



6

Passos para construir
uma Empresa Sólida, e
não um Auto-Emprego.

ActionCOACH[®]
business coaching

A empresa de
Coaching Empresarial
Número 1^{do}
Mundo

ActionCOACH[®]
business coaching

Domínio

O primeiro passo para consolidar e desenvolver qualquer negócio é ter certeza de que podemos entregar nosso produto ou serviço de forma rentável, produtiva, e com conhecimento suficiente para tomar grandes decisões...



Vamos conhecer sobre o Programa 6 Passos e realmente entender por que todos os empresários, incluindo você, devem seguir este sistema passo a passo...

Tudo começa com a definição de "Negócio" da **ActionCOACH**... Tudo começa com o sonho de pessoas que desejavam se tornar independente e ter mais do que apenas um trabalho...

Na **ActionCOACH** vemos os negócios da seguinte maneira...

Uma Empresa, Comercial, Rentável, que funciona sem Você...

Tenho certeza de que isso é diferente do que a maioria das pessoas pensa e prega, mas você tem que saber que a razão pela qual você começou o seu negócio foi a liberdade, liberdade financeira, liberdade de escolher o que você quer e a liberdade de tempo, apenas para nomear algumas...

Para ver isso a partir do lado oposto, é preciso entender o seguinte ...

A maioria das Empresas não trabalha, o proprietário o faz você o faz...

De fato, tire o proprietário de seu negócio e na maioria dos casos, o negócio morre.

Mas vamos desde o início...



O Negócio é viável?

A primeira etapa de crescimento de qualquer negócio, é a garantia de que podemos entregar:

- De maneira Rentável
- Produtivamente
- Com Conhecimento. (Suficiente Informação do negócio que nos permita grandes e importantes decisões)

Os proprietários de negócios são muito bons fazendo o que eles sabem fazer, mas ninguém lhes ensinou a Gestão Administrativa de uma empresa, por isso o fazem de maneira intuitiva e empiricamente.

Eles são principalmente técnicos, portanto não conhecem de negócios e o operam incorretamente. São autoempregados, não empresários. Obtêm satisfação de seu suor, e não do uso de sua mente, por isso repetem os mesmos erros todos os dias.

Os Contadores são muito bons para contar uma história. Mas dificilmente podem ensinar o proprietário a planejar o futuro e os

fundamentos da gestão do negócio, ou seja, **GESTÃO EMPRESARIAL**. Porque os negócios que sim funcionam, têm orientação sistemática independentemente dos conhecimentos do proprietário para produzir resultados.

São necessários indicadores que meçam o quão bem eles estão gerindo os recursos da empresa e isso significa tempo e dinheiro. A empresa deve ser uma entidade separada de seu proprietário, sustentada pelo propósito comum, processo eficaz e eficiente e pessoas treinadas e autodisciplinadas.

Pergunte-se

Sei como interpretar a Folha de Balanço?

Entendo o que estão indicando os números de Origem e Aplicação de Recursos?

Posso detectar os SINAIS VITAIS da minha empresa, conhecendo os coeficientes e taxas que se deduzem de meus Demonstrativos Financeiros?

Sem uma visão compartilhada com a equipe, uma imagem clara do futuro, não há aonde ir senão a uma rotina de auto emprego.



1 DOMÍNIO do DINHEIRO

- Não só é essencial conhecer suas cifras históricas (consequências) como também é importante conhecer os números que irão criar o seu futuro (causas)
- Para compreender esta matéria, a subdividiremos nas 4 áreas de Dinheiro mais importantes do negócio.

1.1

DOMÍNIO do PONTO de EQUILÍBRIO

Conheça quantas Vendas em média e unidades ou clientes você precisa gerar diariamente para obter o ponto de equilíbrio e alcançar seus objetivos de lucro. É indispensável conhecer a sua Margem Bruta ou Margem de Contribuição e dividir seus Custos em Fixos e Variáveis.

1.2

DOMÍNIO da MARGEM

- Desenvolva um Plano para alcançar o número que você procura.
- Conheça a Margem Bruta (ou Margem de Contribuição) por produto e descarte os de baixa contribuição ou aumente os preços.
- Conheça bem os seus custos fixos e variáveis.

Lucro é uma CONSEQUÊNCIA dos 5 Passos .É um Produto, portanto você tem que trabalhar na Matéria Prima.

Comece de baixo para cima. Quanto você quer ganhar?

Mas antes de começar qualquer atividade de Marketing, é dever conhecer e DOMINAR a MARGEM/ VENDAS.



1.3

DOMÍNIO de INFORMAÇÃO e RELATÓRIOS

Os "Sinais Vitais" da empresa são os Indicadores Chave de Desempenho que você tem que saber diária e semanalmente e que se consolidado ao final do mês permitir-lhe tomar decisões para corrigir o rumo e alcançar o futuro sonhado.

Primeiro, é necessário através de uma pesquisa ou de outra forma, definir:

- Ticket Médio de Vendas
- Margem sobre Vendas

Meça-o durante uma, duas ou três semanas ou estabeleça-o imediatamente, usando informações de um período anterior. Você deve continuar reportando estes dados semanalmente. Atribua esta tarefa a uma pessoa, ou peça diretamente ao Contador.

Posteriormente, poderemos Testar no departamento de Marketing, quais elementos estão funcionando e quais não. Tenha um registro das vendas feitas. Escreva o Valor e o número de artigos vendidos. Ou com defeito, se possível, registre quantas vezes cada cliente comprou nos últimos doze meses e assim definirá o número de transações por cliente.

1.4

DOMÍNIO de TESTAR e MEDIR

Você pode prever seus ganhos no futuro através da medição e prognóstico dos Indicadores Chave de Desempenho

Quando as estratégias para aumentar as vendas e os lucros são implementadas, é preciso primeiro saber como estamos com relação às CIFRAS para a realização de comparações após o TESTAR e MEDIR.

Implementa uma estratégia ao mesmo tempo e meça os seus resultados de uma a duas semanas. Em seguida, decida se você pode implementar várias estratégias simultaneamente e continuar a MEDIR OS RESULTADOS.

Você realmente conhece tudo o que NÃO SABE sobre o seu negócio?

Disponibiliza uma sacola maior para o seu cliente e a entrega assim que ele entra, por exemplo. Coloca mais mercadoria de maior margem nas prateleiras, etc. Pequenas mudanças multiplicadoras somam RESULTADOS CONSISTENTES.

Os negócios não são Ciência sofisticada. Não se trata de enviar um homem à Lua. É SIMPLES e SISTEMÁTICO.

2 DOMÍNIO da ENTREGA

Consistência é mais importante que ideias brilhantes. É inútil tentar encher uma banheira, se a tampa do ralo não está posta, da mesma forma você deve interromper imediatamente o desperdício de seus suprimentos. Ou seja, garantir que possamos entregar os produtos e serviços que os **CLIENTES DESEJAM**.

CONSISTENTEMENTE: Com a qualidade adequada no momento certo com a margem correta. Você precisa **PLANEJAR** para que os produtos e serviços sejam suficientes para atender a **TODOS** os clientes no que eles querem, **QUANDO** querem e **COMO** querem.

Escreva as 5 reclamações mais comuns dos clientes e as ideias para resolvê-las, de tal modo que você consiga fazer os clientes voltarem.

3 DOMÍNIO do TEMPO

Minha produtividade e a produtividade da minha equipe determinarão meu sucesso e rentabilidade.

Não há suficiente tempo durante o dia, para fazer o que requer se feito. Para que o negócio possa crescer, o proprietário deve separar de 5 a 10 horas de sua ocupadíssima

semana para poder trazer ordem e organização à sua vida.

Aplique o seguinte exercício:

3.1

Anote quantas horas na semana, de Segunda a Domingo, você trabalha.

3.2

Escreva uma lista de **ATIVIDADES** que precisam ser realizadas.

3.3

Retrabalhe em ambas as tabelas durante 2 semanas, até que se igualem as horas.

3.4

Escolha de 2 a 3 atividades para **DELEGAR**. Discuta com seu Coach como e quando você vai fazer. Se não há ninguém que possa realizar, comece o processo de definição e seleção de uma nova pessoa.

Utilize para o anterior, o formato do Estudo Rápido do Tempo da pasta **SISTEMAS PeM** do seu Manual de Boas-vindas

4 DOMÍNIO do DESTINO

Ter claro para onde estou indo e onde estou levando o negócio, é vital para o sucesso.

OBJETIVOS: (São Permanentes)

VISÃO: Inspirar e Envolver. Sua luz GUIA (Ampla e Difusa)

MISSÃO: O COMO alcançar a Visão; Em que negócio estamos
Quem é a nossa equipe
Quem são nossos clientes
O que nos faz únicos

VALORES: É a manifestação da Cultura:
3 Valores Importantes para o CLIENTE
3 Valores Importantes para a EQUIPE
3 Valores Importantes para o sucesso do NEGÓCIO

METAS: (Um ponto dentro do tempo e espaço, um marcador- milestone-)

5 Autodomínio (Disciplina)

Eu devo usar minha disciplina interna para manter-me FOCADO e alcançar CONQUISTAS por mim mesmo. Se não posso sozinho, a alternativa é contratar um Coach para que com suas ferramentas e disciplina, me ensine a permanecer com uma mente concentrada focada em RESULTADOS.



É totalmente recomendável ler "7 Hábitos das Pessoas Altamente Eficazes" de Stephen Covey, e instalar mentalmente suas recomendações. Siga ao menos as seguintes sugestões:

1 Comece ao final de cada dia, escrevendo as atividades do dia seguinte. Esta disciplina permite que seu cérebro se concentre melhor em fazer as atividades do dia seguinte.

2 Do exercício tabulado em DOMÍNIO do TEMPO, SISTEMATIZE alguma atividade ou DELEGUE para que você tenha livre pelo menos 5 horas semanais, que te permitam trabalhar PARA o negócio em, organização, planejamento, crescimento, etc. Em vez de estar NO campo de batalha diário.

É hora de perguntar se o proprietário quer SER proprietário de um negócio ou simplesmente se contenta em ser um AUTOEMPREGADO e conservar seu próprio trabalho.

Lembre-se, um NEGÓCIO é uma Empresa Comercial e Rentável que funciona SEM VOCÊ. Encontre alguém para analisar o TEMPO e PROCESSOS de toda a organização, se você não pode fazer sozinho. Elimine as coisas repetitivas e sem sentido.

Por que construir um trabalho, quando você pode criar um VERDADEIRO negócio que cresce independentemente do proprietário?

Se o proprietário deve trabalhar NO negócio, é porque ele NÃO FUNCIONA. Isso não significa que você deve abandonar o negócio e deixá-lo ao acaso. Mas o proprietário deve ser livre para decidir em qualquer dia ou não irá para o trabalho. Essa alternativa é a liberdade que ela traz é o que é ser proprietário de uma empresa, e não um auto empregado.

Então, pergunte-se

Estou muito envolvido no meu negócio?
Posso pegar o telefone de casa, ligar para a empresa e dizer ao primeiro que atender:

"Pessoal, encarreguem-se de todos os assuntos, porque eu vou tirar 3 meses de férias"? Eu tenho um negócio ou o Negócio tem a mim?

NINGUÉM pode vender um emprego. Há sempre alguém disposto a comprar um NEGÓCIO. Termine de construí-lo para que possa dedicar tempo para outras coisas criativas PARA o negócio.



Nicho

Uma vez funcionando o seu lucro básico, é o momento de encontrar sua Proposta Única de VENDAS e formar sua maquinaria de Marketing e Vendas...



Não Competir por Preço

A FÓRMULA DOS 5 PASSOS PARA SUPER-LUCROS

Uma vez que o seu lucro básico esteja funcionando, é hora de encontrar a sua Proposta Única de Vendas e formar a sua maquinaria de Marketing e Vendas.

O quadro dos 5 Caminhos de Super Lucros é a fórmula na qual se pode construir TODOS os negócios. Através de diferentes estratégias de marketing e vendas, se gera maior fluxo, mas você tem que medir todas as mudanças em um período de tempo.

A maioria dos empresários trabalha nas consequências ou resultados do quadro como: clientes e vendas. Quando se deve trabalhar metodicamente nas causas, que são as áreas de transformação do negócio e geram lucros maiores.

Obter mais Prospectos e melhorar a Taxa de Conversão é o que deve ser feito para conseguir mais CLIENTES.

O Número de Transações é outra área dos 5 Caminhos. Você não quer o pior ou o melhor cliente, se não uma MÉDIA de quantas vezes o mesmo cliente compra de você em uma semana ou um mês. Se não for possível medir isso, tente o nº de artigos comprados. Lembre-se das batatas fritas do Mcdonald. Muitos empresários nunca se preocuparam em ter um banco de dados de clientes anteriores. Você pode pedir a um cliente satisfeito para comprar novamente e novamente. E que retorne por toda a vida.

O valor médio de venda é possivelmente o mais fácil de conhecer. São as vendas totais divididas pelo Nº de vendas para o mesmo cliente, em média. Portanto:

**Clientes X # de Transações X Valor
Médio de Venda = Vendas**

Ou seja, as vendas é uma consequência de 3 variáveis que se podem afetar positivamente o resultado.

Porém, devemos estabelecer as seguintes prioridades para um progresso efetivo:

- a.** Valor Médio de Venda
- b.** Taxa de Conversão
- c.** Nº de Transações
- d.** Geração de Prospectos

Este último é o mais oneroso e requer um bom sistema de Testar e Medir. Por isso comece subindo seus preços de forma educada, e implementa sua PROPOSTA ÚNICA de VENDA e GARANTIA que o diferencia de tudo o que há no mercado. As necessidades de marketing estão em transmitir que você é o ÚNICO sobre SEU produto ou serviço e o porquê alguém deve comprar de você HOJE! Como por exemplo:

“Garantimos que conseguiremos arrancar um sorriso seu no final do FUNERAL”

AS REGRAS DO MARKETING

Marketing é um processo no qual se deve seguir regras muito simples.

REGLAS do Coach sobre MARKETING

1 Marketing é um Investimento quando se está Testando e Medindo.

Se você não está focado na criação de FLUXO de DINHEIRO em caixa, você está desperdiçando o tempo do Negócio PeM. Se você não conhece tudo que faz o Marketing torna-se um custo, porque não o recupera.

2 Utilize mais tempo gerando RECEITA do que mantendo baixo os custos.

Dedique pelo menos duas horas diárias à geração abundante de receitas, em vez de se concentrar permanentemente na redução limitada de despesas.

3 Atribua 50% do seu investimento em recursos para Distribuição e os outros 50% em Marketing e Vendas.

Dedique 50% de seu investimento de tempo e esforço à DISTRIBUIÇÃO e ENTREGA, e os

outros 50% a VENDAS e MARKETING. (Atrair Prospectos)

Compreender este conceito como alistar sistematicamente produtos e serviços que estão disponíveis e prontos para o MARKETING

4 **Teste e Meça tudo mediante Indicadores Chave de Desempenho.**

Entramos mais a diante na interação desses dois conceitos.

5 **Comprar seus clientes é um INVESTIMENTO, por isso defina seu orçamento de Marketing com base no indicador denominado CUSTO de AQUISIÇÃO.**

Campanhas publicitárias, folhetos, impressões, folhas de dados de materiais, demonstrações, ofertas, descontos, comissões da Equipe de Vendas e todas as estratégias para encontrar novos clientes CUSTAM CARO. O valor total do investimento por um período dividido sobre o nº de clientes no mesmo período, é o CUSTO DE AQUISIÇÃO. Comprar CONTINUAMENTE é a parte mais cara da empresa.

6 **NUNCA perseguir sutilmente uma fatia do mercado. Buscar a maior parte da carteira do cliente.**

Isso significa, pura e simples, que tendo um banco de dados de clientes, o que mais você pode vender-lhes? Já lhe conhecem, e mostraram que gostam de você, porque já lhe compraram e sabem o que você pode e o que não pode fazer por eles. TUDO o que você tem a fazer é encontrar uma maneira RENTÁVEL de pedir-lhes para que voltem e comprem novamente.

7 **Estamos no Negócio dos Lucros.** Os proprietários definem sua empresa P pelo Número total de Vendas. Como por ex. uma floricultura ou um escritório de contabilidade. Se você enxerga o seu negócio a partir de outro ponto de vista que não o produto ou serviço que vende, e o enxerga a partir do ângulo de marketing, de repente você percebe que está no negócio de GERAÇÃO DE LUCROS. É tão simples como gastar menos do que aquilo que é gerado.

8 **Estabeleça suas práticas com base em um enfoque de longo prazo e conheça bem o Valor no Tempo de um Cliente.**

Compre clientes com marketing e vendas na expectativa de que gastem contigo além do que você pagou para encontrá-los. Isto se faz reduzindo o CUSTO de AQUISIÇÃO ou estendendo o tempo em que eles gastam mais

contigo, fazendo-os voltar mais vezes. Você deve apreciar o quão importante é a **RELAÇÃO** com o cliente, certificando-se de que tudo está correto para que você possa mantê-lo o maior tempo possível.

9 Sempre procure diminuir seu **CUSTO** de **AQUISIÇÃO** e aumentar o **VALOR** no **TEMPO** de todos os clientes (**pontaria**). Se você compra clientes por um custo menor do que eles gastam em seu negócio, você tem uma campanha de marketing de orçamento ilimitado.

Quanto seu cliente gastaria a vida toda?

Quantas indicações te enviaria?



Alavancagem

Agora que você tem um excelente fluxo de caixa e lucro, é hora de fazer andar os sistemas para que dirijam o trabalho adicional.





3 Passo
ALAVANCAGEM

O nome do jogo neste nível é a eficiência. Você deve conseguir mais com menos. Este é o lugar onde prestamos atenção nos SISTEMAS. Se você está trabalhando duro, então você deve alavancar o tempo.

É importante que os sistemas sejam implementados ANTES de novas contratações, mesmo que a equipe atual - se você tem uma - esteja esmagada pela carga de trabalho. Durante os próximos 4 meses, vamos ver detalhadamente os 4 tipos de alavancagem:

- 3.1** Alavancar mediante a ESTRUTURA.
- 3.2** Alavancar o COMO fazer as coisas.
- 3.3** Alavancar a GERENCIA mediante Pessoas e Educação.
- 3.4** Alavancar mediante os sistemas e a tecnologia.

3.1 Alavancar mediante a ESTRUTURA.

Para conseguir ter as pessoas certas no lugar certo com o plano de certo, seu negócio, dependente das pessoas, se transporta para um dependente dos sistemas.

Desenvolva seu organograma por função. Defina as posições do negócios, embora eles não sejam ocupados no momento. Coloque em cada posição uma descrição de coisas que devem ser feitas, embora no momento, uma pessoa tenha de preencher várias funções simultaneamente.

- Comece o organograma pelo chefe da organização. Coloque uma caixa na parte superior central da página, o nome que deseja atribuir ao mais alto nível hierárquico da organização (Presidente, Diretor, Gerente Geral, etc.)

- No próximo nível, escreva todas as posições que algum dia terão de ser incluídas em seu negócio. Pinte um quadro ao redor de cada função, e as una por meio de uma linha reta com o quadro do chefe da organização.

- O terceiro nível será formado pelos nomes das posições que se reportam para o segundo nível. Igualmente, também desenhe um quadro ao redor de cada função e conecte cada posição com seu supervisor imediato, através de uma linha reta.

- Continue desta maneira até que você tenha toda a organização claramente delineada.

Ao ter desenhado um fluxograma claro de quais posições são necessárias em seu negócio, você acabará por ser capaz de decidir quem é o melhor para exercer cada função. Claro que, se não há alguém disponível nesta fotografia que possa cobrir integralmente as atividades da função, porque todo mundo está ocupado, então você pode começar a procurar e selecionar um candidato adequado que seja contratado para preencher o papel e executar tarefas que não estão sendo feitas.

Conseguir as pessoas certas para o lugar certo, começa com o conhecimento correto de quais são esses lugares.

Contratos de posição devem ser claramente estabelecidos para que a pessoa que ocupa a função saiba muito bem, os objetivos da empresa, as metas e responsabilidades do cargo e quais devem ser os resultados de suas tarefas de trabalho. (Key Performance Indicators)

Se uma pessoa tem claro o que se deve fazer, o fará melhor. Cada pessoa foi contratada por uma razão e tem um papel individual para desempenhar. Essa pessoa deve saber qual é a razão e em qual parte está contribuindo com os seus resultados, para que o Negócio atinja seus objetivos e metas.

O Contrato de Posição deve estabelecer quando uma pessoa que realiza um trabalho específico, saiba que está se sobressaindo, se realiza satisfatoriamente ou o quanto precisa ser melhorado. Além disso, é necessário definir as tarefas a desenvolver, as normas a seguir e metas a atingir. Contratos de Posição dá às pessoas uma imagem clara do papel a ser desempenhado e os indicadores-chave lhes ajuda a alcançar mais.

A descrição de cargos deve ser de todas as posições, inclusive as que não existem.

Algumas pessoas poderiam estar em mais de um cargo ao mesmo tempo, assim que seu contrato posicional pode ter 2 ou mais descrições de trabalho. É essencial definir os papéis e o que precisa ser feito para alcançar os objetivos.

3.2 Alavancar o COMO fazer

A conexão entre trabalho e recompensa são as metas. Para se considerar promoções e aumentos de salários e remunerações, deve haver um SISTEMA justo e consistente.

Na ausência de Indicadores Chave de Desempenho (I.C.D.), o dinheiro de a recompensas mal administradas será um excelente desmotivador.

Os I.C.D. são medições que normalmente se usa para julgar se um trabalho está bem feito. São pontos fundamentais para as tarefas: você pode medir o vendedor pelo número de pessoas aos quais ele vende diariamente, tendo em conta a quota estabelecida para ele. Da mesma forma, você pode medir o feedback dos clientes, as devoluções, as perdas de produção, etc.

Para cada posição deve haver um I.C.D. Do contrário não poderá administrar o que não mede, e por isso deve estabelecer um I.C.D. para cada pessoa na organização.

A empresa geralmente têm as Demonstrações Contábeis (Balanço Patrimonial, Demonstração do Resultado e Demonstração de receitas e despesas) e os 5 Caminhos para medir a resposta ao marketing.

Com cada pessoa da equipe, você deve definir uma meta ou quota e associá-la sua recompensa e bônus periódico. Os membros individuais da equipe terão como em um jogo, um marcador positivo que lhe dará o conhecimento necessário para se esforçarem mais. Agrega também um elemento de concorrência em suas rotinas diárias e garanta que cada indivíduo aspire em atingir seus objetivos. Isto terá efeitos motivadores sobre a operação e também na equipe.

Alocar as pessoas certas nas posições de melhor desempenho com os planos adequados para o cargo, oferece a enorme vantagem que elimina a dependência do proprietário do negócio.

Como os empresários raramente explicam exatamente como seus funcionários devem trabalhar, eles acabam colocando-os em uma desvantagem de desempenho desde o início. Isso se evita redigindo manuais, ou com vídeos, ou imagens para explicar em detalhes COMO deve ser FEITO.

A razão para se ter um MANUAL que pode ser aperfeiçoado periodicamente, é porque eventualmente as pessoas mudam de posição ou de trabalho. Especialmente se um indivíduo passou muitos anos no cargo se tornando quase "indispensável", o que faria de sua saída uma situação complicada, se este não deixar qualquer registro.

Escrever cada manual é como uma auditoria operacional em cada posição. Basta escrever o que o funcionário deve fazer desde a manhã até à tarde, desde que iniciam sua jornada de trabalho até o fim. Considere cada dia e também o mês completo porque há tarefas realizadas de maneira pontual.

Ao agrupar todos os COMO deve ser FEITO em um MANUAL de POLÍTICAS e PROCEDIMENTOS para o negócio, você garantirá que tudo funcione de forma eficiente sempre, e o SISTEMA será a chave para o desenvolvimento de um negócio bem sucedido.

Após a estrutura organizacional, descrições de trabalho com os seus respectivos indicadores chave de desempenho, esclarecendo que DEVE ser feito em cada cargo e que você pode medir seus resultados, é vital que todos entendam COMO deve se fazer cada atribuição, isso é feito usando a alavancagem do FLUXO da INFORMAÇÃO. Em seguida, escreva uma lista de todas as

atividades de rotina e classifique-as em sucessivos períodos de tempo. Deixe sempre uma maneira das pessoas lidarem com as exceções. Estas são tarefas repetitivas que devem ser feitas no negócio cada mês, trimestre e ao longo do ano.

O próximo passo é unir por uma linha reta com uma seta na direção em que viajam os documentos ou a informação, cada atividade dentro de um departamento, descrevendo o caminho que a tarefa segue, desenvolvendo por este esquema, um fluxograma de processo de todas as funções e tarefas.

Começa com o primeiro ponto de contato que é o cliente e siga o caminho para satisfazer as suas necessidades. As encomendas podem ser realizadas por telefones ou no balcão, portanto 2 funções distintas. Uma vez terminada a lista de tarefas rotineiras que cada membro da equipe desempenha, a próxima tarefa é documentar o COMO fazer.

Temos de garantir que esta é a melhor maneira de fazê-lo. Você pode e deve repetir esse questionamento várias vezes. Pense em sua busca por melhoria como um círculo que não tem começo nem fim. Simplesmente se mantenha cada vez melhor. Os japoneses chamam isso de Kaisen, que é basicamente uma melhoria contínua sem fim.

Aqui é onde os I.C.D se destacam por sua importância relativa. Teste somente uma tarefa e ao mesmo tempo meça-a. Compare o que está sendo feito com o que se pretendia. Os indicadores obtidos são os esperados? Se alcançam, todos em tempo útil, ou apenas alguns são alcançados? Quais são as razões para os desvios? Você pode introduzir alguns passos intermediários para corrigi-los? sempre, a fim de tornar o sistema melhor e mais fácil

Durante o processo de melhora, é importante envolver a toda equipe solicitando-lhes feedback mediante as seguintes ferramentas:

- Lista das 10 atividades no trabalho que mais consomem seu tempo
- Lista das 10 atividades laborais que mais lhe causam estresse ou desgosto
- Lista das 10 atividades que mais

se relacionam com a produtividade de seu cargo

- Lista das 10 atividades do sistema que lhe causam a maior sensação de deleite, satisfação ou felicidade

Você pode adaptar, modificar, corrigir ou incluir algo novo usando as listas anteriores?

Posteriormente, peça aos membros da equipe que pensem sobre os gargalos que eles identificaram no processo. Peça que escrevam os 3 que eles acreditam que mais afetam o desempenho da empresa ou causam os problemas mais importantes para os clientes. Trabalhe com eles para eliminá-los um por um e você vai notar a orgulho e senso de propósito que este gera. Os clientes em breve vão detectar.



Alguns pontos que você deve considerar agora em seu manual:

- Comece com uma descrição de todas as tarefas relacionadas ao Fluxograma do Processo.
- Use títulos concisos e pontos curtos
- Inicie com uma tarefa regular que seja a primeira, ou a mais importante.
- Descreva cada ação que se requer gerir, ou complete cada função e escreva brevemente o que precisa ser feito.
- Mencione o que se deseja obter e o que acontece em continuação
- Não esqueça de incluir a contingência do que acontece se algo ruim acontecer ou outra ação alternativa
- Se é possível, use vídeos, audio ou fotos.

3.3

Alavancar a GERENCIA através Pessoas e Educação

Ter um sistema de COMO as coisas são feitas; não é o suficiente, é necessário ter um sistema para administrá-lo.

Quando você administra (Controle de Gestão) um recurso se trata de planejamento e orçamento. Para fazer isso, nós dividimos os recursos da empresa em Físicos (Ativos) e Humanos. A medida que o negócio cresce, é vital planejar com antecedência o básico, como capacidade atual vs. futura, manutenção, substituição de pessoas da equipe a tempo, confiabilidade e oportunidade de informação

financeira e de conhecimento empresarial da equipe, e qualquer outro assunto crítico que especifique como será enfrentada a demanda adicional.

Naturalmente, estoques e capital de giro são áreas que devem ser planejadas cuidadosamente e, nesta fase do jogo é considerado que o seu domínio já é meticuloso e sistemático.

Pessoas e Educação

A questão de administrar a equipe se trata de gestão do tempo e habilidades, portanto, de formação e treinamento.

Você deve primeiro estabelecer um plano de contingência para os cargos críticos: O que acontece se uma pessoa fica doente 3 ou mais semanas? Existe alguém que pode cobrir se as suas atividades são críticas? O proprietário da empresa pode se ausentar 4 semanas de férias ou em viagem de negócios, sem que se altere o ritmo de atividades da empresa?

Volte ao Contrato de Posição: para cada e todas as posições no negócio, estabeleça QUEM deve fazer O QUE, quando alguém está ausente. Isto pode seguir as linhas de delegar ou respeitando o tempo de cada funcionário na área. Ou simplesmente a linha do relacionamento entre subordinado e supervisor.

1 Indução mediante um Manual de Boas-vindas para os novos colaboradores.

2 Treinamento no local, onde um veterano pode ajudar através dos Manuais de Operação, e ensinar um aprendiz.

3 Capacitação por Departamento, onde os grupos recebem em conjunto, treinamento formal.

4 Workshops internos, nos quais um membro da equipe capacita em um tema aos demais.

5 Workshops externos ou cursos onde a equipe é capacitada fora do local de trabalho.

6 Treinamento especial no escritório, onde capacitadores externos são contratados para ensinar os membros da equipe.

7 Treinamento privado no qual se paga aos indivíduos da equipe algum curso específico em uma escola formal

Um guia dos principais temas seria:

o Treinamento técnico focado na função
o Habilidades de Comunicação
o Habilidades gerenciais e de supervisão
o Mediação e resolução de conflitos

o Computação em geral e específica
o Finanças para não financeiros
o O poder do telefone e Telemarketing
o Vendas e Marketing
o Gestão do Tempo
o Segurança e primeiros socorros.



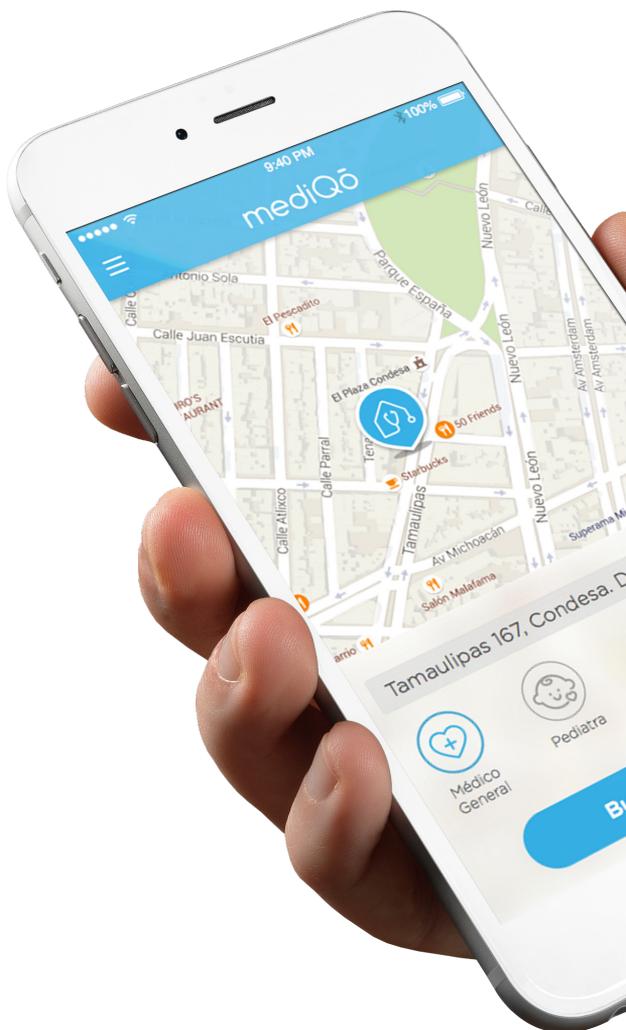
3.4 Alavancar a TECNOLOGIA

A tecnologia em si não é a solução, mas seu uso adequado é uma necessidade que acelera os sistemas e procedimentos administrativos e operacionais.

Você tem que dar uma olhada, uma vez mais, em todos os sistemas e procedimentos já criados. Pense em todas as áreas onde você utiliza técnicas para facilitar a tarefa. Além de outras atividades onde você pode fazer melhor, mais rápido e com menor custo através de investimentos em tecnologia.

Use os critérios que podem beneficiar a agilidade de entrega ao cliente, qualidade do produto ou serviço, novidades ou experiência de compras mais eficazes.

Quando se trata de fatores secundários em tecnologia da informação, como um novo software contábil, tenha calma. Primeiro descubra se a versão que você tem está sendo aproveitada ao máximo como projetado. Em ambos os casos, no entanto, você deve ter a solvência para fazer o investimento. São os custos fixos, tais como aluguéis ou amortização de ativos fixos que prejudicam o fluxo de caixa, colocando o negócio em um buraco.



Equipe

É o momento de continuar a construção, formando uma equipe sólida que dê continuidade ao crescimento e eventualmente gere uma receita passiva aos investidores proprietários do negócio.



A graphic element consisting of a grey arrow pointing to the right. On the left side of the arrow, there is a white circle containing the number '4'. To the right of the circle, the word 'Passo' is written in white. Below 'Passo', the word 'EQUIPE' is written in white, all within the grey arrow shape.

4 Passo EQUIPE

Não é apenas sobre se sentir bem, mas sim de realizações adicionais

Em DOMÍNIO a base de "Uma empresa comercial (negócio)" é construída. No NICHOS acrescenta-se "rentável" para a definição do que é um negócio para um Coach. Ao terminar a ALAVANCAGEM você alcança a terceira parte da definição sobre o que é um negócio, ou seja "que funciona sem VOCÊ".

Agora que a empresa é rentável, tem uma ótima máquina de marketing e pode funcionar sistematicamente, é hora de continuar a formar uma equipe sólida, que dê continuidade a esse crescimento e, eventualmente, gerar uma receita passiva para os empresários investidores do negócio.

Uma equipe é um grupo de pessoas que estão no mesmo lado do jogo. Eles são organizados para trabalharem juntos. Cada um dos membros tem um papel único a desempenhar que é tão importante quanto os demais. Todos têm um propósito diferente a contribuir individualmente para o benefício da empresa. Aqui é onde a cultura empresarial é relevante. Os novos membros devem ser escolhidos cuidadosamente, considerando a afinidade com os outros e deve ter empatia com a cultura do grupo caso contrário, uma maçã podre vai estragar as outras.

Tudo começa com o proprietário da empresa que seleciona seu pessoal. O negócio, assim como a vida é um espelho. É um reflexo do proprietário e dos colaboradores escolhidos, aqueles que ele atrai e seus resultados é o que este processo de seleção merece. A pontuação do jogo vai indicar quão bem ou mal você selecionou os seus próprios jogadores. TEAM é:

Together (Juntos) Everyone (Todos) Achieve (Conseguimos) More (Mais)

Não é apenas sobre se sentir bem, mas sim da contribuição nas REALIZAÇÕES ADICIONAIS. As empresas medíocres conseguem funcionários médios e seu líder alcança resultados insatisfatórios pela falta de congruência entre o que se espera da equipe e as insuficiências dos seus membros.

Se você quer ter uma grande equipe, precisa se converter em um grande líder que dirige uma grande empresa. Um lugar onde os bons profissionais desejam trabalhar. Este é o resultado da sinergia que é o próximo passo.



Sinergia

O Proprietário apoia
e ajuda a sua
Equipe, a Equipe aos
Clientes, os Clientes
ao Negócio, e o
Negócio ao
Proprietário... e
assim
sucessivamente...





O Ciclo dos negócios é uma história sem fim

O negócio deve dar suporte aos proprietários fornecendo-lhes lucros; deve servir a equipe, dando-lhes reconhecimento, recompensas e uma remuneração justa. Deve servir aos fornecedores, pagando suas contas oportunamente e atender aos clientes satisfazendo suas necessidades para que retornem sucessivamente, e assim em círculos, melhorando continuamente...

Quando novos sistemas ou maneiras de fazer as coisas estão instalados na organização, muitos dos veteranos resistem à mudança e se retiram. Eles se sentem desconfortáveis e não gostam da ideia de aprender novas maneiras ou de terem que sair de sua zona de conforto onde estão instalados confortavelmente. Por isso, durante o processo de mudança será necessário recrutar novos integrantes para a equipe. Isso não é de todo ruim, porque os novos aceitarão a situação como normal e será muito mais fácil trabalhar com eles.

Entram frescos e sem conhecimento da situação anterior, se comprometem rapidamente com os mais altos objetivos e metas da empresa.

Recrutamento e Indução

Uma grande equipe é um dos melhores ativos que uma empresa pode ter. Pessoas excelentes só poderiam reforçar a eficácia da organização. Como encontrá-las e recrutá-las é um fator muito importante. Isto em empresas de alta performance não é a unicamente seleção, mas também des-seleção.

Você não deve se concentrar somente nas habilidades e experiências dos candidatos, mas também no "coração" e "alma" que aportará à equipe. O primeiro já não é tão relevante porque ao entrar em um novo emprego, nos deparamos com uma empresa diferente, com outra cultura, com outras expectativas e maneiras de fazer as coisas. Procure a melhor pessoa possível para o trabalho, não qualquer um que pode fazer o trabalho. Em última análise, procure um indivíduo que quer o trabalho que você está lhe oferecendo, acima de qualquer coisa no mundo. Procure por alguém que fique apaixonado com as atividades que você está oferecendo.

Liderança

Selecionar o pessoal adequado é o começo de uma e de sucesso para o seu negócio. É um dos muitos ingredientes para criar a equipe ideal. Mas é preciso manter todos os elementos instalados para alcançar o grande time alinhado para vencer todos e tudo. Você não pode esperar que a equipe sozinha transforme o seu negócio, há outros fatores que felizmente são controláveis e, dependem do seu controle para que façam parte da equipe.

Você tem que formar uma equipe que possa REALIZAR mais, mediante 7 chaves fundamentais que seguem abaixo:

1 FORTE LIDERANÇA – Você deve ser um líder decisivo e assertivo

para que sua equipe tenha confiança na sua diretriz.

Se a equipe não é apoiada e orientada por uma liderança forte, o resultado será como ter um navio cargueiro sem leme, cruzando o oceano. Isto é crucial. Claro que forte não significa autocrata ou um ditador. Um líder autoritário pode ser apropriado em uma fusão ou aquisição hostil entre empresas diferentes. De um modo geral, uma liderança forte é algo diferente. Não se refere ao estilo, mas sim a habilidade de liderar.

As qualidades que separam os líderes comuns ou casuais dos fortes é a paixão e responsabilidade. As pessoas sempre respondem bem a alguém apaixonado por seu trabalho, negócio, ou pela sua vida. É contagioso; toda a equipe será motivada a responder, se doando ao máximo ao seguir um líder apaixonado.

Mas a paixão por si só não faz um líder forte. Ela deve ser acompanhada de responsabilidade. Ele aceitará a responsabilidade pelas ações de toda a equipe, e compartilhará com eles todos os acertos. É essencial que ele tome as decisões de forma decisiva e as realize, porque é isso que conta. Ele será capaz de ver as consequências das suas decisões de gestão até o fim, e assumir total responsabilidade por suas consequências.

A diferença entre um líder e um gerente é que estes se concentram mais no lado técnico do negócio, manejando pessoas no trabalho, garantindo que as tarefas sejam feitas de acordo com as normas estabelecidas ou com as expectativas, acompanhando o cumprimento dos prazos. São "técnicos" estão mais interessados em aspectos do corpo e da mente. Eles se concentram em habilidades técnicas e talentos dos membros de sua equipe. Mas como crescimento e

desenvolvimento pessoal - vão se converter em líderes - Eles descobrem que seu papel mudou significativamente. Não somente deixa de ser técnico, mas delega tarefas para outras pessoas, as quais confia suas responsabilidades, e isso não é fácil. Este território em que se movem para fora de sua zona de conforto, e, inicialmente, o enxergam como uma invasão externa, alterando seu estado mental e causando infelicidade e preocupação. Isto é conhecido como Perturbação. É o sintoma de mudança significativa de gerente a líder. Isto se dá porque este último tem muito mais interesse no coração e espírito

Um líder forte é como um poderoso motor de 16 cilindros funcionando todos simultaneamente. A maioria dos gerentes de negócios se concentram no conhecimento e bem-estar do pessoal. Esses fatores têm a potencia de três pistões cada um em um motor em questão. Mas há duas áreas principais que geram energia na organização. Elas são o coração ou o fator humano e a alma ou a paixão. Estes são mais poderosos, pois são o equivalente 5 cilindros cada um no motor da liderança. O total é de 16 cilindros.

Você não pode esperar resultados da equipe, se eles não conhecem os Objetivos e as Metas da organização. Comece com o permanente. O objetivo são subdivididos em Visão, Missão e Valores. Visão é o destino central que inspira o apoio de todos os membros da equipe para que eles façam o que têm que fazer e assim alcancem seus próprios objetivos. Lembre-se que no início do programa, a missão da empresa foi definida.

Da mesma forma, as metas têm uma linha no tempo e no espaço. Um fim particular em um período mais curto e é o que faz com que o negócio caminhe. Elas têm direção e foco. Estas são individuais e em forma coletiva contribuem para o progresso do negócio em sua visão final. É importante seguir a estrutura SMART caso contrário não serão realistas e causarão um desperdício de tempo. Você não pode dobrar as vendas se a produção não tem a capacidade de responder em tempo e forma. Ou começar uma campanha de marketing sem sua contabilidade dispor de informações oportunas e confiáveis

Para uma equipe de alto desempenho, as METAS COMUM, são uma obrigação.

2 OBJETIVO COMUM – Você deve ter Objetivos e Metas nos quais todos não somente acreditem e conheçam, mas onde todos ganham

3 REGRAS DO JOGO – Quando você fornece à equipe um conjunto de regras claras que os guie, é mais fácil para eles realizarem seu trabalho

Você precisa criar o campo de jogo e todos devem conhecer as regras. Escreva-as e as divulgue para que todos conheçam-nas como o “Regulamento de Trabalho”. Do contrário não poderá reclamar quando extrapolarem os limites. As regras são parte da cultura e são os detalhes que definem as normas e os padrões de comportamento. Você tem que definir limites em que a equipe tem total liberdade de movimento. Como em um jogo de futebol, obedecendo as regras é possível se movimentar por onde quiser sem muito controle, dentro de um espaço muito bem limitado.

Se você não definir a cultura ou regras do jogo, estes serão informalmente impostos pela equipe. Assim, o jogo resultante não será do seu agrado nem será do interesse da empresa. As pessoas preferem saber onde estão parados do que a participar na cultura do caos.

Neste caso, a equipe buscará incorporar as regras por meio de tentativa e erro e descobrirão que não estavam respeitando as regras quando alguém ficar com raiva. Na ausência de limites, um negócio requer uma grande quantidade de contratos e acordos trabalhistas que se regulam.

Neste ambiente, o proprietário da empresa sacrifica a harmonia interna, a criatividade e o espírito de equipe. O chefe se torna um policial que não pode confiar em seus funcionários.

4 PLANO DE AÇÃO – Dê a equipe um plano claro de quem faz o que e para quando, é mais fácil para eles começar a trabalhar e manter o compromisso

A primeira parte já deve estar concluída. Fluxogramas, diagramas de fluxo de processos documentados, e os contratos posicionais evitam disputas emocionais causadas por mal entendidos quando as pessoas não estão cientes de suas responsabilidades. Isto é particularmente verdade quando as coisas dão errado e se está buscando os culpados.

A segunda parte do plano que deve agora desenvolver, é a estratégia, que define os resultados desejados como serão alcançados, e por que certas coisas estão sendo feitas.

Em terceiro lugar são as táticas ou atividades descritas para atingir os resultados desejados.

Este é o plano de 90 dias. Descreva passo a passo o que precisa ser feito, quando e quem é responsável por isso.

A partir do Plano, a maioria dos Sistemas e começarão a indicar à equipe quem está fazendo o que e para quando em virtude de que muitos destes assuntos já foram elucidados. No final de 90 dias revise suas hipóteses, avalie os resultados, analise o que deve ser melhorado e reinicie o processo a cada 90 dias.

5 APOIA O ASSUMIR RISCOS – Alguns membros da equipe vão errar porque estão tratando com algo novo. Participe e apoie-os. Aqueles que não cometem erros são os que mais precisam mudar.

Você deve estar disposto a assumir riscos. Se não o fizer, o atraso sempre deixará sua equipe atras e eles não vão empurrar os limites.

Lembre-se que o negócio é como uma árvore onde não há meio termo: Ou está crescendo ou está morrendo.

A maioria das pessoas evita riscos. Mas este é um hábito e pode, portanto, ser modificado. Um hábito é algo feito automaticamente e pode ser alterado em 21 dias. Concentre-se em fazer algo de uma maneira diferente durante 21 dias e isso se converterá em um hábito. Ou se concentre em evitar fazer algo por 21 dias e perderá esse hábito.

O nível de risco tolerado pela pessoa varia de acordo com as circunstâncias. Isso envolve investimentos financeiros, sorte, procurar um novo emprego. Na verdade, muitos vão dizer que a própria vida é um risco.

Correr riscos nos negócios é levemente diferente quando se está associado a cultura da empresa. Se o proprietário não incentivar os membros a assumirem riscos calculados nos negócios e constantemente os repreende por causa dos, a empresa poderá progredir conservadoramente até seus objetivos. Provavelmente progrida lentamente, nada espetacular. Seus colaboradores se comportam desta forma, incapazes de pisar fora dos limites auto impostos ou resistentes a mudança cada vez que uma oportunidade se apresenta.



A empresa projetará uma imagem cinza e provavelmente nunca se destaque desenvolvendo alguma maneira diferente ou única de fazer as coisas. Não vai ser um inovador e também irá atrair clientes problemáticos, relacionados com este tipo de comportamento.

Por outro lado, existem empresas que incentivam seus colaboradores a experimentar por meio de testes e medição o fazer coisas novas e recompensam os membros da equipe de melhorias e inovações na a maneira como eles estão fazendo as coisas. Conseqüentemente, o pessoal que trabalha para as empresas como está, se sentem com vigor, estimulados e apreciados no local de trabalho e, em vez de temer os equívocos, analisam os erros que lhes permitem melhorar os sistemas. Eles gostam de vir trabalhar todos os dias, motivados por sua tremenda satisfação no trabalho. Muito provavelmente, esta equipe está disposta a dar o seu máximo esforço sem que ninguém peça. Eles darão o melhor de si.

O retrato que perfilam através de suas ações diárias, é o rosto de uma pessoa vibrante e feliz por sua empresa. Esta imagem será percebida pelos clientes que estarão mais dispostos a fazer negócios neste ambiente.

Não se trata de arriscar pelo simples fato de assumir riscos. Se trata do crescimento da

empresa e isto implica sempre no tentar coisas novas. Todos nós gostamos de estar na moda ou em parceria com pessoas de sucesso e isso não é diferente nos negócios.

KAISEN - É o conceito japonês de melhoria contínua sem fim, o qual será parte da cultura viva do negócio, pelo qual, a equipe será motivada naturalmente. Os níveis de eficiência da operação se expandem até o teto com aumentos notáveis dos resultados financeiros. O sucesso torna-se uma profecia auto alimentada.

6 100% DE ENVOLVIMENTO E INCLUSÃO

– Cada membro da equipe é responsável por se envolver, mas o líder tem um importante papel de incluir àqueles que tenham problemas para pertencer a equipe.

Se os pontos acima foram realizados corretamente, o último ponto necessário para montar uma equipe campeã acontecerá automaticamente.

Basta somente cada um e todos os membros da equipe de contribuírem com a sua total atenção, esforço e compromisso. Você deve garantir que todos a equipe esteja envolvida e deve ser o máximo por parte de TODOS os membros.

Imagine que um grupo de jogadores não quer jogar. O resto deve fazer o dobro de esforço ou mais para compensar. Quanto mais deverão se esforçar jogadores que sim querem, enquanto os demais estão inativos no campo?

Por isso é importante que TODOS os membros sejam apaixonados, enfocados e direcionados as mesmas metas, caso contrário, em vez de avançar a equipe terá de retroceder.

7 RECONHECIMENTO DE ERROS E ACERTOS

- quer dizer que devemos aceitar e reconhecer quando erramos, mas também fazê-lo quando acertamos.

Comunicação: É o óleo lubrificante que mantém as peças da maquinaria em movimento sem atritos. Não existe excesso de comunicação.

O benefício de uma comunicação aberta e honesta, é que sua equipe começará a enxergar e a apreciar os benefícios do sistema que foi instalado para operar o negócio. Os jogadores se darão conta do

que podem ganhar com a vitória da equipe.

Para este fim, se pode agendar reuniões, enviar memorandos, publicar cartazes, etc. O sistema de informação não falha por excesso, mas por uma comunicação pobre ou escassa.

Sinergia

Pode ser definida como o trabalho em conjunto de 2 coisas, para produzir um resultado que é maior do que a soma das 2 individualidades...

Isto implica na obtenção de sinergia, varia em cada situação individual. É muito importante nos negócios de hoje. Você deve garantir que sua equipe a mantenha Mas não é um fenômeno complexo. No mundo dos negócios se trata de efetivamente construir os 4 blocos falados anteriormente: DOMÍNIO, NICHOS, ALAVANCAGEM e EQUIPE. O natural nível mais elevado, como resultado da aplicação ativa dos 4 blocos anteriores, foi a SINERGIA causada pela LIDERANÇA.

Resultados

Agora que tudo está funcionando bem e crescendo, chegou o momento de desfrutar do resultado do nosso trabalho...



A graphic element consisting of a blue arrow pointing to the right. Inside the arrow, on the left, is a white circle containing the number '6'. To the right of the circle, the word 'Passo' is written in white, and below it, the word 'RESULTADOS' is written in white capital letters.

6 Passo RESULTADOS

O empresário: Uma empresa comercial (mercantil) rentável, que funciona SEM VOCÊ

Os proprietários de negócios originalmente procuravam LIBERDADE com a premissa de que criando de seu próprio negócio a conseguiriam. Mas eles acabam trabalhando mais e mais tempo e alguns conseguem ingressos inferiores dos quais poderiam ter trabalhando como executivos ou em um trabalho de bom nível.

Mas, as estatísticas contradizem a motivação dos empresários: 80% dos negócios declaram falência nos primeiros 5 anos. Apesar deste desejo de ser responsável, ser "capitão do seu próprio barco," para ter mais tempo e liberdade financeira, está acontecendo exatamente o oposto, porque em vez de "estar no comando" de seu próprio negócio, eles estão mais expostos à volatilidade de ser proprietários. Muitos acabam escravizados pela empresa que os administra, em vez deles a administrarem o negócio. Eles assumiram grandes riscos, usando enorme quantidade de energia e tudo o que conseguiram foi comprar um emprego, porque eles se tornam autoempregados.

A busca pela liberdade termina quando o proprietário elimina esse auto-emprego e o negócio se torna "Uma empresa comercial rentável que funciona sem você."

É hora de construir uma posição para você, não seria melhor você ter um fluxo de renda que cresce independentemente da sua presença no negócio?

Isto é alcançado, liderando o crescimento da empresa de fora assegurando que todas as partes trabalham em uníssono para alcançar os resultados desejados. Por exemplo, você pode gerenciar as campanhas de marketing porque sabe como elas funcionam e se o plano é apropriado. Ou que tal se você dobra o seu orçamento mensal para aumentar os lucros? O que você precisa aplicar em sua liderança para fazer isso acontecer?

Quando seus sistemas e sua equipe operam em conjunto com engrenagens bem lubrificadas, ao fim de todas as estratégias implementadas para construir um NEGÓCIO, agora que tudo está no lugar, é hora de aumentar o volume de modo que o que você ganha passa a ser maior do que que coloca no negócio.

Liderança mediante SINERGIA – Como o crescimento se acelerando, aparecerão rachaduras na construção. Você tem que ser o solucionador de problemas para manter mantendo um olho no futuro e outro no presente.

Como a equipe vai sofrer de dores de crescimento, o proprietário poderá sentir que a perdendo o controle e apagando incêndios em diferentes lugares. Isso é normal. Deve ser evitado nesta fase, retroceder ou aumentar o número de funcionários prematuramente. O que está sendo feito nesta fase é a construção do planejamento de carreiras, re-treinando os funcionários em outras atividades ou nas mesmas, a contratando um gerente para substituí-lo, e refinando os sistemas para sentir finalmente a confiança para deixar tudo a cargo da equipe.

Não é possível ver os problemas que surgem do crescimento antes de crescer, por isso você tem que procurar as fissuras que aparecem para sistematizá-las ou treinar a

equipe para que eles possam enfrentar e resolver. No final se trata de viver a vida com mais equilíbrio.

Eu já sei. E agora o que faço?

Todos nós já ouvimos falar de um coach como um treinador da equipe de futebol, um atleta, ou até mesmo um nadador, mas um coach para um proprietário do negócio! Isso é algo novo! Mas com o novo rumo que estão tomando as empresas, com a globalização e a rápida expansão que tomou a indústria e comunicação, o mundo não parece tão grande.

Os Mercados são globais, aumenta a concorrência e os consumidores têm mais opções. Cada vez mais, os empresários procuram o ponto que os fará diferenciar-se de outros negócios. Eles enxergam além dos seus recursos normais e estão procurando mais informações para desenvolver, educar e fazer crescer o seu próprio negócio. Em empresas, o proprietários como você ou crescem ou morrem, e um negócio só vai crescer até onde alcancem as crenças e conhecimento do proprietário. Assim, os empresários que têm sucesso, serão apenas aqueles que buscam aumentar seu próprio conhecimento e estão preparados para aceitar as mudanças.

Antes de enfatizar este ponto, vamos a ver as diferentes formas de pensar que existem nos negócios.

- A de um auto empregado é: Eu sou o único que pode fazer isso bem, então joga como catcher, pitcher e quarter bat, como um todólogo.

- A de um proprietário de negócio é: O que farei para que o negócio me dê mais receita e tempo livre? Como fazer para trabalhar mais para meu negócio e não no negócio? Este salto implica uma mudança na maneira de pensar, e neste processo de mudança, o ingrediente mais valioso é ter um Treinador, um Mentor: um COACH Empresarial. Minha meta é transformá-lo em um verdadeiro Proprietário de Negócio. Conquistando isso já podemos dar os seguintes passos e pensar em nos convertermos em Investidores: Como posso fazer mais dinheiro com o dinheiro que tenho? Como posso fazer com que meu dinheiro trabalhe para mim sem que eu tenha que trabalhar para ganhar dinheiro? Para depois chegar a ser Empreendedor: Como fazer para gerar mais dinheiro com o dinheiro dos demais e com as ideias dos demais?

Estes são conceitos gerais, mas nos mostra que nos negócios e na vida, podemos ser e dar muito mais estando abertos a aprendizagem, a mudança e a ajuda de outras pessoas. A maioria das pessoas de sucesso são as que se deram conta disso e lutaram para consegui-lo.

O que separa um atleta de sucesso de atletas com grande potencial, contudo sem conquistas?

Somente sua maneira de pensar, suas crenças, suas técnicas, sua motivação, e claro, um grande coach.



Quanto campeões olímpicos que não contam com um coach você conhece?

Certamente você tem a habilidade, a matéria prima necessárias, mas alcançar o sucesso, manter e estar sempre em busca de crescer, aprender, e ser melhor, isso é o que te transforma em um vencedor.

Jim Rohn disse o seguinte: "Nunca deseje que o trabalho seja mais fácil, deseje SER melhor!" Os negócios são simples, as pessoas que são complicadas, mudar o seu negócio é simples, mudar a si mesmo e sua equipe é um grande desafio. Ter um coach irá ajudá-lo a manter a sua motivação, refinar habilidades, oferecer auto feedback e alcançar melhoria contínua em seu negócio.

Minha visão é que "eu vou tirar da operação os proprietários de negócios para que cheguem na razão pela qual eles têm um negócio: Melhor qualidade de vida"

Ou seja, se você quer ganhar mais renda ou ter mais tempo livre, a nossa promessa é que entre 2 e 4 anos você estará fora da operação, você não será indispensável. E entre 5 e 7 anos você vai conseguir a liberdade financeira.

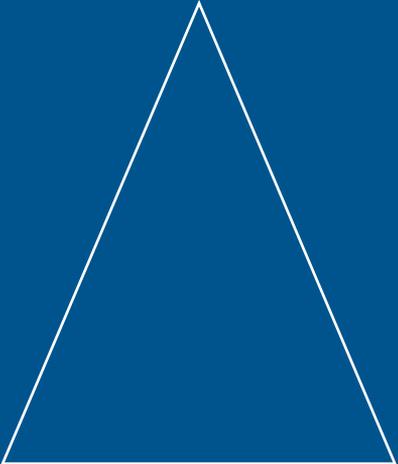
Aqui está o que outros proprietários de negócios têm dito sobre ter um Coach da ActionCOACH

Se você ainda não ouviu o que outros empresários têm a dizer sobre a **ActionCOACH** vá ao nosso site www.actioncoach.com.br e conheça os depoimentos onde "**ActionCOACH** fala mais alto que palavras".

Se você é um proprietário de negócio e está pronto para investir em nosso coaching, ficaremos muito feliz com sua participação no "*Seminário 6 Passos*", onde você poderá ver por si mesmo o que a equipe **ActionCOACH** realmente pode fazer com suas promessas.

Três passos para um marketing rentável... O seminário de Brad Sugars...

Se você nunca ouviu falar de *Brad Sugars*, então você está por viver uma aventura surpreendente. Ele te transformará em um evangelista. Estará pronto para criar grandes campanhas de marketing e descobrir um dos segredos menos difundidos sobre multiplicar o retorno de seu negócio. Abra seus olhos e veja quão facilmente a equipe da **ActionCOACH** pode te ajudar.



ActionCOACH[®]
business coaching

www.actioncoach.com.br

Argentina • Brasil • Chile • Colômbia • Costa Rica •
Equador • Espanha • Guatemala • México •
Panamá • Peru • Uruguai