

Artigo

## **A Nova Ciência da produtividade da força de vendas**



Por  
**Valdner Papa**

*Um excelente artigo escrito por Dianne Ledingham, Mark Kovac e Heidi Locke Simon na **Harvard Business Review**, nos coloca uma das mais importantes tendências no controle da operação de varejo, que está baseada em controles de performance estabelecidos a partir de dados reais e modelos embasados em conceitos científicos.*

O primeiro passo é oferecer os produtos certos para os consumidores certos e este posicionamento não é mais baseado em "feeling", ou sensibilidade pessoal, mas em pesquisas diretas com os consumidores, montadas em métodos e conteúdo científico.

O segundo passo é aprimorar todas as ferramentas disponíveis, seja na forma de sistemas, informações ou procedimentos de modo a permitir que as informações sejam mais profundas, confiáveis e principalmente reflitam de forma verdadeira as necessidades de cada lado cliente e vendedor.

O terceiro passo é avaliar também de forma científica os pontos fortes e fracos da equipe, do sistema e dos procedimentos de forma a redesenhar o que se fizer necessário no sentido de maximizar resultados.

O quarto passo é acompanhar como é dado suporte mercadológico, logístico e outros que encontrem sempre as necessidades do consumidor.

Estes passos permitirão analisar as equipes de venda e como objetivo principal permitir que se eleve o nível médio da equipe sempre no sentido de levantar este nível para os vendedores de ponta.

Afinal de contas, sabemos que na maioria das equipes sempre encontramos uma enorme heterogeneidade, onde poucos vendem muito e muitos vendem muito pouco.

Este artigo vem mais uma vez confirmar a necessidade de o concessionário conhecer a sua passagem de loja, o perfil do cliente, o perfil do produto que procura, por qual mídia ele veio até a concessionária e principalmente se não comprou, qual foi o verdadeiro motivo.

Mais do que nunca a informação será poder, pelo qual venceremos a concorrência. Desconsiderar esta verdade será um grande risco para sobrevivência.

Se fizermos uma análise da qualidade das informações disponíveis em nosso segmento a nível da ponta do varejo, veremos que estamos ainda muito longe de uma gestão científica e criteriosa de nossa operação. Assim, fiquem cada vez mais atentos à tendência de modernização dos mercados.

***Valdner Papa***  
*é consultor especializado  
no setor da Distribuição de Veículos*