deslumbram clientes externos insatisfeitos.

Veja o mundo lá fora. Inspire-se no que as outras empresas fazem de melhor e desenvolva um programa que se encaixe nas necessidades de sua equipe de vendas.

Círculo interno

A empresa norte-americana Acco criou uma forma diferente de motivar seus vendedores: quem supera a meta anual em 15% passa a fazer parte do Círculo do Presidente, uma espécie de clube dedicado aos melhores vendedores. A pessoa ganha um anel especial, identificando-a como membro do círculo, e os encontros entre esses vendedores são estimulados.

Comida

Uma das fábricas da Motorola, nos Estados Unidos, costuma promover cafés da manhã com os funcionários que atingem certas metas na empresa. Se quiser

fazer algo assim, faça um acordo com uma confeitaria perto da sua loja, garantindo descontos para grandes pedidos e entrega no local.



Na estrada

Cada vez mais as pessoas gastam mais tempo no trajeto entre casa e trabalho. Essa viagem diária pode fazer com que elas já cheguem na empresa cansadas ou desmotivadas. Laura Wheeler, diretora do instituto norte-americana WageWorks Center for Commuter Studies diz que as empresas podem diminuir os danos causados por essa viagem ou utilizá-las para distribuir pequenos prêmios motivadores para quem alcançar a meta diária ou apresentar um bom desempenho:

Para quem pega trem ou ônibus

Desenvolva e mande

imprimir alguns "cordéis", pequenas revistas ou folhetos impressos em linguagem simples, bem ilustrados e com letras grandes. Foque assuntos motivadores e ligados à empresa. Monte uma espécie de biblioteca, onde as pessoas possam pegar um cordel e devolver no dia seguinte. Abasteça sua biblioteca regularmente com novidades. Bolachas em pacotes individuais também são algo muito bem-vindo para quem vai enfrentar uma hora ou mais de ônibus até chegar em casa.

Para quem usa carro

Vales-gasolina são um prêmio de incentivo ótimo. E, caso seus funcionários tenham de passar por uma cabine de pedágio, ofereça-se para pagar o mês dessas despesas para quem se destacar.

Em datas comemorativas

A loja Elementais, no Aeroshopping de Salvador, aproveita as festas juninas para empolgar as funcionárias e embalar as vendas entre os dias 12 e 23 de junho. Na Gincana Junina, as vendedoras são incentivadas a apresentar as coleções de moda feminina no ritmo da tradicional festa. A equipe que alcançar a meta, registrada no sistema de pontuação, será premiada com produtos Elementais – uma sugestão das próprias participantes da gincana. Assim, o entusiasmo das funcionárias anima o ambiente, atrai clientes e aumenta os lucros.

Fonte: Revista Venda Mais, edições abril e maio de 2005.

