

TREINAMENTOS PARA EQUIPE COMERCIAL

TUDO QUE VOCÊ PRECISA SABER ESTÁ AQUI

GUSTAVO **MALAVOTA**

Treinamentos para equipe comercial: tudo que você precisa saber está aqui

Aplicar treinamentos para equipe é muito importante para mantê-los atualizados e motivados no processo de vendas. A capacitação hoje é um grande desafio para a gestão, principalmente quando falamos em períodos de capacitação.

Para idealizar um bom calendário de treinamentos é preciso saber detalhes como: tempo de capacitação, método, foco de cada treinamento, período de revisão desse conteúdo e como sua equipe pode aplicá-lo durante o atendimento ao cliente.

Não adianta você idealizar um super treinamento, com mentores capacitados que envolva todo o time, sem ter certeza que aquilo funcionará de alguma forma para a equipe. Até no processo de escolha da capacitação é necessário ter estratégia.

Por isso, veja abaixo todos as respostas sobre treinamentos que sejam eficientes, eficazes e construtivos para cada um dos setores da sua empresa.



O que é o processo de treinamento em uma organização?

Primeiramente, precisamos parar de pensar no treinamento como algo motivacional e para conhecimento de processos da empresa.

A capacitação deve ser focada em deixar sua equipe especialista no trabalho desempenhado, portanto, não adianta tentar segurá-los por horas em uma sala se o assunto não irá impactar diretamente no resultado deles.

Os treinamentos precisam ser focados e gerar um combo de aprendizados como: processos, desenvolvimento profissional, aumento de produtividade e melhorias de resultados.

Por isso, selecione com cuidado qual o perfil do treinamento, considerando quais as vantagens que ele traz para o time que irá participar e como ele pode contribuir para melhoria de produtividade e resultados.

Vale lembrar ainda que se o treinamento não constituiu um ciclo completo de conhecimento

para sua equipe, ou não trouxe evolução profissional, é sinal que esse perfil de capacitação não é relevante o suficiente para o seu time.

Não existe treinamento ruim, existe treinamento inadequado para sua equipe.

Assim, como gestor, é importante antes de implementar o treinamento conhecê-lo a fundo, pesquisar sobre os resultados que ele já trouxe para empresas do mesmo nicho que o seu e quais são os tópicos que ele aborda e afinidade com o objetivo da sua empresa.



Qual a periodicidade para aplicar treinamentos?

Não existe uma fórmula mágica para essa pergunta, pois treinamentos devem reunir alguns elementos para realmente fazerem a diferença para o seu time. Então, primeiramente analise se o treinamento é inovador e tem uma metodologia prática, isso vai fazer a diferença no processo de aprendizado.

Seria fantástico todas as empresas terem capacidade de construir um “mega” treinamento rotineiro e

com focos de crescimento, porém, isso não é realidade. É necessário otimização de tempo para que o vendedor saia do treinamento pronto para fazer novas vendas e um curto período.

Assim, pode-se dizer que a capacitação, antes de qualquer coisa, precisa ser completa, não tem como você apenas reunir o seu time, colocar em uma sala e pôr alguém dizendo: “Vendedor precisa ser motivado, vendedor precisa se automotivar, veja os processos de motivação para o seu dia a dia.”

Isso não existe, um bom vendedor precisa, primeiramente, ter claro

suas funções e o treinamento que vai chamar a atenção desse perfil desafiador, que é o vendedor, será um treinamento que ele sinta que está agregando conhecimento.

Então, não existe um período certo para fazer treinamentos, existem treinamentos com um ciclo de aprendizagem completo e isso fará a diferença ao final da capacitação, ok?

Além disso, saiba qual o tempo que você tem para treinar, considerar a realidade de tempo da sua equipe é fundamental. É necessário saber quanto tempo se tem para treinar, pois, um treinamento super atrativo que você viu no mercado pode não estar alinhado

com a sua realidade.

Analisar fatores como deslocamento, tempo de treinamento e local de capacitação pode ajudar no processo de escolha e periodicidade. Vamos pensar, com toda certeza sua equipe não será treinada inteiramente em apenas um dia, é necessário a divisão por blocos com um número reduzido de pessoas.

Sendo assim, o processo de treinamento será desafiador até sua finalização, por isso, considerar fatores simples, como o deslocamento, podem fazer com que você escolha entre um treinamento completo que otimize tempo e traga bons resultados e um trei-

namento completo, mas, que gere custos adicionais, desmotivação pela distância e aumente o período de paralisação da equipe de vendas.

Lembre-se, sua equipe precisa ser treinada, mas, precisa vender também!

Então, não pense em periodicidade, pense em qualidade de treinamento e em desenvolvimento profissional de equipe. Seguindo essa linha você pode, sim, fazer um treinamento ótimo no modelo à distância, dentro da empresa e ao vivo, ou no modelo híbrido.

Envolver o time no processo é o mais importante, considerando, logicamente, a realidade de tempo e necessidades de resultado da sua empresa.



Qual o melhor conteúdo para compor um bom treinamento?

O conteúdo que realmente ensine. Pode parecer óbvio, mas, não é, existem muitos mentores por aí que falam sobre treinamento em vendas, mas, não entregam nada mais que o básico.

Um bom conteúdo para o processo de treinamento é o conteúdo inovador, dinâmico e construtivo. Não existe a menor possibilidade da sua empresa alcançar novos

resultados aprendendo o mesmo, certo?

A mesma coisa funciona para o time de vendas em treinamento, quando os gestores fecham a capacitação eles fecham sabendo quais tópicos serão abordados, mas, é essencial saber se esses são os tópicos que precisam de evolução dentro da sua empresa.

Vamos de exemplo? Se sua equipe está com problemas em argumentações, ou melhorias no processo de quebrar objeções, não faz sentido você contratar um treinamento focado em reconhecimento de sistema, por exemplo.

Você precisa alinhar o conteúdo do treinamento com o objetivo da empresa, considerando as necessidades de resultado, crescimento e mercado.

Não adianta treinar, apenas para ter a consciência limpa que você, como gestor, está promovendo a capacitação da equipe, é necessário estratégia.

Por isso, selecione um treinamento alinhado com as necessidades de capacitação da equipe. Além disso, não opte pelo mais barato, “o barato sai caro e o que é bom custa dinheiro!”

Não é para sair contratando o treinamento mais caro também, analise, sempre que possível, veja quais são os feedbacks sobre determinado mentor ou palestrante. Converse com outros gestores que contrataram o treinamento, pergunte sobre as melhorias alcançadas e quais foram as mudanças que trouxe para equipe.

Não consiste apenas em ter alguém bem preparado, consiste em ter alguém realmente disposto a fazer mudanças, a transformar resultados por meio desse treinamento. Existem muitos mentores motivacionais por aí e

isso pode ser uma perda de tempo.

Para dar uma excelente capacitação é importante que o mentor conheça o que você está buscando de solução com esse treinamento, dê atenção para as perguntas feitas e construa um conhecimento edificador na sua equipe, isso é motivador.

Produzir dinâmicas que incentivem a comunicação clara, processos de feedbacks e também conhecimento sobre o desenvolvimento da venda em si. Esses são tópicos importantes e relevantes para um treinamento em vendas.

Então, busque mentores bons e com conteúdos construtivos, isso fará a diferença nos resultados.



Investir em treinamentos para quem está fora da cultura da empresa dá resultado?

Bom, vamos pensar o que motivou a contratação de alguém que está fora da cultura da empresa? Ou seja, será que essa foi uma contratação sábia? Será que em algum momento ele ou ela irá se adequar?

Essas são perguntas que você primeiramente precisa se fazer, falamos muito de cultura empresarial por aqui, um dos pontos que bate-mos bastante é na importância de afinidade de perfis empresa-cola-

borador.

Se não existe essa afinidade, todo o processo de desenvolvimento de trabalho fica muito mais desafiador e pode tornar-se um peso, não apenas para o gestor, mas, para equipe toda.

Então, primeiramente verifique se esse membro da sua equipe está fora da cultura da empresa, mas, traz resultado, vai permanecer por um período relevante na organização e se ele, por, sim, ou por não, está envolvido no seu negócio.

Situações como essas podem responder o questionamento de incluir ou não esse colaborador no processo de capacitação. Porque,

se estamos falando de um membro que não está alinhado com a cultura da empresa, mas, traz resultados, está envolvido com o negócio e pode haver mudanças comportamentais, é válido você investir no treinamento.

Agora, se estamos falando de um membro da equipe, que desmotiva, que não ajuda, que não traz resultados, que não contribuí para o desenvolvimento da equipe e está para ser desligado da empresa, ele não deve estar na lista de treinamento.

Assim, você acaba desprestigiando uma pessoa que realmente merece estar no treinamento, que busca conhecimento, que está evoluin-

do e crescendo na empresa. Isso pode gerar a desmotivação de um funcionário que além de alinhado com a cultura, ajuda a transformar os resultados todo mês.

Ou seja, é preciso analisar caso a caso, mas, o ideal é não ter pessoas que corram para o lado oposto ao propósito da empresa. Capacitar pessoas, é evoluir comportamento, conhecimento e traçar novos objetivos, por isso, a importância de saber o histórico desse funcionário, antes de oferecer um treinamento.

Além disso, a partir do momento que você implementa alguém que não age conforme as regras

da empresa, você incentiva que os funcionários sigam esse exemplo. Portanto, veja com olhos clínicos o comportamento desse colaborador e as atitudes dele.

Se não, logo mais você terá um time com comportamento e ações que não condizem com o objetivo da empresa, não traz resultado, dissemina atitudes desnecessárias e que vão contra os valores da empresa.

E isso pode ser muito sério e difícil de reparar, depois de um certo tempo.



Treinamentos comportamentais ou técnicos, qual o melhor para o time de vendas?

Para você escolher um treinamento, primeiro precisa ter certeza de tudo que será passado, não importa se estamos falando de treinamento comportamental ou técnico, você precisa saber qual o objetivo.

Lembrando que, quando treinamos comportamento, estamos treinando cultura empresarial, então vale colocar desenvolvimentos alinhados com valores, missão, visão e

objetivos do seu negócio.

Já quando promovemos treinamentos técnicos estamos focando em desenvolvimento de resultados, melhorias em processos e indicadores de crescimento. As capacitações técnicas precisam ser voltadas para melhoria do profissional em suas habilidades em executar a venda e compreender o cliente.

O ideal é alinhar as duas durante o treinamento, vamos pensar que o técnico é o que “ensina” o que precisa ser feito e como deve ser feito, já o comportamental foca em desenvolver a maneira como será executada a parte técnica.

Um treinamento completo deve alinhar esses propósitos e trazer um desenvolvimento focado em alcançar melhores resultados, sem perder a cultura empresarial. Alinhando os dois pontos sua equipe pode receber novos desafios e feedbacks, apenas para construção de um excelente profissional.

Uma equipe comercial bem capacitada, tem especialistas com alto grau de conhecimento e instrução, possui pessoas focadas no objetivo, que acompanham indicadores, batem meta e não deixam os valores da empresa para trás.

Então, não tem como você treinar o técnico sem que a equipe tenha o comportamental bem claro. Por isso, promover treinamentos alinhados com a cultura da empresa é fundamental e também conhecer o mentor, para saber se ele compartilha dessa cultura para passar o conhecimento.

Se não, um treinamento que tinha tudo para ser um sucesso, pode trazer apenas mudanças negativas e que podem causar problemas durante a execução do trabalho em si. Buscar objetivos não é apenas trazer volume de vendas, é reter o cliente por organização, respeito e solução de problemas.

Se sua equipe não está oferecendo isso, é necessário capacitação comportamental, técnica e cultura de desenvolvimento. Assim, você conseguirá alcançar objetivos e melhorias sólidas para a organização.



Treinamento X Prática, como mensurar?

Para mensurar o aproveitamento do treinamento é necessário saber o que foi tratado durante a capacitação, mas quando se fala em saber é realmente conhecer os tópicos, como serão tratados conforme a política da empresa, como eles influenciam na habilidade do colaborador e quais são os objetivos com cada uma delas.

Após o gestor ter esse

conhecimento, é importante saber quais são as “deficiências” do time, por exemplo, quando falamos de um treinamento sobre objeções de vendas, com toda certeza, deve haver alguma mais recorrente sendo sua “pedra no sapato”.

Em cima dessa fragilidade do time você busca a capacitação, compreende quais habilidades serão desenvolvidas, como eliminar essa objeção que hoje impede o crescimento da empresa e visando esses indicadores fazer um comparativo do antes e depois do treinamento.

Mas, não pense que esse processo de evolução será rápido,

é necessário saber como aplicar e fazer uma análise precisa, com o máximo de detalhes possível. Nem sempre a evolução da habilidade irá render um alto volume de vendas em um dia, mas, vai melhorar a comunicação do vendedor, por exemplo.

Seguindo o exemplo do controle de objeções, às vezes, o principal desafio é o vendedor ser escutado pelo cliente, fator comum entre muitas empresas. Nesse caso, o indicador pode ser a quantidade de contatos que esse vendedor conseguiu durante a semana pós-treinamento, isso indica evolução.

Outro ponto importante na mensuração de resultados

oferecido por treinamento é a mudança de postura do vendedor, quando promovemos um treinamento completo, que alinha método, técnica e desenvolvimento comportamental o vendedor chega mais seguro no contato com o cliente.

Claro, que mensurar apenas esses tópicos não são o suficiente para alavancar resultados, mas, é um ponto de partida para ver os resultados futuros. O bom vendedor tem prazer em se adaptar às novas soluções e implementá-las um quanto antes no cotidiano.

Se o seu foco é crescimento, então, promova treinamentos que proporcionem essa habilidade ao

seu vendedor, se você tiver um time poderoso, com certeza esse será um super incentivo para bater metas desafiadoras e evoluir muito em pouco tempo.

Lembre-se, o treinamento não faz nada sozinho, o seu time precisa querer evoluir para realmente desenvolver habilidades, se não é só tempo perdido!



Treinamento precisa ser dentro ou fora do horário de trabalho?

Essa é uma questão bastante comum por aqui, além de ser super importante ela fala bastante sobre a cultura de treinamento que a empresa traz para os funcionários, então acompanhe que você vai entender.

Treinamento de capacitação comercial precisa ser em horário de trabalho, é importante que você, gestor, tenha isso bem claro.

A cultura de treinamento deve ser implementada no time comercial durante as horas trabalhadas, por isso, a necessidade de treinamentos em blocos.

Quando falamos de capacitação fora do horário de trabalho estamos falando da possibilidade de gerar uma obrigatoriedade durante os momentos de lazer do funcionário. Então, o ideal é existir um tempo bem definido para cumprir com a tarefa de treinamento.

Não que necessariamente o seu time não buscará capacitação extra por fora para melhorar o desempenho. Mas, que o ideal seria que todos do time estivessem na mesma página de evolução.

Pensando assim, vamos analisar que quando trabalhamos em excesso gera um quadro de estresse e o mesmo pode acontecer quando temos um tempo indeterminado de estudos. Isso porque é necessário equilíbrio entre o social e o profissional.

Não se menciona a falta de necessidade de capacitação, mas, um controle que possa evoluir o seu colaborador, melhorar os resultados e respeitar os momentos de lazer que ele tem fora da empresa.

Portanto, foque primeiramente

no treinamento durante o horário de trabalho, quando a cultura de capacitação for implementada e os funcionários entenderem o nível de importância dessa metodologia de desenvolvimento profissional os demais treinamentos fora da empresa surgirão por vontade própria.

Foque em promover um ambiente seguro de aprendizagem nos treinamentos, isso ajuda o vendedor a criar um vínculo com esse novo hábito que está sendo desenvolvido. Após a criação dessa nova habilidade que é o aprendizado, ele vai se interessar mais e irá buscar alguns por meios próprios.

O gestor precisa incentivar a presença do time durante os treinamentos, então, busque entender como foi, o que foi aprendido e se o treinamento foi relevante para o trabalho dele. Assim, o próprio time comercial pode fazer indicações de treinamento e mentores que ajudam a alcançar os objetivos da empresa.

Enfim, seu time comercial precisa ser treinado, precisa se capacitar para entregar resultado e você como gestor precisa incentivar esse aprendizado e a melhoria dos seus funcionários para que a empresa como um todo cresça.



Qual a diferença entre treinamento e capacitação?

A capacitação é o processo de passar o conteúdo ou conhecimento sobre determinado assunto, já quando falamos de treinamento estamos falando do verbo treinar, praticar aquilo que foi aprendido.

Ou seja, treinamento é um ciclo contínuo em que você está sempre praticando aquilo que te foi passado no processo de

capacitação. Então, quando promovemos uma capacitação, nossa equipe desenvolverá o treinamento de uma nova habilidade, aprendida, conseqüentemente, durante a capacitação.

Então, se você ainda não promove uma cultura de capacitação na sua empresa, saiba que não haverá treinamento, nem evolução. Nesse caso, o seu time sofrerá com a estagnação no mercado e de nas etapas de vendas.

Para alinhar o conceito de capacitação com treinamento é importante sempre trazer conteúdos surpreendentes e que causem impactos positivos no seu

time. Ensinar algo novo, dinâmico e atrativo nem sempre é uma tarefa fácil.

Assim, vem a importância de alinhar expectativas de necessidade com a realidade de conteúdo, não existe o conteúdo perfeito, existe o conteúdo que transforma e esse é o propósito da capacitação e do treinamento.

Como mencionado anteriormente, não adianta apenas criar inúmeros treinamentos apenas para dizer que deu capacitação e o time não soube aplicar. É necessário ter estratégia, objetivo e resultado.

Para melhorar os resultados e desenvolver membros da

equipe é importante conhecer as fragilidades e os desafios que serão sanados durante o treinamento. Aí, sim, você, gestor, pode dizer que trouxe capacitação de qualidade com desenvolvimento de habilidades e comportamentos para equipe.

Caso ainda não tenha atingido esses requisitos nos últimos treinamentos, revise as estratégias, conteúdos e objetivos de cada um deles para que a capacitação seja um treinamento progressivo da equipe, ok?

Para finalizar, vale dizer que esse

assunto é infinito e pode gerar inúmeras dúvidas de diversos gêneros e níveis profissionais; por isso, vale assistir a live sobre treinamentos com o nosso querido mentor **Gustavo Malavota.**

ASSITIR AGORA

Ela está salva no Instagram do Sales Clube e você pode acessar esse bate-papo na íntegra

Agora, se você quiser saber mais sobre treinamentos, gestão de equipe, motivação, remuneração, entre outros assuntos que podem impactar diretamente nos resultados do seu time comercial, clique no link abaixo e faça sua inscrição para nossa próxima imersão.

Até a próxima.

Treinamentos para equipe comercial: tudo que você precisa saber está aqui



GUSTAVO **MALAVOTA**

TREINAMENTOS PARA EQUIPE COMERCIAL

TUDO QUE VOCÊ PRECISA SABER ESTÁ AQUI

 SALESCLUBE

www.salesclube.com.br

© 2023 | @salesclube