



Aviso aos Líderes: ofereçam um grande propósito aos seus profissionais

Artigo publicado no Club do Vendedor (www.clubdovendedor.com.br) em 10 de Maio de 2012

Por mais incrível que possa parecer ainda me deparo com muitas empresas (especialmente as de pequeno e médio porte) que carecem de uma “missão” clara de existência. Não falo aqui daquela “missão” que só existe na parede e que não tem reflexo algum na operação, na execução e no cotidiano das empresas. Falo sim das missões reais que oferecem especialmente aos funcionários um grande propósito de existência. E este propósito não pode somente ter um significado mercadológico (de marketing). Este propósito tem de ser forte, real e legítimo o suficiente para incrementar os níveis de motivação, satisfação e retenção dos funcionários por fazerem parte de algo maior, de algo que vai além apenas da remuneração percebida pelos resultados obtidos.

E como se faz isso? Penso que o principal e mais importante elemento de construção de um grande propósito ou missão passe pelo pleno entendimento do “porquê” de existência da empresa. Alguns questionamentos sugeridos para fazer este “exercício”: A empresa existe para fornecer a solução para qual problema específico? Ela existe para realizar qual sonho? Quais De que forma a empresa pretende e sonha em impactar positivamente o mundo?

Em vendas, ainda vejo pouquíssimos gerentes e líderes que são capazes de oferecer um grande propósito às suas equipes. Sem oferecer um grande propósito ou missão, eles ficam muito mais dependentes de boas estratégias de remuneração para manter seus profissionais motivados, engajados e acima de tudo leais às suas empresas, o que é cada vez mais difícil em um mercado recheado de boas empresas e com budgets bastante generosos para suas forças de vendas. Boa remuneração é sim fundamental para todo e qualquer profissional, e em especial para todos nós profissionais de vendas. No entanto, cada vez mais os profissionais talentosos buscam oportunidades e desafios profissionais nas empresas e nos empreendimentos onde possam colocar todos os seus dons e competências em ação e em favor de uma grande causal, de um grande propósito e de um grande sonho. E oferecer um propósito, um sonho e uma grande missão são papéis do líder!

Portanto, reforço aqui o recado aos líderes de empresas e de vendas: ofereçam um grande propósito aos seus profissionais para conseguir construir resultados cada vez mais consistentes, uma cultura de encantamento e para evitar o risco de perdê-los para concorrentes que tem um propósito de existência claramente definido e um poder quase que magnético de atração de bons profissionais.

Um grande abraço do amigo vendedor,

José Ricardo Noronha

www.josericardonoronha.com.br
www.facebook.com/josericardonoronha
ricardonoronha@uol.com.br

Palestras - Cel.: (11) 8338.5300



Dicas de leitura sobre Propósito e Encantamento:

Um livro muito legal que aborda dentre outros temas tão essenciais como “propósito” o tema “encantamento” é o livro de Guy Kawasaki “**Encantamento**”.

Aliás, eu recomendo também a leitura de um ótimo artigo de autoria de Guy Kawasaki para a Harvard Business Review com o título “*Enchant your employees*” (“Encante os seus empregados” – em tradução livre). Clique no link abaixo para ter acesso ao Artigo:

http://blogs.hbr.org/cs/2011/07/enchant_your_employees.html

José Ricardo Noronha é **Vendedor** (com enorme orgulho!), Diretor de Vendas e Líder da GlobalEnglish (www.globalenglish.com) no Brasil , Palestrante Profissional e Autor do Livro “**Vendedores Vencedores**” disponível para download gratuito em www.facebook.com/joserickardonoronha. Compartilhe o link com seus familiares, clientes, fornecedores e amigos vendedores!

Conto com o prestígio da sua visita ao meu site, onde encontrará dicas, artigos, entrevistas e vídeos: www.joserickardonoronha.com.br

www.joserickardonoronha.com.br
www.facebook.com/joserickardonoronha
ricardonoronha@uol.com.br
Palestras - Cel.: (11) 8338.5300