

Existem algumas boas práticas às quais dou primazia no meu dia-a-dia.

Deixo-lhe então 10 boas práticas para uma reunião comercial fantástica e cheia de *afinidade*:

1. A reunião deve ser breve, não ultrapassando mais do que 60 minutos. A capacidade de síntese é muito importante para todos reterem o essencial da atividade comercial da empresa, quer individual e/ou coletivamente.

2. É importante facultar à equipa uma ideia nova semanalmente de forma a dotar os *business developers* de novas técnicas de trabalho, permitindo-lhes desenvolver novas capacidades de trabalho. Além de se apresentar a atividade semanal, a reunião deverá servir ainda para se passarem conhecimentos novos, recordar as práticas fundamentais e conquistas alcançadas.

3. Proporcionar feedback à equipa comercial sobre os bons comportamentos, bem como os a evitar. Saliento a importância de se abordar o procedimento, ou comportamento que se pretende ver melhorado, sem se focar na pessoa.

4. A reunião deve ser sistemática e programada no mesmo dia, à mesma hora, todo ano. Na AFFINITY esta reunião ocorre à segunda-feira de forma a fechar a atividade da semana anterior, e projetar a semana que se inicia. Ela serve ainda de tónico para a nova semana, que se avizinha cheia de oportunidades e de novos negócios!

5. Convidar, em alguns momentos do ano, um elemento novo (interno ou externo), que possa trazer novas ideias e/ou perspetivas à equipa comercial. Ex.o responsável pelas tecnologias, pelo marketing, e/ou um cliente.

6. Reconhecer publicamente as conquistas da semana anterior. Evitar reprimendas na reunião. Estas devem ser feitas em privado. Um comercial vive muito do reconhecimento dos outros e este momento é muito importante para ele. Devemos ser generosos nos elogios!

7. Envolver todos os membros da equipa comercial na preparação da reunião. Temas específicos devem ser enviados previamente à reunião. A estrutura da reunião deve ser do conhecimento de todos, e manter-se semanalmente.

8. Saber ouvir. Todos devem ter espaço para se expressar, havendo uma duração predefinida para o efeito. Assuntos que possam ou devam ser tratados fora da reunião, não se devem alongar, salvo se muito importantes e de interesse geral. Não se esqueça que dez comerciais numa reunião são 10h de produtividade!

9. Convidar um Business Manager a apresentar semanalmente uma referência, ou caso de sucesso de

um projeto, produto ou solução desenvolvido pela empresa, em frente a toda a equipa.

10. Começar e terminar a horas, com agradecimentos pelo trabalho de todos bem como palavras de motivação para toda a equipa! Recorde a todos que a atividade comercial é um jogo, mesmo que um jogo muito sério. Temos que saber ganhar, mas também saber perder!

As vendas são a profissão mais difícil e simultaneamente mais gratificante que conheço. É, como costume dizer, um desporto de alta competição, que requer jogadores/atletas de alta competição, para forma uma equipa estrela.

Carlos Correia, CEO da AFFINITY

Agenda tipo para Reunião Comercial:

1. Introdução motivadora.
2. Apresentação da atividade da semana, e estado do funil comercial coletivo.
3. Apresentação da atividade individual, funil individual e feedback do responsável comercial.
4. Partilha de ideias, casos de sucesso e desafios, e como foram ultrapassados.
5. Momento pedagógico e formativo.
6. Momento para reconhecer publicamente as conquistas alcançadas ou trabalho excecional.
7. Projetar a equipa para os objetivos de longo prazo e para pequenos objetivos de curto prazo.
8. Concluir com uma nota positiva!

Criar impacto nas suas Reuniões & Convenções

As reuniões e convenções são momentos importantes para receber novas informações, trocar ideias e opiniões e conhecer pessoas novas. A forma como nelas atuar dirá muito sobre quem é. Respeitar algumas regras de etiqueta faz a diferença entre ser lembrado como uma pessoa competente ou uma que passa despercebida.

Deixo-lhe algumas dicas de etiqueta que contribuirão para criar um impacto positivo nas reuniões e em outras situações no contexto empresarial.

AGENDA

Se for o anfitrião da reunião, certifique-se que todos os participantes receberam a agenda com os temas a discutir. Não só ajudará a focar os pontos mais importantes, como reduzirá o risco de prolongar a reunião desnecessariamente com