

TREINAMENTO DA FORÇA DE VENDAS EM UMA COOPERATIVA DE CRÉDITO

Ronaldo Barcelos **COSTA**¹

Fernando de Araújo **ABREU**²

1 Estudante de Administração – Faculdade Senac Minas; Unidade de Contagem.

2 Professor do Curso de Administração – Faculdade Senac Minas; Unidade de Contagem.

Palavras-chave: Treinamento; Negociação; Vendas.

INTRODUÇÃO

O treinamento pode ser definido como uma aquisição sistemática de conhecimentos, conceitos, atitudes, habilidades ou regras que culminem na elevação do desempenho do trabalho, por meio de análise de tarefas e princípios da tecnologia. O treinamento também pode ser um esforço planejado de uma empresa, para facilitar a aprendizagem de comportamento exigido no trabalho, conforme Chiavenatto (2009).

As empresas modernas reconhecem o valor do capital humano e, neste sentido, focam em métodos e formas de aperfeiçoar a qualidade do colaborador. E com isso, o treinamento e desenvolvimento se tornam fundamentais dentro da organização Milkovich e Boudreau (2000). A unidade Coopemg do Bando Sicoob precisa melhorar sua performance de vendas. Para isso o foco deste trabalho é no treinamento para a unidade com o seguinte problema de pesquisa: quais os treinamentos são mais adequados para os profissionais de vendas da unidade Sicoob Coopemg realizarem mais negócios?

O objetivo geral da pesquisa é identificar quais os treinamentos são mais adequados para os profissionais de vendas da unidade Sicoob Coopemg realizarem mais negócios. Os objetivos específicos são: descrever de acordo com a literatura a importância de treinamento em uma organização; identificar quais treinamentos para a força de venda são mais adequados à unidade Sicoob Coopemg; propor o treinamento para a equipe de vendas desenvolver melhores resultados.

METODOLOGIA

A presente pesquisa, quanto aos fins, é descritiva porque pretende apresentar o conceito de treinamento e elencar suas etapas, a fim de indicar a aplicação no setor de vendas para gerar mais negócios. Segundo Vergara (2016), a pesquisa descritiva expõe características de determinada população ou de determinado fenômeno. Quanto aos meios, a pesquisa é bibliográfica, pois identificou na literatura o conceito de treinamento e demonstra suas etapas para indicar a aplicação ao setor de vendas. Também foi utilizada pesquisa de campo, pois foi aplicado um questionário para os colaboradores da área comercial, a fim de identificar sua percepção em relação à necessidade de treinamento.

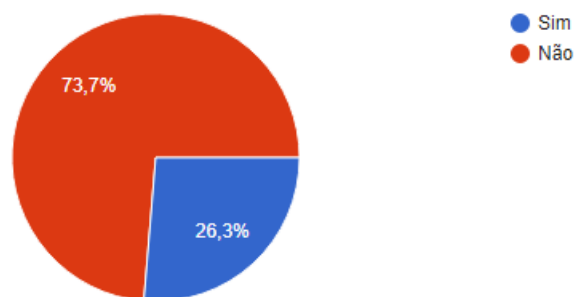
O universo abrange tanto todo o setor de vendas da cooperativa, que engloba o ponto de atendimento, agência física e central de relacionamento. A amostra foi, por sua vez, os agentes de atendimento, totalizando 19 questionários aplicados. A amostra foi não probabilística e selecionada por acessibilidade: longe de qualquer procedimento estatístico, seleciona elementos pela facilidade de acesso a eles (VERGARA, 2016). Para análise dos dados foi utilizada um tratamento quantitativo e qualitativo.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Gráfico 1: Treinamento em Negociação

16. Você possui algum curso de negociação?

19 respostas

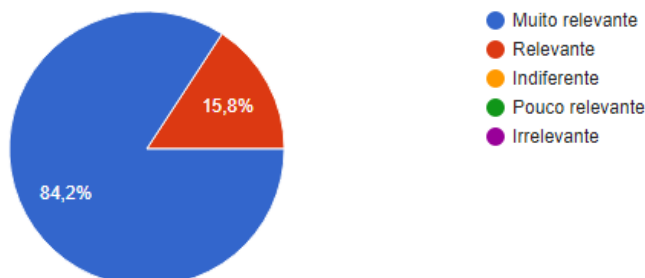


Fonte: Elaborado pelos autores, 2020.

Gráfico 2: Importância Treinamento Negociação

9. Você acha relevante um treinamento sobre negociação?

19 respostas



Fonte: Elaborado pelos autores, 2020.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O resultado do trabalho mostrou a necessidade do treinamento em negociação aos agentes de atendimento. Neste sentido, é de suma importância essa qualificação para melhorar o desempenho desses colaboradores e conseqüentemente o desempenho do negócio. O gerente de vendas possui a responsabilidade de motivar continuamente a sua equipe de vendas, com o objetivo de atender o cliente da melhor forma possível. Além disso, tem a responsabilidade de realizar treinamentos para manter sempre o devido desempenho da equipe, o que reflete no atendimento singular de cada cliente. Em alguns casos, o treinamento é terceirizado por empresas qualificadas do setor específico (MOREIRA, 2005).

REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos humanos**. 9ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MILKOVICH, G. T.; BOUDREAU, J. W. **Administração de recursos humanos**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

Moreira, Júlio César Tavares; et al. **Administração de vendas**. São Paulo: Saraiva 2005.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 16. ed. São Paulo: Atlas, 2016.