



Fernando Brito

#projetadoparavencer

15 Desafios

Que transformarão seu
empreendimento



Fernando Brito



Fernando Brito

#projetadoparavencer

Olá!

Há mais de 15 anos venho trabalhando com consultoria, mentoria, coach, capacitação e treinamento de empresas nacionais e internacionais, das mais diversas áreas de atuação, de grande porte e já estabelecidas no mercado mas que, justamente pela sua influência, entendem da necessidade da constante TRANSFORMAÇÃO que precisam passar de tempos em tempos para a sua manutenção num mercado tão competitivo.

Hoje, tenho o compromisso de passar todo o meu conhecimento e apoio a você, pequeno e médio empreendedor que, seja através de um negócio próprio ou através da aquisição de uma franquia, de um estabelecimento físico ou e-commerce, percebem que, por mais estáveis que estejam, a EVOLUÇÃO, a TRANSFORMAÇÃO, a capacidade de GERIR MUDANÇA de forma eficiente são imprescindíveis para a sua manutenção e conquistas de novos espaços em seu ramo de atuação.

Te desafio a, dentro da realidade de seu empreendimento, colocar em prática esses 15 desafios que certamente contribuirão com mudanças significativas em seu negócio!

Vamos juntos!

Fernando Brito
#projetadoparavencer

Website: www.britofernando.com



Introdução

Qual foi a última vez que você parou para refletir sobre seu negócio, independente de qual ele seja, se comércio, se prestação de serviço, se indústria?

Mas assim, de forma sincera, sem “mas”, nem “porquês”, mas com humildade, com uma auto denúncia do que está ruim e precisa melhorar e do que está bom, mas pode ficar muito melhor.

Esse e-book tem a intenção de te desafiar para a reflexão, ação e consequente transformação efetiva do seu negócio.

E se você chegou até aqui, ótimo! Já deu o primeiro passo, o do RECONHECIMENTO, de que algum movimento precisa ser feito para alcançar o extraordinário através do aumento da produtividade.

Não sei o quão grande ou pequeno, complexo ou simples é o passo que você precisa dar para transformar seu negócio, mas, quando existe vontade, existe jeito.

Aqui estarei te apresentando **15 DESAFIOS QUE IRÃO TRANSFORMAR SEU EMPREENDIMENTO** que, se colocados em prática, decolarão seu negócio ou levarão a alcançar voos ainda mais altos!

#projetadoparavencer

1. Percepção do tempo

O primeiro desafio que tenho a fazer para você é referente a percepção da palavra TEMPO.

Sempre existe uma nova perspectiva, e é essa perspectiva que apresento para você, para que possa refletir e aplicar no seu negócio, para ver a sua empresa perpetuando por novas gerações.

Certamente você deseja deixar um legado na sua empresa, com marcas que tornem ela mais competitiva.

Então antes de continuar a leitura te pergunto:

“Qual é a previsão do tempo para hoje?”

Existem muitas respostas para essa pergunta.

Mas a minha resposta padrão para essa pergunta é O TEMPO ESTÁ PASSANDO!

Muitos repetem a máxima de que tempo é dinheiro, eu gosto de discordar. Porque dinheiro você acumula, tempo não.

Se a gente tratasse tempo como conta bancária e nós pudéssemos converter um segundo em um centavo e soubéssemos que meia-noite todo esse crédito seria zerado eu tenho certeza que cada segundo seria usado da melhor maneira possível. Infelizmente não existe isso, aquele segundo que passou já era, infelizmente.

Não podemos correr atrás de qualquer maneira, então a ideia é que possamos juntos "exorcizar alguns fantasmas" sobre a administração do tempo.

Talvez o principal, mas certamente o menos compreendido deles seja o termo "matar tempo". Quem mata tempo é assassino ou é suicida?

Ou seja, é muito importante que a gente consiga analisar o tempo e entender realmente que aquele segundo que passou é literalmente irrecuperável. Que atrasar ou adiantar "o relógio" pode ser fatal para seu negócio.

O tempo pode ser nosso maior inimigo ou um amigo inigualável, isso dependerá da forma como este for percebido e conseqüentemente respeitado.



Então aqui está o **1º DESAFIO**, responder a seguinte questão:

Como você está administrando o TEMPO no seu negócio? É tempo de estruturar? De transformar? Ou de correr atrás do tempo que foi "atrasado" ou "adiantado" gerando perdas para seu empreendimento?

Antes de prosseguir com a leitura, reflita nessa questão.

Deguste esse e-book e pratique-o!

2. Ordenar as decisões em: ver, refletir e fazer

Agora que você já sabe qual é o tempo de seu empreendimento, vamos refletir como está a ORDEM DAS DECISÕES referente a ele.

Todo negócio possui um "negócio oculto" por trás dele, por onde o dinheiro está indo e acabamos não enxergando, principalmente, se nós somos "abduzidos" pela rotina, sentamos à nossa cadeira, entramos no piloto automático e não percebemos que tem muita grana correndo para o ralo da nossa empresa e, pior, tudo isso bem de baixo do "nosso nariz".

Muitas vezes o problema está em ter condições de assumir o papel de gestor do meu próprio negócio. Muitos empresários acabam se obrigando a assumir o papel operacional em seu negócio, ficando o papel de gestor "jogado de lado", impedindo que oportunidades sejam aproveitadas, riscos evitados e tarefas que realmente agregam valor sejam levadas adiante.

Quem quer realmente estar à frente, precisa ter um radar mais refinado, e a ideia aqui é exatamente criar essa capacidade de enxergar por onde as oportunidades do seu negócio crescer e se transformar estão escapando.

Nós ocidentais somos imediatistas por natureza. Você concorda com essa frase? Nós gostamos de sair fazendo, nós gostamos de bater no peito e dizer: Deixa comigo!

Sai cantando pneu. Primeiro atira a flecha e depois pinta o alvo em volta dela para dizer que acertou. Sair agindo e depois escrever um plano de ação retroativo, para fingir que planejou.

Fácil se dizer planejador assim certo? Mas não!

Achar que a empresa está sendo dirigida pelo para-brisa mas, na verdade, está olhando pelo retrovisor pode trazer uma série de prejuízos incalculáveis.

É preciso priorizar seu tempo para o ciclo que faz sentido aqui, olhando os três momentos: ver, fazer e refletir.

Por onde que eu deveria começar? VER, REFLETIR e só então FAZER.

Eu gosto de dizer que existem quatro tipos de empresa.

1. Aquela empresa que diz: Fogo, preparar, apontar.
2. A empresa que é preparar, FOGO, apontar.
3. Tem empresa que é Preparar, Apontar, Fogo
4. E a quarta que é só FOGO. Fogo e sai correndo.

Em qual dessas empresas você se encaixa?

Não chega antes quem vai mais rápido mas aquele que sabe para onde vai.

Gostamos de criar uma falsa sensação de que somos produtivos baseados no sair fazendo. Qual é o problema de sair fazendo? Dá uma impressão de que realmente eu fiz ou que eu estou sendo útil ou que estou sendo produtivo, eficiente, eu não paro.

Agora, o que isso significa?

É como comparar com o afiador de machado da famosa frase adaptada dos dizeres do Ex Presidente Americano Abraham Lincoln:

“Se tivesse 6 horas para derrubar uma árvore, eu passaria as primeiras 4 horas afiando o machado”, ou seja 4 horas preparando e apenas 2 horas para executar a tarefa.

Proporcionalmente essa adaptação da frase me diz que sair batendo com o machado cego dá uma falsa impressão de que você é produtivo, mas você não é eficiente, você não está fazendo o melhor uso dos recursos que você tem em mãos.

Aquela sensação de que planejamento é uma perda de tempo! A falsa crença de que cachorro que late não morde deve ser eliminada do pensamento de quem quer atingir o sucesso.

Parece que o planejamento não gera sensação de resultado no primeiro momento, principalmente para os ansiosos e os impacientes, mas ele é o fator decisivo para sua empresa avançar e, muito mais, avançar pelo caminho certo!

Quem admite que é ansioso ou que é impaciente, que gosta de ver o resultado imediato? Esse imediatismo realmente corrói. É natural que quem tem um pouquinho desse drive não olha o planejamento com bons olhos até começar a perceber o que tá perdendo.



Sendo assim, segue o **2º DESAFIO**: ordenar as decisões da sua empresa em VER, REFLETIR E FAZER. Assim, conseguirá chegar e se manter no sucesso profissional que tanto almeja.

3. Ser Exponencial

Do chão à estratosfera em minutos com venda de passagens para Marte, ou ainda as estatísticas nos mostrando, assustadoramente, a tecnologia substituindo tarefas antes apenas desenvolvidas por seres humanos.

Mesmo nas relações, nos EUA, 1 em cada 8 casais afirmam terem se conhecido "eletronicamente" ou, de forma mais evidente, aplicativos e empresários digitais, da denominada ECONOMIA CRIATIVA, saindo do prejuízo ao faturamento bilionário em menos de uma década através do efeito viral e avassalador das mídias digitais e dos web influenciadores.

Ser exponencial é entender com profundidade a necessidade de seu cliente e agir, através da inovação e tecnologia, para atender a essa necessidade.

Em outras palavras, percebam como realmente a evolução, a inovação que era algo que nós esperávamos uma década, ou seja, do videocassete com uma cabeça se passaram duas, três, quatro décadas até o DVD que durou mais uma década. E, de repente, ver o Blu-ray que em poucos meses já tinha um Blu-ray 3d e quem comprou, em poucos meses chegou Netflix. E aí?

Hoje estamos vivendo na era onde não é luxo ter acesso à informação, hoje é fator vital.

E se não utilizamos o tempo para poder estar com o radar ligado em qual será o próximo evento para o negócio, realmente seremos atropelados pelo concorrente que está mais antenado. Inúmeros especialistas estão lançando o alerta de que muitos de nossos jovens estão se formando em áreas que deixarão de existir em poucos anos e que, dentro de alguns anos, o que um jovem aprendeu no primeiro ano de sua faculdade, será obsoleto já no terceiro ano de formação. Assustador, hein?

Isso acontece! E temos histórias de grandes marcas como KODAK, SAGA, BLOCKBUSTER que por não serem exponenciais, mesmo com mais de 100 anos de mercado, como a KODAK acabaram com sérios problemas ou falidas.

Aquele que está ligado com o que está acontecendo, aquele que já perdeu o medo da tecnologia, perdeu o medo das novas formas de acessar o que os novos clientes querem, estão avançando em seus negócios.

Em seu empreendimento, como você está se preparando para esse avanço? Mas cuidado, não adianta ter um motor Ferrari em um chassi de carro popular. Reforçamos aqui o grande alerta, tão ou mais importante do que aderir às novas tecnologias, é estar realmente preparado para elas de forma robusta e sustentável, afinal, pior do que não vender, é criar uma expectativa que não será atendida e gerar frustração.



O **3º DESAFIO** é refletir como você poderia tornar sua empresa exponencial, levantar ações e inovações de curto, médio e longo prazo que poderiam ser implantados no seu empreendimento e que, certamente, trariam um crescimento, uma transformação verdadeira e significativa para o seu negócio.

4. Ter as pessoas certas

Eu estou com a empresa certa, sócios certos, funcionários certos? Estou sabendo escolher meus pares e equipes da melhor maneira?

Mas, qual é o melhor sócio ou o melhor funcionário? Aquele igual a você ou aquele que te complementa?

Ao longo da minha carreira, passei por várias experiências societárias minhas, de clientes e de empresários do meu círculo de convivência. A grande lição que obtive com essas vivências foi: se for para ter um sócio igual a você não tenha sócio. Eu sou o cara comercial, que fala, que vende, o que está na rua, o que fecha pedido.

Mas eu tenho que ter um par que fala com o contador, que goste de banco, que curta computador, que curta planilhas, que emita nota fiscal, ou seja, os talentos complementares para que não gere redundância, não gere "mais do mesmo".

Muitas pessoas falam, - O que? Poxa esse meu funcionário é o complicado. Esse meu funcionário é o polêmico. Esse meu funcionário, na primeira oportunidade será o primeiro que irei demitir, ou seja, estou criando funcionários ou "vaquinhas de presépio" que balançam a cabeça concordando com tudo que o chefe fala.

Mas, se posso deixar uma recomendação é que nunca abra mão de ter com você pessoas com mesmos valores e princípios de atuação, propósitos e intenções alinhados com o seu, já que isso é o que realmente conta num relacionamento duradouro e bem sucedido.

Quais são os melhores funcionários?

São os que te tiram da zona de conforto e do teu paradigma habitual. São funcionários provocativos, ou seja, aquele "tubarãozinho no aquário", aquele que mantém todos os outros ativos, alertas.

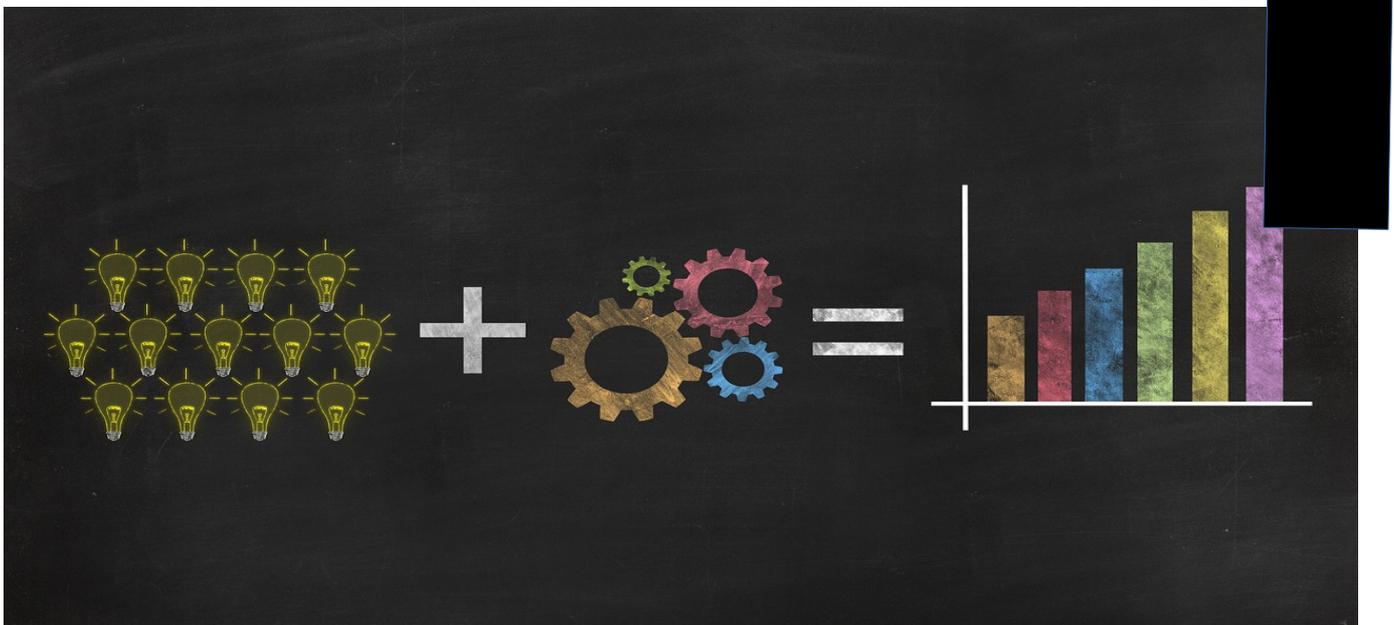
Já ouviu a história do tubarão no aquário?

O Japão é conhecido por seus barcos pesqueiros que buscavam peixes muito perto da ilha. A cada ano os cardumes começaram a ser encontrados mais distantes da ilha. Com isso, em um certo momento os barcos passaram a levar dias para voltar com o resultado da pescaria. Então, essa carne que antes vinha muito fresca para virar um sushi, começou a levar semanas e o peixe já estava morto, a carne já estava ficando imprópria para o preparo do sushi.

Aí, é claro, o japonês falou: - Vamos transformar o barco em aquário, porque aí os peixes ficam vivos. Realmente com os peixes vivos eles voltavam com a carne ainda fresquinha para virar sushi, pois se tornara inconsistente para ser cortada.

Agora, no momento que os barcos com os peixes começaram a levar ainda mais tempo para chegar, mesmo os peixes vivos, por estarem simplesmente parados no aquário, sem se movimentar, a carne começou a chegar imprópria para sushi e os pratos orientais.

Até que um segundo japonês, com suas ideias fantásticas falou: - Vamos colocar um tubarão nesse aquário!



Qual foi a ideia do tubarão no aquário? Os peixes vivos por semanas sabiam que tinha um predador no aquário deles e viviam em constante movimento para fugir dele. E agora, mesmo levando muito tempo para voltar, a carne estava perfeita para o consumo.

Ou seja, o papel do tubarão no aquário gera produtividade, gera adrenalina, gera "sangue no olho" e "faca nos dentes", busca pela sobrevivência.

O que isso quer dizer? Você está sabendo colocar o tubarão no aquário? Está sabendo colocar os provocativos, tirando os acomodados da zona de conforto? Ou estão caindo no ciclo de, mais um parecido comigo.

Funcionários eu gosto nesse perfil, desse jeito, com esse estilo, que fale assim e que pense assim, que concorda comigo. Esse pensamento é o começo do fim para que você tenha mais do mesmo sempre.



E aqui finalizo o **4º DESAFIO**. Analise quem são os seus pares e de que forma contribuem para o crescimento (ou não) de seus negócios. Avalie também de que forma você pode gerar o efeito de "tubarão no aquário" para que todos permaneçam motivados, comprometidos e buscando a "sobrevivência" do negócio constantemente.

5. Otimização de recursos

Existe uma teoria muito importante e que deve ser considerada pelos empresários. Uma “psicologia do chão de fábrica”, como é conhecida nas áreas operacionais das empresas.

Mesmo algumas vezes, não precisando de tantas pessoas para desenvolver certas tarefas, sempre vai parecer que todos estão trabalhando muito, porque ninguém gosta de parecer que não tem o que fazer.

Então, se as pessoas tiverem que "enxugar gelo" para aparecer para o chefe elas vão enxugar gelo, vão "varrer chão batido", vão desarrumar para arrumar de volta, ou seja, elas vão gerar uma falsa impressão que estão sempre muito bem ocupadas. Agora, estar ocupado é bem diferente de ser produtivo.

Ainda assim, sempre vão achar que está faltando gente e você tem meia culpa em não perceber que já está sobrando ou que eles já poderiam fazer tarefas que AGREGUEM VALOR ao negócio e não simplesmente cumprir suas rotinas diárias.

A falta de planejamento gera esse tipo de situação que, conseqüentemente, gera gastos desnecessários e muita perda de paciência e energia que poderia ser canalizada para o sucesso do negócio.

Nesse mesmo tópico, podemos considerar os “chororôs” básicos dos funcionários, que se resumem no famoso “falta de”. A turma gosta de um “falta de”.

Ah, mas precisa de computador novo, esses computadores estão velhos, falta impressora, falta um bebedouro, falta iluminação, falta água, falta uma mesa, falta um balcão, falta mais gente....

“Falta de” é terceirizar a culpa e, geralmente, é resultante da falta de planejamento em algum momento no passado, ou seja, a desculpa “falta de” gera um efeito bumerangue, evidenciando nossa incapacidade em tomar as decisões corretas no momento mais adequado do passado, refletindo no insucesso do presente.

Não é a quantidade de recursos que você tem em mãos, mas sim, o que você faz com eles que importa.

De nada adianta uma calculadora com 1001 funcionalidades para utilizar apenas 4 operações básicas. Ou um smartphone com centenas de aplicativos e acessórios de última geração para ser usado apenas para telefonemas. Isso se chama desperdício, superdimensionamento de recursos, também conhecido como "matar formiga com bazuca", ou seja, muito recurso desperdiçado para resolver um problema relativamente simples.

Um funcionário devidamente treinado, orientado e instruído, o “falta de” será sempre percebido como a grande desculpa de não atingir a meta, de não conquistar o cliente, de não fechar o pedido e isso, infelizmente, é uma realidade e a meia culpa disso no mínimo é sua também!

Comece de onde você está, use o que você tem.

Aquele negócio de que a grama do vizinho é mais verde, ou que a empresa do vizinho sempre tem mais orçamento é a mesma coisa. Permanece a mesma cultura de sempre acreditar que os outros tem mais ou são melhores e isso é apenas um sentimento sabotador, um gatilho para gerar "desculpas" para você não buscar ser ainda melhor.

As melhores empresas são aquelas que conseguem extrair o máximo do pouco que tem em mãos. Conseguem, por mais que tenham uma equipe que não é tão treinada quanto a do concorrente, reconhecer o talento dessas pessoas e usar a seu favor. E os resultados costumam ser incríveis. Quantos talentos dormentes são descobertos quando permitimos que sejam utilizados em nossa empresa? Incalculável como as empresas desperdiçam talentos por não saber delegar, dar autonomia e permitir que sejam tão boas ou até melhores que seus líderes e gestores. Líderes do futuro tem orgulho quando seus liderados os surpreendem e os superam.

Já ouviram o termo Team Building? O que significa?

Team Building não é você possuir a melhor equipe, mas sim conseguir enxergar e extrair o melhor do talento de cada pessoa que você tem em mãos objetivando máxima performance e, conseqüentemente, resultados diferenciados.

Independente se eles são as melhores pessoas, você extrair o melhor de cada já os fazem melhores do que os melhores. Porque hoje o que realmente vende e encanta não são as habilidades e conhecimentos, mas sim o comportamento e a atitude de fazer acontecer e saber lidar com os outros.

Pessoas que possuem a chance de usar seus talentos, são pessoas mais felizes e realizadas no que fazem. E você fazer com que as pessoas se sintam realmente felizes no que fazem as motiva a fazer bem feito, com qualidade e excelência percebidas pelos clientes gerando um real diferencial de encantamento no seu negócio.

Será que você está colocando a pessoa certa no lugar certo? Isso gera produtividade de forma efetiva e sustentável.

Existem ferramentas para isso, por exemplo as de ASSESSMENT, que são ferramentas de mapeamento de competências e perfil profissional e pessoal. O custo-benefício é muito interessante para empresários que querem responder aquela famosa dúvida. Será que eu estou com a pessoa certa no lugar certo?

A maioria dos empreendedores infelizmente preferem aplicar a técnica de TENTATIVA E ERRO, e os resultados costumam ser frustrantes.

Vamos tentar no caixa depois a gente tenta no balcão. Depois a gente tenta... só que aí. ...Ai a pessoa já cansou, perdeu aquele "sangue no olho", já tirou a "faca dos dentes", já entrou no ciclo de estão me jogando de um lado para o outro, quando você poderia ter acertado na primeira vez, evitando tantos inconvenientes.

Alguns empresários até se dão ao luxo de adotar a estratégia de TENTATIVA E ERRO, que até pode parecer a mais prática em uma primeira visão e, uma hora, até causará um acerto mas, quanta energia, paciência e desgaste poderiam ser evitados?



O **5º DESAFIO**, portanto, é você refletir e investigar se os recursos e talentos da sua empresa estão sendo suficiente e bem identificados e aproveitados na geração dos melhores resultados.

6. Propósito



As pessoas têm que saber o que você espera delas, as pessoas têm que ter um propósito. O conceito amplamente utilizado de missão, visão e valores ainda são importantes, mas cada vez estão sendo mais questionados pela busca das novas gerações, não apenas de clientes mas também de pessoas que querem verdadeiramente se sentir parte do negócio.

Uma palavra forte é chamada PROPÓSITO. O que é propósito?

Uma razão para existir e para sentir aquela vontade louca de levantar cedo toda manhã e fazer acontecer.

Hoje às novas gerações precisam de propósito, sentir que tudo faz sentido e que isso que as torna felizes e realizadas. O que eu faço não é para mim ou para a empresa, mas para o mundo e para as marcas que você quer deixar na sua história de vida, seu LEGADO.

O turnover eu tenho certeza que só vai aumentar se sua empresa não possui nem gera um propósito claro e inspirador, por mais que sintam-se felizes, elas precisam ser constantemente desafiadas e estimuladas a mudar, evoluir, aprender e conseqüentemente se TRANSFORMAR.

Gosto de dizer brincando que hoje existem empresas em que o estagiário já não tem mais paciência de esperar ser efetivado. Existem empresas que já estão precisando ter estagiário Júnior, Pleno, Master e Sênior para o estagiário perceber que está crescendo, se não, não consegue manter ele na empresa.

Percebam que está virando esse mundo, hoje nós precisamos realmente lançar desafios constantes e, lançar desafios, não é tampar o sol com a peneira ou desarrumar para alguém arrumar e fazer a mesma coisa de um jeito diferente. Seu negócio tem que ter um propósito claro, nobre e impactante.



Entramos então com o **6º DESAFIO**: Qual o propósito de sua empresa? Seus funcionários conhecem e se identificam com ele?

7. Comunicação

Quando se fala em comunicação um dos grandes fatores de perda de produtividade nas empresas são as pessoas que não entendem o que você quis dizer, porque o comunicador não é necessariamente aquele que fala bem, mas sim aquele que se faz compreender de forma clara e objetiva.

Quem admite que fala bem mas não escreve tão bem ou vice versa?

O que eu escrevo até sai bem mas verbalmente tenho limites. Ou quando eu faço uma reunião com a minha equipe as vezes tenho que explicar duas vezes. Poxa, isso é um sinal que eu preciso melhorar algo, seja minha forma de expressão, que pode ser corporal, verbal, escrita e tantas outras formas de comunicação.

Agora, falar sempre de uma forma objetiva e clara e se lembrando de se adaptar ao perfil do público e ao contexto em que a comunicação está inserida, isso se chama EMPATIA, um ingrediente fundamental para se obter a CONFIANÇA de seu público.

Se você tem funcionários mais simples, onde a forma de falar deve ser adequada ao perfil deles, isso faz toda diferença, já que ter que explicar três vezes, com certeza, não é produtivo. A situação pode se tornar ainda pior se aquele que diz que entendeu, na realidade, não entendeu nada.

Você deixa à vontade as pessoas da sua empresa para dizer que não entenderam? Empresários que tratam questionamentos das pessoas mais simples com ironia, na verdade estão criando uma legião de pessoas que vão preferir errar do que admitir que não entenderam o que você quis dizer. E isso, infelizmente, é mais comum do que parece nas empresas, e gera situações muito constrangedoras perante o cliente. Já ouviram o termo "perguntas bestas"? Existe pergunta besta de funcionário e cliente? NUNCA!

E a partir do momento que você ironiza uma pergunta, insinuando que ela foi besta, ela vai perguntar novamente? Ela vai preferir errar do que passar vergonha em relação aos colegas.

Você deve implementar a cultura de que não existe pergunta ruim, para deixar seus funcionários, ou mesmo clientes, à vontade para fazer a pergunta mais simples e "besta" que possa parecer. Ironizar perguntas isso pode gerar constrangimentos, pode gerar até processo por assédio moral dependendo do caso.

Linguagem acessível significa: eles têm que se adaptar ao jeito que eu falo? Negativo. Hoje, adaptação é reversa, hoje o empreendedor deve aprender a ser um "comunicador camaleão". Camaleão significa que ele se adapta ao ambiente, ele se adapta ao público ou ao contexto e momento em que as coisas estão acontecendo.

Se você tem um público mais formal, utiliza-se de termos formais. Se tem um público mais informal, seja informal. Se tem um público mais detalhista você deve ser mais sistemático, minucioso e perfeccionista. Se você tem um público mais "curto e grosso", vá direto ao ponto.

Cada estilo de cliente, de empresa, você tem que se adaptar ao "mindset" do cliente. Eu gosto muito de dar o exemplo do pescador.

O pescador quando vai pescar, deve ter cabeça de pescador ou cabeça de peixe? Se ele tiver cabeça de pescador e gostar de morango com creme ele vai botar o que no anzol? Morango com creme. Ah, impossível um peixe não gostar de algo tão maravilhoso.

Ele não vai pescar nada até que ele pegue e vire o chip, "eu sou um peixe". - Ah, como eu gosto de uma minhoca suculenta! E aí, a partir do momento que ele começou a se adequar e colocou o chip do peixe ele vai se tornar, com certeza, ótimo pescador.

O problema é que nós fazemos o que? Saímos com a cabeça do pescador e não do peixe. Não temos a cabeça do nosso novo funcionário, ou do nosso novo cliente ou do nosso novo mercado e pensamos do jeito tradicional.

Jeito tradicional não existe para ser substituído, existe para ser renovado e constantemente reinventado, acompanhando as transformações em nossa volta, preferencialmente de forma antecipada aos concorrentes.

Toda minha bagagem passada é a melhor matéria prima para o meu crescimento futuro. Mas no tempo que o mercado exige hoje não dá para manter o ritmo do ontem sob pena de sermos atropelados pela concorrência ou tachados como ultrapassados pelos nossos clientes. Não queremos isso, certo?

Conferir se a informação foi entendida, compartilhar informações, observar a comunicação não-verbal.

Quando eu falo comunicação não verbal, é ser capaz de perceber o comportamento das pessoas, já que elas costumam se entregar quando não compreendem algo. Quais são os sinais não verbais de que a pessoa não entendeu? O rosto, testa franzida, fisionomia. Se ela não concorda, quais são os sinais não verbais?



Livros como "O corpo fala" de Pierre Weil, e "Linguagem corporal no ambiente de trabalho" de Allan e Bárbara Piese, são algumas referências que as pessoas buscam hoje para entender o cliente.

Quem atende pessoas de diferentes regiões, deve saber que existe a questão de regionalização, e a abordagem é diferente do cliente em relação a regiões.

Eu sou professor em Goiânia e em Curitiba. Se eu faço uma dinâmica em Curitiba para os alunos curitibanos baterem palmas e se levantar, é um sacrifício.

Em Goiânia, é difícil fazer parar de bater palmas, é um negócio complicado. O importante é respeitar a cultura e o "jeito de ser" de cada região que me proponho a atuar.

Em Goiânia, por exemplo, há uma permissividade maior no abraço, no beijo no rosto ao cumprimentar que o cliente do sul não tem. Temos que respeitar nossos clientes. Então tudo isso nos leva a entender que aquela questão de se aproximar acelera venda? Não necessariamente.

Em uma concessionária de carro, típica do sul do Brasil, quando entra apenas o marido a abordagem de aproximação é totalmente diferente de quando o mesmo traz sua família com ele, ou seja, sozinho geralmente é uma "sondagem" sem compromisso e ele não quer ser incomodado. Já quando está com a família junto, o indicativo de fechamento do negócio é muito forte e a abordagem de aproximação é fundamental.

Isso muda totalmente no agronegócio, quando o que reina é o chapéu de palha e a botina representando o perfil e estilo do potencial cliente. O atendimento nesse perfil é o que vai realmente ter maior potencial de levar o meu implemento em relação ao cliente formal que tende a ser um gestor, um consultor e não alguém do agronegócio.

Então quando insisto em estar com o "radar ligado", para ser mais gestor e menos operação, existem várias oportunidades ocultas na empresa e a comunicação, seja ela verbal ou não verbal, seja ela com os funcionários ou com os clientes, tem-se um oceano de oportunidades.



Você já deve estar ciente do nosso **7º DESAFIO**, correto? Então te desafio a fazer uma auto análise de como está a sua comunicação e a de seus funcionários, tanto internamente, como com o seu público-alvo.

8. Retrabalho

Algo muito comum é fator gerador de retrabalhos constantes, a confusão que gestores fazem quanto a atacar CAUSAS versus atacar CONSEQUÊNCIAS.

O exemplo mais fácil de explicar a confusão entre causa e consequência é aquela pessoa que cuida da dor de cabeça com analgésico a vida toda, em vez de buscar a origem da dor de cabeça. É o famoso “tapar o sol com a peneira”. Infelizmente isso pode estar acontecendo devido a forma com que você está tratando os problemas de seu negócio.

Quem gosta de chegar em casa dizendo que mata um leão por dia na sua empresa. Quem é que gosta de usar essa frase? - Ah... eu mato um leão por dia lá na minha empresa.

O que significa matar um leão? É você resolver um problema que nunca mais vai voltar a acontecer. E, na verdade, os problemas são recorrentes.

O que é que leva empreendedor para "tarja preta"? Problemas novos todos os dias ou os mesmos problemas se repetindo? Será que somos matadores de leão ou somos anestesistas de leão nas tratativas de problemas em nossas empresas?

Te desafio a deixar de colocar a morfina no focinho do bicho e chegar em casa com orgulho dizendo que matou o leão. Não podemos nos enganar com falsas sensações !

Solucionar o problema é a única maneira de se livrar dele e das consequências que eles acarretam!

Não confunda causa com consequência.

Um primeiro passo fundamental para a adequada canalização da energia para o que realmente merece ser feito, agregando valor real ao negócio e buscando atuar dentro do preceito de "fazer certo da primeira vez e de uma vez".

Um exemplo é a reclamação de cliente. Isso é causa ou consequência?

É consequência. Eu não vou resolver um problema de reclamação de um cliente fazendo treinamentos para atender melhor as reclamações. Não! Eu preciso eliminar a reclamação e não treinar pessoas para lidar com reclamação. Retrabalho!

Vou contratar estagiários e menores aprendizes para melhorar esse retrabalho? Não! É preciso entender a origem desse retrabalho.

Outro exemplo, -Ah, mas essa lixeira aqui da sala está sempre cheia!

Qual a primeira solução? Aumentar a lixeira ou comprar mais uma. Qual seria a solução ideal para atuar na causa? Esvaziar com mais frequência. Mas não, é mais fácil comprar a segunda. E de repente as duas estão cheias, aí a terceira.

Outros exemplos de consequências são custo elevado, imagem comprometida, acidentes de trabalho entre inúmeros outros.

Meu **8º DESAFIO** para você é a aplicação da ferramenta “5 porquês”. Vou te dar um exemplo de como utilizá-la:

Chega um funcionário para você amanhã cedo, e informa que tem uma goteira no seu estabelecimento. Ele chegou para você e falou:

-Ah eu quero um balde pra colocar em baixo da goteira. Em vez de você comprar o balde, você aplica os 5 porquês em busca da causa real desde questionamento, você aplica a ferramenta "5 porquês" da seguinte forma:

Primeiro porque. Por que você quer um balde? Ah porque o chão está molhado, tem uma goteira.

Segundo porque. Ah, mas por que tem uma goteira? Ele vai lá ver. Ah é porque tá vazando água pela luminária.

Terceiro porque. Mas por que está vazando água pela luminária? Aí ele sobe lá, pede pra manutenção dar uma olhada. - Porque tem uma poça d'água na laje.

Quarto porque. Tá, mas por que tem uma poça d'água na laje? Ah, porque a calha não está vencendo.

Quinto porquê. Por que a calha não está vencendo? Aí sobe lá, chama manutenção, e observam que a calha está repleta de folhas causando o transbordamento.

Ou seja, você teria comprado balde, depois comprado impermeabilizante, depois teria trocado a luminária para então chamar o calheiro.

Com os 5 porquês, você percebe que a solução está ali de uma maneira muito mais simples. Esse é um típico caso de atacar consequência em vez de atuar diretamente sobre a causa e resolver o problema de forma efetiva.

Você pode e deve aplicar em qualquer outra coisa.

Exemplos: compra de papel, compra de toner para impressora, compra de um computador, de mais um bebedouro, contratação de mais um funcionário, solicitação de mais tempo, etc

5 porquês é a ferramenta mais intuitiva para você chegar no que chamamos CAUSA RAIZ. Precisa perguntar cinco vezes? Não, é apenas a forma como a técnica denominada tipicamente . Às vezes, com 2 porquês você chega na causa. E às vezes, com um pouco mais de 5.



Então reforço o **8º DESAFIO!** Busque ter essa visão de fazer certo da primeira vez. Olhe quantas oportunidade de perdas nós temos em nosso empreendimento, independente da natureza.

Espero que a essa altura, com as práticas das dicas anteriores, você já esteja notando uma diferença significativa em seu empreendimento!

9. Virtualização

Esperas e longas filas causam quais impactos em seu negócio? Consumo de energia, de água, de cafezinho, de ar-condicionado para as pessoas esperarem o seu negócio, sem falar da paciência de quem está esperando.

Você está tendo tempo para estudar o potencial de virtualização do seu negócio?

Quando falo virtualizar seu negócio quero saber se as pessoas ainda estão tendo que entrar pela tua porta, ligar para você, usar e-mail? Novas formas de abordagem estão sendo adotadas, e desta forma possibilitando que seu negócio passe a enxergar oportunidades nunca antes percebidas, tanto em potencial de abrangência de atuação quanto alcance de clientes, usuários e aliados de forma geral.

Eu trabalho muito com franquias, minha especialidade é avaliar o potencial de virtualização desses empreendimentos. Então minha empresa realiza esta análise e dá apoio na implantação. Chegamos na franquia, fazemos um estudo e provamos que ela poderia ser 10 ou até 100 vezes maior se os clientes não tivessem que entrar pela porta, com horários limitados, só das 8 horas às 18 horas ou tendo que ligar. Se a empresa me deixa provar isso, minha empresa é remunerada pela captação desses clientes que não entrariam se ela não tivesse a virtualização e, acreditem, é um negócio muito interessante, porque quebra paradigmas já que os novos negócios já romperam a barreira tradicional do expediente e buscam atendimento 24 horas por dia 7 dias por semana em ambientes multiplataforma e multicanaís para comunicação e comercialização dos bens e serviços oferecidos.

Porém, essa não é a realidade de todos os negócios e alguns, realmente, não podem perder a unidade física, mas não precisam ser tão burocratizados, afinal, nada é tão bom que não possa ser melhorado, nem mesmo processos que não possam ser simplificados, automatizados ou mesmo eliminados em muitos casos.

Um exemplo de simplificar seu negócio é a “despapelização” do negócio. Todas as áreas são “despapelizáveis”? Sim! Como? Através da virtualização do negócio. Exemplo: reduzir o número de documentos exigidos no processo de contratação ou cadastramento. Se nas Carteiras de Trabalho (as mais novas) ou na carteira de motorista todos os números de registros estão inclusos, porque pedir então a cópia de TODOS os documentos, ou ainda, por que imprimir 2 vias quando uma seria suficiente? Ou mais... Por que reuniões presenciais se poderia ser realizada por video conferência?

Atualmente, muitos processos que dispendem o uso do papel ou de tempo, podem ser virtualizados: envio de holerites, assinatura de contratos, agendamento de atendimentos, pagamentos de boletos. Pare de profanar a tecnologia. Tragam ela para dentro da sua empresa e use isso para entrar no drive dos seus colaboradores e clientes.

Abuse do online para que as pessoas tenham maior empatia no conhecimento que está sendo repassado. Até os treinamentos podem ser dessa forma. Como você está utilizando, por exemplo, videoconferência? Já usa Skype, já usa Google hangout, quanto deu para economizar em passagem e hospedagem?

Mas fica o alerta, respeitem o tempo de virtualização de seu negócio, afinal, nem todos os públicos se adaptam na mesma velocidade ao uso da tecnologia e ferramentas disponibilizadas. Muitos casos, um processo mais "homeopático" do que "cirúrgico", ou seja, envolve uma boa estratégia de adaptação e estímulo ao uso para acelerar os resultados pretendidos.

As empresas hoje estão substituindo reuniões. Inclusive sala de reunião hoje está cada vez mais caindo em desuso ou sendo configuradas para um modelo de "reuniões relâmpago". Esse negócio de ter uma mesa legal, com cadeiras confortáveis, água, café, está sendo revisto e questionado por especialistas em foco de performance empresarial. Hoje as salas das empresas que tenho visitado não tem cadeiras, são salas propositalmente projetadas para que as pessoas queiram sair de lá o mais rápido possível para iniciar o processo de EXECUÇÃO do que foi planejado. Algumas possuem ampulheta ou mesmo relógios regressivos para limitar o tempo máximo dos encontros em 10 ou 15 minutos.

E nas reuniões que realmente precisam ser feitas, faz-se com 3 passos, sendo:

PASSO 1: "brainstorm", para discutir apenas o que precisa ser priorizado,

PASSO 2: transforma em um plano de ação (5W2H)

PASSO 3: distribui essas ações para as pessoas, obtendo um entendimento e compromisso com a qualidade e prazo de realização das mesmas.

Reunião para agir e não reunião para "chororô" ou para justificar a não ocorrência do que foi planejado. Parece mais um muro das lamentações do que reunião. Parece mais uma assembleia do que uma reunião, ou seja, você não gera uma ata e todos saem iguais ou mais "perdidos" do que quando entraram e, por fim, acabam marcando uma próxima reunião para compensar. Você nunca teve a sensação de fazer parte de uma empresa de "reunies" em alguns momentos?



Fica agora o **9º DESAFIO** –Verifique quais processos ou áreas da sua empresa tem algum potencial para virtualização, automação e simplificação. Você ficará surpreso o quanto seus processos podem ser mais ágeis, flexíveis e baratos com apenas uma análise crítica. Procure também achar soluções inteligentes para cada uma das situações identificadas.

10.Deslocamento

Esse desafio pode até parece uma bobeira numa primeira avaliação, mas quem já utilizou ou teve acesso àqueles softwares em que as pessoas que fazem ciclismo ou corrida utilizam?

Se preferir um aparelho em vez de um aplicativo, o pedômetro é uma boa alternativa e pode ser comprado em lojas de esportes ou mesmo já estar presentes em muitos modelos de smartphones, e são utilizados para esse tipo de análise.

Experimente, no começo do dia, pedir para pessoas que atuam em áreas de sua empresa com grande deslocamento diário, o utilizem. Faça ali uma amostragem de três a cinco dias e você ficará surpreso com a "quilometragem rodada" por um funcionário por turno de trabalho e as oportunidades para que esse deslocamento seja reduzido de forma surpreendente, se analisado sob a devida perspectiva.

Eu fiz esse teste no almoxarifado de uma empresa e o resultado foi de 13.9 km por dia feito por um único funcionário, utilizando uma amostragem de 10 dias de trabalho.

Você deve estar se perguntando qual o objetivo disso?

Utilizar de forma mais produtiva e inteligente o expediente do funcionário, em tarefas que agreguem mais valor ao negócio. Nessa mesma empresa, foram tomadas algumas medidas para melhorar a eficiência do almoxarifado e a produtividade do funcionário:

1º a mesa do almoxarife ficava longe do balcão de atendimento. Só de colocar a mesa mais próxima do balcão de atendimento, o funcionário passou a percorrer 3 km a menos por dia.

2º mudamos as regras do almoxarifado, que eram muito bagunçadas ou até mesmo, inexistentes. Qualquer pessoa podia solicitar qualquer material a qualquer momento do dia. Implantamos data certa para cada setor. Por exemplo, o setor de Recursos Humanos passou a solicitar e buscar materiais apenas nas manhãs de segundas, quartas e sextas; e o setor de marketing apenas nas tardes de segunda, quarta e sexta.

No começo foi aquele rebuliço. Brincávamos que era até melhor evitar ir de carro até a empresa do meu cliente para que os funcionários, revoltados inicialmente com as novas regras, não esvaziassem nossos pneus como "vingança". Mas o ser humano é assim mesmo, resistentes a mudanças num primeiro momento, mas após uma ou duas semanas de adaptação, passam a ter a sensação de que sempre foi assim.

Nada mais natural do que INCÔMODO gerado por uma boa mudança nos processos. Mas ao analisar os resultados, o que isso tudo resultou? Numa redução de 13,9 Km para 3,4 Km por turno de trabalho do almoxarife ao final de 3 meses de trabalho.

O que aconteceu? Passaram a ter tempo para fazer tarefas que agregam valor, passaram a ter tempo de aplicar os 5 S's. O que é 5S? Aplicação de conceitos de organização, limpeza, identificação e disciplina nas tarefas e locais de realização das mesmas. Antes desse trabalho, o almoxarife não tinha tempo nem para fazer uma adequada contagem do estoque, mas depois passou a ter tempo para realizar contagens diárias melhorando assim o controle e preservação do patrimônio da empresa sem qualquer necessidade de ampliação da equipe ou uso de horas extras.

Mas qual foi a primeira sensação da empresa? Falta almoxarifado e o almoxarifado é pequeno. Ai, parando pra pensar num único desperdício chamado deslocamento, ficou comprovado que estava sobrando espaço e com pessoas e tempo mais do que o suficientes. Ninguém foi demitido, foram melhor aproveitados em tarefas mais desafiadoras e agregadoras de valor para elas e para o negócio como um todo.



Relembrando o **10º DESAFIO** – implante o contador de passos (pedômetro) por 3 a 5 dias. Após os resultados, implante mudanças que reduzam esses deslocamentos e, se possível, delegue tarefas que agregam valor.

11. Delegar



Quanto tempo você está investindo na formação de sucessores? Você está demonstrando confiança nas pessoas permitindo que elas te surpreendam? Talentos "ocultos" em sua equipe podem não estar sendo devidamente utilizados e até estar "definhamo" por não serem utilizados de forma adequada?

Talentos definham? Se você não usar definham, até mesmo machados afiados perdem o fio se não utilizados, certo?

O quanto você está permitindo que pessoas possam provar que são tão boas ou até melhores do que você? Quanto você está criando pessoas que precisam "pedir a bênção" ao chefe para tudo que fazem, criando um olhar de "mamãe ganso", com os "patinhos" todos debaixo da asa, tendo que pedir permissão para sair?

Ou seja, criando ali uma "plantação de samambaias" e não uma empresa de funcionários de alta performance, prontos para enfrentar as exigências de um mercado cada vez mais desafiador.

A ideia qual é? Qual é a vantagem das empresas que sabem delegar?

Apresento uma listinha pra tentar animar:

1. Liberar tempo para planejar, organizar, acompanhar, inovar, que é tudo o que abordamos até agora;
2. Diminuir a pressão sobre poucas pessoas que querem assumir tudo;
3. Contribuir para o desenvolvimento das pessoas;
4. Pessoas gostam de ser desafiadas. Delegar é uma forma de desafiar e manter essa geração nova, por maior tempo na empresa;
5. Criar um ambiente e rotina de trabalho motivadores. As pessoas não gostam da mesmice. Hoje a nova geração tem alergia a monotonia, alergia a rotina, alergia a mesmice e se não propor novos pequenos desafios corre-se o risco de não propiciar o sentir-se "parte do negócio".



Fica o **11º DESAFIO** – DELEGAR! Se você tende a ser centralizador, comece com pequenas delegações, mas não esqueça de ampliá-las com o tempo! Pense nos benefícios que terá em seu empreendimento e em sua agenda focando mais na evolução do seu negócio.

12. Interrupção

De acordo com publicação feita pela revista Exame, estudos de ciência cognitiva comprovam que nós levamos 15 minutos para retomar a concentração após uma interrupção. Diante desses dados, podemos concluir que a interrupção é um dos grandes vilões da produtividade.

Você consegue reconhecer as grandes interrupções do seu trabalho?

Telefone tocando, e-mail, WhatsApp, papos paralelos com os colaboradores, atender à solicitações “rapidinhas”, receber fornecedores a qualquer momento. Sim, você deve criar uma disciplina para seus fornecedores. No seu horário de pico você não deve atender fornecedores.

Os restaurantes fazem isso muito bem. Uma vendedor de alimentos não vai em um restaurante durante os horários que as refeições estão sendo servidas aos clientes, por exemplo. É uma regra que foi imposta. Eu não posso também ter os meus horários de pico e criar uma espécie de "acordo de convivência" com as demais áreas ou empresas que se relacionam com a minha?

Sabia que você tem seu horário de pico hoje no Google? Se você entrar no Google e colocar o seu negócio ele vai te dizer qual é o horário de pico, onde tem mais pessoas circulando no teu negócio.

Com essa informação, você já sabe que naquele horário apresentado pelo Google, você já vai, no mínimo, rever o comparecimento dos fornecedores ao estabelecimento, o horário de intervalo dos colaboradores, a sua presença auxiliando nesse momento, que é a hora mais inadequada para você deixar seu negócio.

Então, DISCIPLINA pode resolver boa parte de seus problemas de interrupção e te ajudar a manter o foco no que realmente importa.

Avisar a secretária para não interromper reuniões, procurar ser objetivo, ter horários estabelecidos para ler e enviar e-mails, ser direto, usar uma saudação padrão, reunir todos os assuntos na mesma ligação ou no mesmo e-mail. Anotar recados completos, porque às vezes pessoas com nomes comuns, são mais difíceis de serem identificadas... “- Ah! A Ana ligou!” Ah meu Deus, quanto tempo para achar qual Ana.

Você tem meia culpa das pessoas te atormentarem com interrupções. Você é o responsável em fazer com que todas as pessoas que você se relaciona saibam que você tem de dois a quatro momentos no dia que você vai responder e-mail, por exemplo.

Claro que se o seu negócio depende dessa rapidez é diferente, mas as outras pessoas como fornecedores e os próprios colaboradores, perceberão sua organização e entrarão no ritmo. Igual ao exemplo do almoxarifado citado anteriormente, de início fica complicado, mas em pouco tempo todos já estarão adaptados com a nova rotina.



Vamos para o **12º DESAFIO**? Identifique as principais interrupções do seu dia a dia e desenvolva métodos, rotinas e/ou comportamentos para sanar ou ao menos diminuir a sua frequência.

13. Priorização



Adianta você ter uma lista fantástica de coisas para fazer e não ter um bom senso de priorização?

O que significa priorizar?

Começar pelo que é mais importante. Agora, o que é mais importante para uma empresa nem sempre é importante para outra, por isso que existem regras de priorização, a mais conhecida é a Matriz GUT.

Essa, é uma matriz, que me mostra que nem tudo que é grave é urgente. Nem tudo que é grave e urgente tende a piorar. A matriz GUT é quase que a aula 1 do socorrista, do SAMU, cujo tema é "por onde começar".

Vou criar uma cena horrível, para exemplificar o atendimento de um SAMU típico.

Imagina um acidente com um ônibus, com várias pessoas que precisam ser atendidas. Em segundos, o socorrista precisa gerar uma matriz GUT. O que é matriz GUT nessa situação?

G: Grave. Significa que uma pessoa está sofrendo.

U: Urgente. Está sofrendo e pode falecer se uma ação imediata não for tomada rapidamente

T: Tendência. Tendência de ficar pior se nada for feito a respeito.

Tente criar esse mindset do GUT e você vai perceber que existem situações que exigirão do empresário exatamente este nível de raciocínio e, desta forma, melhorando sua capacidade de priorizar, conseqüentemente, refinando seu senso de urgência e aumentando o grau de satisfação das pessoas que dependem do seu atendimento.

Quando eu começo a rever a forma como enxergar minhas prioridades analisando com mais critérios as variáveis GRAVIDADE X URGÊNCIA X TENDÊNCIA percebo que nem tudo o que é grave é urgente ou tem tendência para piorar. Para uma empresa, uma forma de classificar a Matriz GUT seria:

G gravidade: Algo que gere impacto negativo para a empresa ou para o cliente.

U urgência: relacionando "pressa" e necessidade de rapidez, agilidade, tempo de resposta agilizado.

T tendência: Maior ou menor possibilidade de algo piorar, melhorar ou se estabilizar com o passar do tempo.

Então, qual é a gravidade, a urgência e a tendência de cada atividade ou problema que preciso resolver?

Como exemplos de uso empresarial adicionais da Matriz GUT podemos citar a pauta de uma reunião, ou seja, através da utilização do mindset apresentado pela Matriz GUT, se for para deixar de tratar algo durante a reunião, que seja o menos grave, menos urgente e com menor chance de piorar com o passar do tempo.



Já imagina o **13º DESAFIO**, certo? Para toda atividade acumulada, que você não sabe por onde começar, tente aplicar a lógica proposta pela Matriz GUT.

Alguns exemplos para ajudar: em seus planos de ação, pautas de reunião, resposta de e-mail em sua caixa de entrada, visitas a clientes, contas para pagar, etc..

14. Cronobiologia

Ah, está aqui uma regrinha que não dá pra passar batido. Empreendedor que não respeita a cronobiologia sua e da sua equipe, não sabe o que pode estar perdendo ou deixando de ganhar.

Você conhece o momento do dia em que seu nível de energia está mais elevado?

Você é matutino, você é vespertino ou você é noturno?

Quem é matutino, por exemplo, deixa as reuniões mais estratégicas para o período da manhã. Elabora uma proposta para um cliente importante pela manhã. Tenta focar o desenvolvimento de produtos e atividades que exigem inovação e criatividade para esse período.

Se fizer o contrário e deixar para a tarde? Provavelmente você não terá o mesmo nível de produtividade e até mesmo de criatividade do que se você respeitasse a sua cronobiologia.

Então, cronobiologia significa se reconhecer como matutino, vespertino ou noturno e usar esse período, quando seu grau de energia está mais elevado, para atender os melhores clientes, para fechar os melhores pedidos, para fazer reuniões que você transmita realmente toda a eficácia que você gostaria de transmitir. Tente não desrespeitar isso.



DESAFIO 14º - Tente reconhecer o seu período de alta energia no dia de trabalho e fazer melhor uso dele!



15. Perfeccionismo

Os perfeccionistas são aqueles que tem tanta dificuldade em assimilar frases do tipo “o bom é inimigo do ótimo” que, pelo excesso de preciosismo, desrespeita o ritmo desejado pelo cliente, acaba perdendo negócios por se preocupar demais com “firulas” desnecessárias enquanto a concorrência está dando atenção apenas ao que interessa de forma ágil, objetiva e precisa.

Mas perceba, essa é mais uma provocação que eu trago. Será que isso não pode ser algo... “- Ah, mas meu mundo é do perfeccionismo”. Tem casos que sim, como algumas atividades artísticas ou cirúrgicas, por exemplo, mas o importante é alinhar com seu cliente o que é 100% para ele, alinhar as expectativas e atendê-las da melhor forma possível, ou seja, com o suficiente para o bom resultado. Nem mais nem menos do que o alinhado!

A palavra mágica é SUFICIENTE.

Qual é o suficiente para o seu cliente preferir você?

Se você tem um preço bom, mas não é tão ágil, o cliente ainda prefere sua empresa? Se à preferência do seu cliente pelo preço baixo, mesmo que precise esperar um pouco mais para receber o produto, isso precisa ser percebido como o suficiente, até para você não se torne mais caro por oferecer uma velocidade de entrega que o cliente não tenha como fator de preferência.

E a busca pelo suficiente? Tão fácil falar, tão difícil entender. Mas o que você precisa assimilar é que o excesso de qualidade pode ser tão ruim para o seu negócio quanto a falta de qualidade. E que excesso de qualidade pode gerar um custo adicional e um tempo de espera que seu cliente não está disposto a ter.

Por exemplo, o cliente só queria a última linha da planilha e você manda aquela planilha fantástica, que levou 3 dias para ser finalizada, formatação perfeita, alinhamento dos títulos, gráfico 3D com legenda animada, etc... Aí o cliente fala: Me fotografa a última linha e me manda no WhatsApp.



Quanto o perfeccionismo pode estar sendo o seu sabotador nas suas tomadas de decisões e fechamento de bons negócios?

E aqui, com essa pergunta, termino o **15º DESAFIO**.



Obrigado!

Estes e tantos outros assuntos instigantes permeiam a vida dos empresários independente do porte, segmento e tempo de atuação nessa vida empreendedora. Coloque em prática esses desafios, e garanto que farão você olhar seu negócio com outra perspectiva, descobrir de forma descomplicada pequenos, mas valiosos segredos sobre alavancagem e aceleração de negócios na busca pela excelência, consolidação de um LEGADO PESSOAL e atingimento do seu real PROPÓSITO nessa vida empresarial.

Desejo uma jornada incrível para você!

Vamos juntos!
#projetadoparavencer

ISENÇÃO DE RESPONSABILIDADE

As informações contidas neste e-book são provenientes de minhas experiências com a Gestão de Mudança ao longo de vários anos. Mesmo me esforçando ao máximo para garantir precisão e alta performance para entregar esse conteúdo e acreditando que cada um deles realmente funciona se seguidos corretamente, não existe qualquer garantia de qualquer resultado, não me responsabilizando pela implementação do leitor. Sua situação e/ou condição particular pode não se adequar perfeitamente aos desafios propostos. Assim, você deverá utilizar e ajustar as informações de acordo com sua situação e necessidade.