**VENDEDOR INTERNO**



Fonte: [www.agendor.com.br](http://www.agendor.com.br/blog/vendedora-interna/)[500 × 334](https://www.google.com.br/search?tbs=simg%3Am00&tbnid=flSgMVSC2l9RuM%3A&docid=gyKhsdrPGV_gAM&bih=714&biw=1517&tbm=isch) [Pesquisa por imagem](https://www.google.com.br/search?tbs=sbi%3Acs&tbnid=flSgMVSC2l9RuM%3A&docid=gyKhsdrPGV_gAM&bih=714&biw=1517)

 Saber escutar é mais importante do que saber falar!

Bom dia, tarde ou noite a todos.

Há alguns anos atuando e gerenciando em área Comercial (Administração, relacionamento, licitações públicas e privadas) e Operacional, venho observando que os indivíduos que compõe as diversas áreas das empresas, não se atentam para o principal objetivo das empresas que é **vender.**

**Vender** internamente suas potencialidades para os colegas e superiores, **vender** entre si serviços internos que possam gerar vendas para clientes externos.

Há um desconforto em **vender,** pasmem, pois a grande maioria dos atores que compõe as empresas, desde os níveis mais altos de hierarquia até os operacionais, desconhecem os objetivos da empresa, sua visão diante do mercado, sua missão quanto empresa, seus valores, seu compromisso e quais são os seus produtos e serviços, internos e externos.

Não há uma clareza em repassar aos colaboradores, o que realmente cada um pode desenvolver, para seu crescimento através das vendas internas e contribuir para que os objetivos e as vendas externas sejam impulsionadas.

Há uma pressão dos organogramas funcionais sobre os possíveis talentos, que em sua maioria, devido sua posição na teia, vira apenas um número, abrindo-se mão do patrimônio intelectual dos diversos pares que fazem a roda girar na empresa.

Sistematizar processos por mais simples que possam parecer criticar os métodos muitas vezes soam como rebeldia.

Em uma das empresas que pude acompanhar, com o objetivo de tentar saber o que gerava pouca produtividade na planta de operações (ninguém sabia), foi colocada um belo dia pelo Diretor, uma caixa na área operacional para críticas e sugestões, após trinta dias, a Diretoria daquela empresa, abriu a referida caixa e então passou a ler juntamente com os gerentes das demais áreas, as possíveis sugestões e críticas para melhoria dos sistemas produtivos daquela empresa.

Cabe ressaltar que nenhum colaborador sabia ao certo do que se tratava, não receberam nenhuma comunicação ou orientação.

O resultado foi surpreendente, ninguém sugeriu nada, apenas reclamaram de tudo, do salário, condições de trabalho, dos chefes, da jornada, enfim, a caixa virou um muro de lamentações.

Vocês podem imaginar o resultado da reunião, nunca mais a caixa de sugestões e reclamações retornou à área operacional, alguns gestores sofreram sanções coercitivas e foram até demitidos devido às reclamações, gente que ao longo da vida se doou para aquela empresa e possivelmente pela sua postura rígida na condução dos seus serviços foram colocados na berlinda.

Ao passo que, os colaboradores tiveram ali, a oportunidade de dizer (Vender) algo que lhes fora proposto e como feedback tiveram o canal de comunicação interrompido.

Obviamente que o Diretor esperava em receber sugestões, para melhorar sua produção e consequentemente **vender mais,** não aconteceu.

Ele não estava preparado para críticas e tão pouco para trabalhar as mesmas com os gestores, agindo por impulso da posição que ocupava.

No nosso dia a dia, as empresas continuam perdendo a oportunidade de ouvir seus vendedores internos, e gastando mundos e fundos em publicidades, marketing e todas as ferramentas externas para vender seus serviços e produtos, sem perceber que na maioria das vezes a ajuda de pessoas preparadas (Coach) para antes treinar e conduzir seus Diretores e gestores poderão gerar resultados impressionantes como, leitura adequada de uma reclamação de um colaborador que ao criticar um sistema, indiretamente oferece a oportunidade para o dirigente, pelo menos rever o que está sendo feito com total tranquilidade.

Como Gestor de vendas, venho tentado ao longo de minha vida ouvir meus colegas de trabalho, por mais simples que possam estar em suas funções nas empresas e tenho aprendido que, quando eles simpatizam com você, tem abertura de opinar, acreditam que você irá pelo menos ouvir, contam com você para ser canal, tenho a certeza que eles poderão comprar de você aquilo que você se propõe também a vender.

Marco Antônio Ribeiro Loureiro