



## Desmembre o plano e estabeleça micro-missões

Um plano de vôo tem como objetivo principal levar um avião de um ponto a outro em segurança, mas para isso ele precisa de uma determinada quantidade de combustível que, por sua vez, precisa ser abastecido antes do avião decolar.

Na loja, o pensamento deve ser o mesmo, o aumento de faturamento depende de um plano de onde buscar vendas e, por fim, descrever como essas vendas devem acontecer operacionalmente e com cada cliente.

Com as turbulências de mercado, fica

cada vez mais complexo estabelecer planos de longuíssimo prazo. Por isso, aumente os trechos dessa caminhada, diminuindo a distância entre o início e o fim de cada desafio. As macro-missões devem criar missões menores que, por sua vez, criam micro-missões. Times jovens ou mercados mutáveis tendem a se engajar com mais facilidade em missões de curto prazo, pois a sensação de dever cumprido é mais frequente e a paisagem de vitória fica logo ali, diante dos olhos.

## Analise os resultados e redefina os roteiros

Metas desmembradas e equipe alinhada são os elementos de base para o sucesso de um objetivo estratégico. A partir disso, o olhar do líder deve funcionar como um guia que mostra as práticas que levam aos melhores resultados, deixando o radar atento para possíveis mudanças de rotas.

Tenha certeza de que internamen-

te as engrenagens de seus processos de venda estejam azeitadas, para que toda a incerteza esteja apenas no ambiente externo do seu negócio. Mudar de rota no caminho não significa despreparo, pelo contrário, é uma forma de demonstrar um olhar sensível ao que acontece nesse plano de vôo que se inicia em 2020.

Boas vendas e um ótimo ano!

## Engaje sua equipe

Não há destino no mundo em que uma andorinha só faça verão. Pense nisso para entender a importância do engajamento para o resultado final de um grupo. A imposição por autoridade dá espaço para uma gestão de pessoas compartilhada, pautada na capacidade de auto responsabilidade e autogestão.

Nesse sentido, mostre o papel de cada um para a conquista do objetivo final. Aqui vale a valorização de cada ponto forte dos colaboradores e de como é importante que atentem para não perder – em relação aos seus pontos fracos. A viagem em grupo pode parecer mais conturbada, mas fica aqui um convite para olhar pela perspectiva da riqueza de experiências e pela diversidade.

Ferramentas de acompanhamento como murais, planilhas e feedbacks funcionam muito bem. Costumo dizer que uma gestão à vista e os feedbacks diários de 1 minuto tendem a ser mais vantajosos do que o antigo “bafo na nuca”, uma vez que responsabilizam cada componente no atingimento do objetivo final.