



MANUAL PRÁTICO DE TREINAMENTO EM VENDAS NO VAREJO

LEIA E DESCUBRA:



**COMO ESCOLHER
O MELHOR TIPO
DE TREINAMENTO**



**COMO TREINAR A
EQUIPE DE MANEIRA
PRÁTICA E BARATA**



**COMO POTENCIALIZAR
OS RESULTADOS DOS
TREINAMENTOS**



**COMO MEDIR OS
RESULTADOS DOS
TREINAMENTOS**

ÍNDICE

INTRODUÇÃO – A IMPORTÂNCIA DO TREINAMENTO NO VAREJO.....	PG. 03
CAPÍTULO 1 – COMO ESCOLHER O MELHOR TIPO DE TREINAMENTO	PG. 04
CAPÍTULO 2 – COMO TREINAR A EQUIPE DE MANEIRA PRÁTICA E BARATA	PG. 06
CAPÍTULO 3 – COMO POTENCIALIZAR OS RESULTADOS DOS TREINAMENTOS.....	PG. 08
CAPÍTULO 4 – COMO MEDIR OS RESULTADOS DOS TREINAMENTOS.....	PG. 10
EXPEDIENTE.....	PG. 13



INTRODUÇÃO

A IMPORTÂNCIA DO TREINAMENTO DO VAREJO

As empresas do setor do varejo são as que menos investem em treinamento na capacitação dos seus colaboradores. Foi o que apontou o estudo O Panorama do Treinamento no Brasil 2018/2019*, desenvolvido pela Integração Escola de Negócios.

Segundo a pesquisa:

R\$ 2,21 MILHÕES

Em 2018, as empresas brasileiras investiram em média R\$ 2,21 milhões na área de Treinamento e Desenvolvimento (T&D). Isso representa 1,62% das despesas com folha de pagamento.

0,68%

O setor de Comércio fica atrás quando se trata de investimento na capacitação dos profissionais. De acordo com o estudo, empresas deste segmento destinaram apenas 0,68% da folha de pagamento a ações de treinamento.

2,2%

A Indústria é o setor que mais investe em treinamento, dedicando 2,2% da folha de pagamento para a capacitação dos profissionais, seguido pelo setor de Serviço, que destina 1,6% da folha para a área de T&D em 2018.

Então, a situação é a seguinte:

- Vivemos em uma era de alta competitividade e consumidores cada vez mais exigentes. Como os produtos vendidos muitas vezes são os mesmos, isso exige que as empresas preparem suas equipes para se destacar e se diferenciar por meio de um atendimento qualificado e especializado.
- Ao mesmo tempo, os negócios varejistas estão deixando a desejar quando se trata de capacitar os colaboradores. O que significa que aqueles que investirem em treinamento estarão um passo à frente do mercado e irão se destacar por conta disso.

Ou seja, treinar a equipe nunca foi tão crucial para o sucesso e a sobrevivência da sua loja!

Para ajudá-lo a se preparar nesse sentido, preparamos este guia com informações sobre como criar estratégias eficientes de treinamento e desenvolvimento em sua loja, que realmente tragam resultados efetivos.

Neste material, você vai aprender:

- Como se preparar para aplicar treinamentos e escolher o melhor modelo de capacitação.
- Dicas práticas de treinamentos sobre produtos da Gazin Atacado.
- Como oferecer treinamentos de maneira prática e barata.
- Como medir e potencializar os resultados do treinamento.
- Como garantir que a equipe coloque em prática o que aprendeu.


Interessado em aprender dicas importantes sobre como capacitar os profissionais da sua loja e, assim, aumentar seus resultados e a satisfação dos seus clientes?


Use as informações deste guia para tornar seu time mais capacitado e melhor preparado para atender com excelência e destaque-se no mercado!


Boa leitura e bons treinamentos!





Equipe de Comunicação Gazin Atacado

 blog.gazinatacado.com.br

 facebook.com/gazinatacado

 br.pinterest.com/blogdovarejo

 linkedin.com/company/5046942

 bit.ly/GazinTV



COMO ESCOLHER O MELHOR TIPO DE TREINAMENTO

É fácil entender por que o treinamento dos funcionários de sua loja é tão importante. A capacitação diminui o índice de rotatividade e faz seus colaboradores crescerem profissionalmente.

Por outro lado, profissionais não treinados:

- Não oferecem um atendimento padronizado, de acordo com os valores e a missão da loja.
- Não conseguem identificar e aproveitar oportunidades, perdendo boas chances de venda.
- Trazem hábitos ruins para o momento da venda e acabam influenciando negativamente os clientes.



Quer ver, na prática, como os treinamentos no varejo podem ter impacto nos resultados da sua loja?

Assista ao vídeo que mostra como o atendimento que os clientes recebem influencia diretamente a decisão de compra deles – e como vendedores capacitados podem fazer toda a diferença no processo de venda:

bit.ly/video-consumidores

Mas não é qualquer treinamento, aplicado de qualquer forma, que vai ajudar a evitar que isso aconteça em sua loja. É fundamental entender qual é o tipo ideal de capacitação que o seu time precisa.

Basicamente, existem três principais tipos de treinamento no varejo:

- Treinamento para atendimento ao cliente.
- Treinamento para conhecimento de produtos.
- Treinamento comportamental.

Aprenda mais sobre cada um deles:



TREINAMENTO DE ATENDIMENTO AO CLIENTE

Diariamente, os vendedores têm contato com o que é mais precioso para sua empresa: os clientes. E todos que entram em sua loja precisam receber o mesmo tipo de tratamento, independentemente do vendedor que o atenda – daí a importância da capacitação dos funcionários.

Você pode padronizar o atendimento com treinamentos constantes, mostrando quais são os passos da venda que cada vendedor precisa seguir para fazer o melhor tipo de atendimento e qual é a postura que se espera que eles adotem.

Este tipo de treinamento envolve teoria e prática, podendo ser realizado por um consultor externo ou pela própria gerência da loja. O importante é que, após a capacitação, todos os colaboradores entendam claramente o que se espera deles e que tipo de atendimento deve ser realizado daquele momento em diante.

TREINAMENTO PARA CONHECIMENTO DE PRODUTOS

Todos os meses, novas linhas de produtos são lançadas e, conseqüentemente, novas perguntas são feitas por clientes querendo entender as diferenças de um novo modelo de smartphone ou eletrodoméstico. Isso sem contar aqueles clientes que pesquisam pela internet tudo sobre o novo produto e já chegam à loja prontos para negociar o melhor preço com o vendedor... Estar preparado para esses dois cenários é fundamental. Para encantar clientes que ainda não conhecem o produto ou para negociar com compradores que já chegam completamente instruídos em sua loja, é importante que os vendedores passem constantemente por treinamentos de produtos. Muitas marcas oferecem treinamentos apresentando as novidades e explicando novas funcionalidades. Outros fornecedores enviam apenas um material impresso ou vídeo explicativo. Com o apoio desses materiais ou não, é seu dever instruir a equipe para que todos obtenham as mesmas informações sobre os produtos e estejam preparados para atender diferentes tipos de clientes.

Permitir que seus colaboradores testem os novos produtos também é uma forma de capacitá-los a vender esses itens. Afinal, é muito mais fácil falar sobre algo que se conhece do que sobre um produto que só se viu dentro da caixa. Lembre-se disso na hora de treinar sua equipe!



TREINAMENTO COMPORTAMENTAL

Este é um dos tipos de treinamento no varejo que mais passa despercebido, mas a verdade é que ele tem grande relevância para a qualidade do clima na empresa. Algumas vezes, você tem ótimos vendedores na sua equipe, que possuem grande conhecimento dos produtos, mas que estão desmotivados ou não sabem trabalhar em equipe. Nestes casos, é importante contar com um consultor motivacional ou com algum tipo de dinâmica de grupo que possa trazer o entendimento entre os membros da equipe.

Os treinamentos comportamentais muitas vezes ensinam os mesmos princípios para convivência em equipe. Contudo, devem ser repetidos constantemente para que toda a equipe tenha o mesmo objetivo, trabalhe bem em conjunto e esteja motivada em sua empresa.

OS PRINCIPAIS ERROS AO APLICAR TREINAMENTO DE VENDAS

“De nada adianta enviar pessoas de sua equipe para fazer um treinamento sem entender o objetivo da capacitação e de que forma elas vão se beneficiar com aqueles aprendizados. É preciso enxergar o treinamento em vendas de maneira estratégica, e pensar em cada detalhe para garantir que ele seja um sucesso”, destaca o especialista em gestão comercial **Rodrigo Saporiti**. Além da falta de um objetivo estratégico claro, outros erros que impactam diretamente nos resultados (ou na falta de resultados) de um treinamento de vendas são:

- Contratar “qualquer um” para ministrar o curso.
- Passar muita teoria e ensinar pouca prática.
- Focar apenas nas técnicas, sem explicar por que elas funcionam.
- Não criar metas e ações para colocar em prática o que foi ensinado.
- Não medir os resultados e os benefícios gerados pelo do treinamento

Saiba como evitar estes erros! bit.ly/erros-treinamento



COMO TREINAR A EQUIPE DE MANEIRA PRÁTICA E BARATA

Muitos gestores deixam de treinar suas equipes de vendas porque acham que “treinar é caro”. Porém, a verdade é que se você acredita que treinar a equipe é caro, está deixando de avaliar o custo de não capacitar seus profissionais!

Deixar de capacitar seus vendedores por achar que a capacitação do time é um investimento desnecessário pode resultar em atendimentos malfeitos, clientes insatisfeitos, perdas de oportunidades e, conseqüentemente, prejuízos para o seu negócio.

E ainda, essa justificativa é infundada, já que existem, sim, maneiras de treinar seus vendedores de forma barata ou até gratuita. Então, não tem desculpa para não treinar a equipe. Afinal:

TREINAR A EQUIPE NÃO NECESSARIAMENTE
DEMANDA INVESTIMENTO ELEVADO.



NÃO TREINAR OS PROFISSIONAIS PODE
GERAR CUSTOS MUITO MAIS ALTOS!

**Duvida que é possível capacitar sua equipe com pouco investimento financeiro?
Confira a seguir algumas maneiras de treinar seus vendedores gastando quase nada!**

1 TROCA DE EXPERIÊNCIA ENTRE OS PROFISSIONAIS

Analise quem são os vendedores que se destacam na sua equipe – quem vende mais, quem é mais elogiado pelos clientes, e assim por diante.

Depois de fazer esta análise, selecione os melhores e peça para eles compartilharem suas experiências com os colegas. Eles podem dar dicas sobre como vender mais, atender melhor os clientes, aumentar o ticket médio, etc., sempre utilizando exemplos do dia a dia.

Este tipo de treinamento dado por um colega será melhor entendido e recebido pela equipe – muitas vezes, mais do que se fosse um “estranho” dando uma aula.

2 UM AJUDA O OUTRO

Além de dividir com os colegas o que deu certo, é importante que os vendedores também falem sobre o que não está funcionando. Assim, peça que, durante as reuniões, alguém compartilhe suas dificuldades e solicite que a equipe participe dando sugestões de como contornar os problemas apresentados.

Para fazer tudo isso, você só precisa organizar a agenda para reunir os profissionais. Separe, por exemplo, 15 minutos de cada semana em que eles irão contar no que estão precisando de ajuda.

3 REVISTAS E LIVROS

Outra forma acessível de promover treinamentos é utilizando o conhecimento de outros especialistas que estão registrados em livros ou revistas. Com certeza é mais barato comprar um livro de um palestrante do que contratar uma palestra dele, certo? Então, adquira materiais que você acredita que serão úteis para sua equipe. E não é preciso comprar um para cada um! Você pode pedir, por exemplo, que durante uma semana cada um leia um capítulo e apresente sua parte durante a reunião, contando o que o livro/matéria fala e o que aprenderam.

4 CONTEÚDO NA INTERNET

Além de livros e revistas, há uma infinidade de e-books e outros conteúdos gratuitos na internet que você também pode utilizar como material de apoio. Faça uma busca pelos temas que você tem interesse e selecione os

materiais para distribuir à equipe. Além de documentos escritos, busque também por vídeos (que costumam ter uma maior aceitação, por serem mais dinâmicos e práticos). Da mesma maneira que os livros e revistas, distribua o conteúdo online entre a equipe e peça para que seus vendedores debatam sobre os temas abordados.



Aprenda mais no Blog do Varejo!

10 sites com cursos online gratuitos para varejo:

bit.ly/cursos-varejo

5

QUIZ

Um quiz nada mais é que uma série de perguntas. Esse tipo de atividade é excelente para desenvolver treinamentos com sua equipe.

Você pode fazer, por exemplo, um “quiz das objeções”. Para isso, reúna as principais objeções dos clientes de sua loja e vá perguntando aos vendedores sobre como agir naquelas situações. Funciona assim:

- Selecione um vendedor e faça a primeira pergunta: “O que você faz quando o cliente diz que está dando só uma olhadinha?”.
- Depois que ele responder, os outros profissionais devem participar dizendo se têm mais sugestões sobre como contornar aquela situação.
- Você pode fazer todas as perguntas em uma reunião, ou fazer uma pergunta a cada encontro, de acordo com a disponibilidade de tempo.



Aprenda mais no Blog do Varejo!

Guia gratuito com 18 dinâmicas de grupo para varejo:

bit.ly/guia-dinamicas

6

RECLAMAÇÕES DOS CLIENTES

Você pode aproveitar as reclamações dos clientes para corrigir os erros da loja ao mesmo tempo em que capacita a equipe.

Aqui vão algumas dicas para treinar os vendedores a partir das queixas dos clientes:

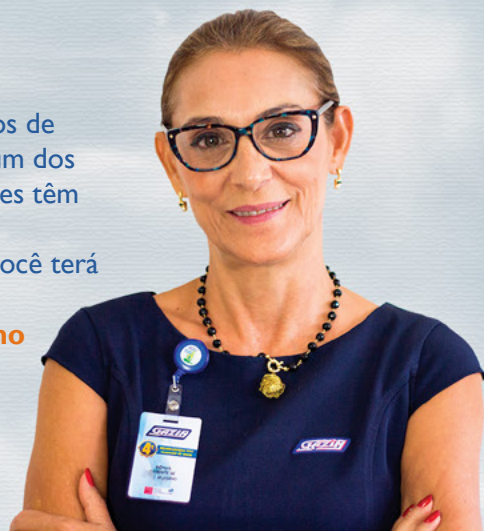
- Reúna seu time comercial e mostre as principais reclamações dos clientes.
- Peça para que eles apresentem as queixas que recebem na hora do atendimento.
- Solicite que cada um analise e indique o que considera como origem daqueles problemas.
- Registre todas essas informações em um quadro visível a todos.
- Depois, mostre os verdadeiros motivos das queixas dos consumidores, comparando com o que os vendedores falaram.
- Peça a opinião deles sobre o que poderia ser feito para evitar essas reclamações no futuro.
- Crie um plano de ação para acabar com a insatisfação dos clientes, com metas e prazos a serem cumpridos.
- Depois de passar os prazos, reúna-se novamente com os vendedores para avaliar as melhorias que resultaram das ações realizadas anteriormente.

DIRETO DA GAZIN ATACADO TV

“TREINAR A EQUIPE É CARO.” VERDADE OU MITO?

Sônia Rossi, gerente de desenvolvimento humano da Gazin, com mais de 30 anos de experiência na área de RH, destaca que o medo de “perder o investimento” é um dos motivos que fazem os gestores acharem que treinar a equipe é caro. Ou seja, eles têm receio que, depois de receber o treinamento, o profissional vá embora. Quanto a isso, ela salienta: “O pior é se você não treinar e ele ficar! Porque aí você terá uma pessoa que espanta os clientes na sua equipe.”

Assista à entrevista com a especialista e confira mais dicas sobre como realizar o treinamento da equipe na loja de forma prática e barata:
bit.ly/custo-treinar



COMO POTENCIALIZAR OS RESULTADOS DOS TREINAMENTOS

Uma das principais frustrações dos gestores é desenvolver ações de capacitação da equipe e não obter o resultado esperado. Isso acontece em sua loja?

Saiba que os treinamentos podem, sim, trazer resultados excelentes para o seu negócio e fazer sua marca se destacar no mercado por conta da excelência no atendimento. No entanto, eles devem ser desenvolvidos da maneira correta!

As dicas a seguir o ajudarão a aprimorar seu programa de capacitação.



DIVIDA OS TREINAMENTOS POR MÓDULOS

Quando o profissional tem acesso a um volume muito grande de informações de uma vez só, é bem provável que ele esqueça parte do conteúdo após o final da capacitação. Ao dividir os treinamentos em módulos, você facilita a absorção do conteúdo.

Digamos que você queira dar um workshop sobre Atendimento ao cliente. Ao invés de dedicar um dia inteiro para essa atividade, divida a abordagem em partes e dê tempo para que os profissionais assimilem o conteúdo, com exercícios direcionados a cada fase.

Exemplos de divisão:

- Módulo 1 – As expectativas dos clientes no atendimento;
- Módulo 2 – Erros no atendimento comercial;
- Módulo 3 – Boas práticas de atendimento no varejo;
- E assim por diante.

Faça os módulos em dias separados, facilitando a assimilação de cada tema.



UTILIZE VÁRIOS MÉTODOS DE TREINAMENTOS

Existem diversos formatos de treinamentos – curso (online ou presencial); workshop; palestra; dinâmica de grupo. É importante variar os métodos para evitar que a capacitação se torne monótona.

Uma dica interessante é fazer um cronograma com os diversos treinamentos que serão oferecidos aos vendedores ao longo do ano. Assim, fica mais fácil se programar para preparar cada um deles com calma. Por exemplo:

- Janeiro – Apresentação do gestor sobre um tema escolhido;

- Fevereiro – Apresentação dos melhores vendedores sobre suas melhores práticas;
- Março – Dinâmica de grupo;
- Abril – Palestrante convidado;
- Maio – Reunião para troca de ideias;
- Junho – Workshop;
- Julho – Convenção de vendas;
- E assim por diante.

Variar o tipo de treinamento oferecido pode ajudá-lo, também, a identificar qual modelo de capacitação que funciona melhor com a sua equipe.



APOSTE NA PLATAFORMA ONLINE

Há diversos conteúdos e cursos gratuitos na internet que podem ser utilizados no treinamento dos profissionais de vendas da sua equipe. A grande vantagem da plataforma web é que os vendedores podem aprender no ritmo deles e no horário que for acharem melhor. Como o conteúdo está disponível ininterruptamente, eles podem acessar a qualquer hora, de qualquer lugar, quantas vezes quiserem.



TRANSFORME O CONHECIMENTO EM PRÁTICA

Um dos principais erros dos treinamentos de vendas, e que faz com que eles não sejam tão efetivos, é a falta de conexão com o dia a dia dos vendedores. De nada adianta passar vários conceitos e teorias, se os profissionais não entenderem como esse conhecimento se aplica na prática.

Uma maneira efetiva de fazer o vendedor aprender de verdade uma técnica ou informação é explicando com um exemplo do dia a dia dele.

Por exemplo: Ao orientar sua equipe sobre como vender os benefícios dos produtos, faça um exercício prático para que eles listem os benefícios de um ou mais produtos que a loja vende – algo que eles conhecem e trabalham no dia a dia. Esse tipo de atividade ajuda o profissional a entender melhor as técnicas, e não apenas decorar um conceito.

Aprenda mais no Blog do Varejo!

A Gazin Atacado oferece conteúdos gratuitos para o desenvolvimento de profissionais do varejo. Conheça nossos materiais sobre vendas, gestão, tendências, marketing e muito mais: bit.ly/canais-Gazin



4 ESTRATÉGIAS PARA QUE A EQUIPE PRATIQUE O QUE APRENDEU NO TREINAMENTO

A especialista em Treinamento e Desenvolvimento de Pessoas **Karen Jarczowski** conta que uma das principais perguntas que recebe é a seguinte: Por que se investe tanto em treinamento, mas os vendedores não praticam o que aprendem e no final das contas a performance e os resultados não melhoram?

“Isso acontece porque treinamento ainda é visto por muitas empresas como uma ação pontual, que não recebe o devido cuidado antes, durante e depois de ser realizado. Mas o dia do treinamento é só uma parte do trabalho. Todo o ‘resto’ merece muita atenção”, destaca Karen.

Você também tem o desafio de desenvolver ou contratar treinamentos que realmente ajudem a mudar comportamentos e melhorar os resultados de sua equipe? Karen recomenda que, para aumentar as chances de os profissionais efetivamente aplicarem na prática o que aprenderam, é importante que a capacitação seja desenvolvida seguindo essas quatro etapas:

1º passo – Entenda: Defina como sua equipe está agora (estado atual) e como deverá ficar após o treinamento (estado desejado). Isso parece muito simples – e realmente é –, mas ainda é negligenciado por muitos líderes.

2º passo – Desenhe: Você precisa pensar no conteúdo que será compartilhado e em como ele será trabalhado, usando como ponto de partida as informações coletadas anteriormente. Além de desenhar o treinamento em si, também deve-se definir o que acontecerá antes e depois.

3º passo – Compartilhe: Essa é a fase em que o treinamento acontece. É importante estimular as pessoas a falarem o que já fazem, como fazem, o que não fazem e o impacto disso, sempre intercalando com conteúdos que foram previamente preparados.

4º passo – Sustente: As pessoas tendem a achar que já fizeram a sua parte quando o treinamento acaba. No entanto, na verdade, o maior trabalho começa no dia seguinte. E esse trabalho está muito concentrado no líder da equipe treinada.

Aprenda mais sobre como seguir cada um desses passos lendo o artigo de Karen no Blog do Varejo:

bit.ly/treinamentoenvendas-etapas



COMO MEDIR OS RESULTADOS DOS TREINAMENTOS

Muitos gestores ainda têm receio de desenvolver um programa de capacitação dos profissionais de vendas por medo de que o conteúdo passado no treinamento não seja aproveitado pelos colaboradores – ou seja, o medo é que o investimento não traga nenhum resultado. Você também sofre com isso?

Porém, em muitos casos, pode ser que os resultados das ações de treinamento não sejam percebidos simplesmente porque o retorno não esteja sendo medido corretamente. Além de indicar se o treinamento funcionou, essa avaliação pode ajudar a identificar falhas nos processos e, a partir daí, tornar as capacitações futuras mais eficazes.

Pensando em ajudá-lo nesse sentido, listamos a seguir alguns dos principais benefícios trazidos pelos treinamentos e revelamos como você pode medir o retorno desse investimento na prática. Tome nota!

MAIS VENDAS

Uma equipe comercial preparada vende mais (e melhor). Este é um fato incontestável. Ao treinar seus vendedores, você estará dando mais conhecimento e ferramentas para que os profissionais saibam como abordar os diferentes tipos de clientes em situações diversas – aumentando a conversão de vendas.

Como medir!

Após o treinamento, reúna os vendedores e peça para que eles digam o que aprenderam com aquela atividade. Depois de um período, chame-os novamente e verifique se eles alcançaram algum resultado com o conhecimento adquirido.

Além disso, acompanhe a evolução das vendas nesse período. Mas não se restrinja a avaliar apenas o volume total de vendas, analise também o ticket médio, o número de vendas por profissional, e assim por diante. Dessa forma, você conseguirá identificar exatamente em que questão o treinamento foi efetivo.





MELHORA NA PRODUTIVIDADE

Quando seus colaboradores têm mais conhecimento, eles sabem como fazer as suas atividades de maneira mais efetiva. Consequentemente, são mais produtivos no dia a dia.

Como medir!

Isso vai depender do foco do treinamento oferecido. Se foi algo relacionado a CRM, por exemplo, você precisará fazer um levantamento das principais deficiências em relação ao uso do sistema antes do treinamento para entender de que maneira elas se desenvolveram após a capacitação. Se foi um curso de relações interpessoais, você deverá ficar atento ao número de conflitos e reclamações vindos da equipe. Enfim, cada área específica deve ter uma atenção especial.

Também é importante notar que o benefício de um setor poderá se refletir em outro. Por exemplo: um curso de oratória ajudará o vendedor a se comunicar melhor internamente, mas também contribuirá para o aumento das vendas, pois ele conseguirá conversar de forma mais eficiente com os clientes.

MAIS ECONOMIA

O conhecimento da sua equipe pode trazer não só mais lucro, como também economia para a loja. Para comprovar essa teoria, basta avaliar: se os vendedores são mais produtivos, logo, rendem mais com a mesma quantidade de recurso (ou até mesmo com menos recursos). Além disso, melhor capacitados, os profissionais passam a analisar melhor os processos, enxergando possibilidades de melhorias e mudanças que podem diminuir custos da loja.

Como medir!

É provável que você já tenha escolhido determinado tema de curso pensando em trazer economia para uma área específica. Portanto, precisa comparar os gastos desse setor antes e depois da capacitação para verificar se ela efetivamente ajudou. Mas, além disso, pode ser que um treinamento voltado para outro objetivo traga economia como consequência.

Um curso sobre gestão do tempo, cujo objetivo é ensinar o profissional a organizar melhor suas tarefas diárias, por exemplo, pode trazer como resultado economia com a diminuição de horas extras; da mesma forma, um treinamento de atendimento ao consumidor, que faça com que o vendedor entenda melhor o cliente, pode diminuir os gastos com trocas e devoluções de produtos.





MELHORA NA MOTIVAÇÃO

Quando a empresa investe no desenvolvimento do profissional, ele se sente mais valorizado e passa a ter mais disposição e vontade de trabalhar e fazer o seu melhor. E ainda, como se sentirão mais preparados, com mais conhecimento, os profissionais terão mais vontade de trabalhar e superar os desafios diários – sem medos e bloqueios.

Como medir!

A motivação é algo subjetivo e mais difícil de se medir, mas você pode notar nas atividades cotidianas os resultados de uma equipe mais motivada. Verifique questões como: diminuição no índice de atraso; menos reclamações de clientes quanto ao atendimento; mais sugestões de melhorias e mudanças nos processos da loja; equipe mais unida e alinhada; etc. Todos esses são sinais de que os profissionais estão mais engajados com a empresa.

Agora, é com você!

Compartilhe as dicas e informações deste guia com os profissionais de RH e os gerentes comerciais de sua loja e, juntos, pensem em maneiras de criar programas de capacitação para tornar seus vendedores verdadeiros especialistas nos produtos que sua loja vende e, assim, mais preparados para atender com excelência cada cliente que entra em sua estabelecimento.

Como sempre, você pode contar com o apoio da Gazin Atacado!

Conheça nossos canais de conteúdo que poderão servir de apoio para seus treinamentos:



Acompanhe nossas atualizações nas redes sociais:

facebook.com/gazinatacado

linkedin.com/company/gazin-atacado

Assine a newsletter:

bit.ly/gazin-news



EXPEDIENTE

© 2019. Gazin Indústria de Móveis e Eletrodomésticos LTDA Todos os direitos reservados.
A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais.
(Lei número 9.610)

Presidente da Holding Gazin
Mario Valerio Gazin

Presidente do Grupo Gazin
Osmar Della Valentina

Gerente do Atacado Gazin
Paulo Ramos

Gestor de Marketing do Atacado Gazin
Wesley Alves

Coordenação Editorial
Handmade Content
handmadecontent.com.br

Redação
Francine Pereira
francine@handmadecontent.com.br

Jornalista Responsável
Natasha Schiebel
MTB 0008336/PR
natasha@handmadecontent.com.br

Diretora de Arte
Mirian Thayse Geiser

NOSSA MISSÃO
Oferecer sempre o melhor em produtos e serviços, com atendimento diferenciado.

Gazin Indústria de Móveis e Eletrodomésticos LTDA
Rodovia PR 082 s/n Km 01, Douradina (PR)
CEP 87.485-000
SAC: 0800 644 9292/0800 643 0303
sac@gazin.com.br

