



# 6

Passos para construir  
uma Empresa Sólida, e  
não um Auto-Emprego.

**ActionCOACH**<sup>®</sup>  
business coaching

**1**

**ActionCOACH**<sup>®</sup>  
business coaching

## Domínio

O primeiro passo para consolidar e desenvolver qualquer negócio é ter certeza de que podemos entregar nosso produto ou serviço de forma rentável, produtiva, e com conhecimento suficiente para tomar grandes decisões ...



Vamos conhecer sobre o Programa 6 Passos e realmente entender por que todos os empresários, incluindo você, devem seguir este sistema passo a passo ...

Tudo começa com a definição de "Negócio" da **ActionCOACH** ... tudo começa com o sonho de pessoas que desejavam se tornar independente e ter mais do que apenas um trabalho ...

Na **ActionCOACH** vemos os negócios da seguinte maneira...

Uma Empresa, Comercial, Rentável, que funciona sem Você ...

Tenho certeza de que isso é diferente do que a maioria das pessoas pensa e prega, mas você tem que saber que a razão pela qual você começou o seu negócio foi a liberdade, liberdade financeira, liberdade de escolher o que você quer e a liberdade de tempo, apenas para nomear algumas ...

Para ver isso a partir do lado oposto, é preciso entender o seguinte ...

A maioria das Empresas não trabalha, o proprietário o faz, você o faz...

De fato, tire o proprietário de seu negócio e na maioria dos casos, o negócio morre.

Mas vamos desde o início ...



## O Negócio é viável?

A primeira etapa de crescimento de qualquer negócio, é a garantia de que podemos entregar:

- Rentavelmente
- Produtivamente
- Com Conhecimento. (Suficiente Informação do negócio que nos permita grandes e importantes decisões)

Os proprietários de negócios são muito bons fazendo o que eles sabem fazer, mas ninguém lhes ensinou a Gestão Administrativa de uma empresa, por isso o fazem de maneira intuitiva e empiricamente.

Eles são principalmente técnicos, portanto não conhecem de negócios e o operam incorretamente. São auto-empregados, não empresários. Obtêm satisfação de seu suor, e não do uso de sua mente, por isso repetem os mesmos erros todos os dias.

Os Contadores são muito bons para contar uma história. Mas dificilmente podem ensinar o proprietário a planejar o futuro e os

fundamentos da gestão do negócio, ou seja **GESTÃO EMPRESARIAL**. Porque os negócios que sim funcionam, têm orientação sistemática independentemente dos conhecimentos do proprietário para produzir resultados.

São necessários indicadores que meçam o quão bem eles estão gerindo os recursos da empresa e isso significa tempo e dinheiro. A empresa deve ser uma entidade separada de seu proprietário, sustentada pelo propósito comum, processo eficaz e eficiente e pessoas treinadas e auto-disciplinadas.

## Pergunte-se

Sei como interpretar a Folha de Balanço?

Entendo o que estão indicando os números de Origem e Aplicação de Recursos?

Posso detectar os SINAIS VITAIS da minha empresa, conhecendo os coeficientes e taxas que se deduzem de meus Demonstrativos Financieros?

Sem uma visão comparlhada com a equipe, uma imagem clara do futuro, não há aonde ir senão a uma rotina de auto-emprego.



## 1 DOMÍNIO do DINHEIRO

- Não só é essencial conhecer suas cifras históricas (consequências) como também é importante conhecer os números que irão criar o seu futuro (causas)
- Para compreender esta matéria, a subdividiremos nas 4 áreas de Dinheiro mais importantes do negócio.

### 1.1

#### DOMÍNIO do PONTO de EQUILÍBRIO

Conheça quantas Vendas em média e unidades ou clientes você precisa gerar diariamente para obter o ponto de equilíbrio e alcançar seus objetivos de lucro. É indispensável conhecer a sua Margem Bruta ou Margem de Contribuição e dividir seus Custos em Fixos e Variáveis.

### 1.2

#### DOMÍNIO da MARGEM

- Desenvolva um Plano para alcançar el número que você procura.
- Conheça a Margem Bruta (ou Margem de Contribuição) por produto e descarte os de baixa contribuição ou aumente os preços.
- Conheça bem os seus custos fixos e variáveis.

Lucro é uma CONSEQUÊNCIA dos 5 Passos .É um Produto, portanto você tem que trabalhar na Matéria Prima.

Comece de baixo para cima. Quanto você quer ganhar?

Mas antes de começar qualquer atividade de Marketing, é dever conhecer e DOMINAR a MARGEM/ VENDAS



1.3

### DOMÍNIO de INFORMAÇÃO e RELATÓRIOS

Os "Sinais Vitais" da empresa são os Indicadores Chave de Desempenho que você tem que saber diária e semanalmente e que se consolidado ao final do mês permitir-lhe tomar decisões para corrigir o rumo e alcançar o futuro sonhado.

Primeiro, é necessário através de uma pesquisa ou de outra forma, definir:

- Ticket Médio de Vendas
- Margem sobre Vendas

Meça-o durante uma, duas ou três semanas ou estabeleça-o imediatamente. Estes dados, usando informações de um período anterior. Você deve continuar reportando estes dados semanalmente. Atribua esta tarefa a uma pessoa, ou peça diretamente ao Contador.

Posteriormente, poderemos Testar no departamento de Marketing, quais elementos estão funcionando e quais não. Tenha um registro das vendas feitas. Escreva o Valor e o número de artigos vendidos. Ou com defeito, se possível, registre quantas vezes cada cliente comprou nos últimos doze meses e assim definirá o número de transações por cliente.

1.4

### DOMÍNIO de TESTAR e MEDIR

Você pode prever seus ganhos no futuro através da medição e prognóstico dos Indicadores Chave de Desempenho

Quando as estratégias para aumentar as vendas e os lucros são implementadas, é preciso primeiro saber como estamos com relação as CIFRAS para a realização de comparações após o TESTAR e MEDIR.

Implementa uma estratégia ao mesmo tempo e meça os seus resultados de uma a duas semanas. Em seguida, decida se você pode implementar várias estratégias simultaneamente e continuar a MEDIR OS RESULTADOS.

Você realmente conhece tudo o que NÃO SABE sobre o seu negócio?

Disponibiliza uma sacola maior para o seu cliente e a entrega assim que ele entra, por exemplo. Coloca mais mercadoria de maior margem nas prateleiras, etc. Pequenas mudanças multiplicadoras somam RESULTADOS CONSISTENTES.

Os negócios não são Ciência sofisticada. Não se trata de enviar um homem à Lua. É SIMPLES e SISTEMÁTICO.

## 2 DOMÍNIO da ENTREGA

Consistência é mais importante que ideias brilhantes. É inútil tentar encher uma banheira, se a tampa do ralo não está posta, da mesma forma você deve interromper imediatamente o desperdício de seus suprimentos. Ou seja, garantir que possamos entregar os produtos e serviços que os **CLIENTES DESEJAM**.

**CONSISTENTEMENTE:** Com a qualidade adequada no momento certo com a margem correta. Você precisa **PLANEJAR** para que os produtos e serviços sejam suficientes para atender a **TODOS** os clientes no que eles querem, **QUANDO** querem e **COMO** querem.

Escreva as 5 reclamações mais comuns dos clientes e as ideias para resolvê-las, de tal modo que você consiga fazer os clientes voltarem.

## 3 DOMÍNIO do TEMPO

Minha produtividade e a produtividade da minha equipe, determinará meu sucesso e rentabilidade.

Não há suficiente tempo durante o dia, para fazer o que requer se feito. Para que o negócio possa crescer, o proprietário deve separar de 5 a 10 horas de sua ocupadíssima

semana para poder trazer ordem e organização à sua vida.

Aplique o seguinte exercício:

**3.1**

Anote quantas horas na semana, de Segunda a Domingo, você trabalha.

**3.2**

Escreva uma lista de **ATIVIDADES** que precisam ser realizadas.

**3.3**

Re-trabalhe em ambas tabelas durante 2 semanas, até que se igualem as horas.

**3.4**

Escolha de 2 a 3 atividades para **DELEGAR**. Discuta com seu Coach como e quando você vai fazer. Se não há a quem, comece o processo de definição e seleção de uma nova pessoa.

Utilize para o anterior, o formato do Estudo Rápido do Tiempo da pasta **SISTEMAS PeM** do seu Manual de Boas-vindas

## 4 DOMÍNIO do DESTINO

Ter claro para onde estou indo e aonde estou levando o negócio, é vital para o sucesso.

**OBJETIVOS:** (São Permanentes)

**VISÃO:** Inspirar e Envolver. Sua luz GUIA (Ampla e Difusa)

**MISSÃO:** O COMO alcançar a Visão; Em que negócio estamos  
Quem é a nossa equipe  
Quem são nossos clientes  
O que nos faz únicos

**VALORES:** É a manifestação da Cultura:  
3 Valores Importantes para o CLIENTE  
3 Valores Importantes para a EQUIPE  
3 Valores Importantes para o sucesso do NEGÓCIO

**METAS:** (Um ponto dentro do tempo e espaço, um marcador- milestone-)

## 5 Auto Domínio (Disciplina)

Eu devo usar minha disciplina interna para manter-me FOCADO e alcançar CONQUISTAS por mim mesmo. Se não posso sozinho, a alternativa é contratar um Coach para que com suas ferramentas e disciplina, me ensine a permanecer com uma mente concentrada focada em RESULTADOS.



É totalmente recomendável ler "7 Hábitos das Pessoas Altamente Eficazes" de Stephen Covey, e instalar mentalmente suas recomendações. Siga ao menos as seguintes sugestões:

**1** Comece ao final de cada dia, escrevendo as atividades do dia seguinte. Esta disciplina permite que seu cérebro se concentre melhor em fazer as atividades do dia seguinte.

**2** Do exercício tabulado em DOMÍNIO do TEMPO, SISTEMATIZE alguma atividade ou DELEGUE para que você tenha livre pelo menos 5 horas semanais, que te permitam trabalhar PARA o negócio em ordem, organização, planejamento, crescimento, etc. Em vez de estar NO campo de batalha diário.

É hora de perguntar se o proprietário quer SER proprietário de um negócio ou simplesmente se contenta em ser um AUTO EMPREGADO e conservar seu próprio trabalho.

Lembre-se, um NEGÓCIO é uma Empresa Comercial e Rentável que funciona SEM VOCÊ. Encontre alguém para analisar o TEMPO e PROCESSOS de toda a organização, se você não pode fazer sozinho. Elimine as coisas repetitivas e sem sentido.

Por que construir um trabalho, quando você pode criar um VERDADEIRO negócio que cresce independentemente do proprietário?

Se o proprietário deve trabalhar NO negócio, é porque ele NÃO FUNCIONA. Isso não significa que você deve abandonar o negócio e deixá-lo ao acaso. Mas o proprietário deve ser livre para decidir em qualquer dia ou não irá para o trabalho. Essa alternativa é a liberdade que ela traz é o que é ser proprietário de uma empresa, e não um auto empregado.

## Então, pergunte-se

Estou muito envolvido no meu negócio?  
Posso pegar o telefone de casa, ligar para a empresa e dizer ao primeiro que atender:

"Pessoal, encarreguem-se de todos os assuntos, porque eu vou tirar 3 meses de férias"? Eu tenho um negócio ou o Negócio tem a mim?

NINGUÉM pode vender um emprego. Há sempre alguém disposto a comprar um NEGÓCIO. Termine de construí-lo para que possa dedicar tempo para outras coisas criativas PARA o negócio.



# Nicho

Uma vez funcionando o seu lucro básico, é o momento de encontrar sua Proposta Única de VENDAS e formar sua maquinaria de Marketing e Vendas...



## Não Competir por Preço

### A FÓRMULA DOS 5 PASSOS PARA SUPER-LUCROS

Uma vez que o seu lucro básico esteja funcionando, é hora de encontrar a sua Proposta Única de Vendas e formar a sua maquinaria de Marketing e Vendas.

O quadro dos 5 Caminhos de Super Lucros é a fórmula na qual se pode construir TODOS os negócios. Através de diferentes estratégias de marketing e vendas, se gera maior fluxo, mas você tem que medir todas as mudanças em um período de tempo.

A maioria dos empresários trabalham nas consequências ou resultados do quadro como: clientes e vendas. Quando se deve trabalhar metodicamente nas causas, que são as áreas de transformação do negócio e geram lucros maiores.

Obter mais Prospectos e melhorar a Taxa de Conversão, é o que deve ser feito para conseguir mais CLIENTES.

O Número de Transações é outra área dos 5 Caminhos. Você não quer o pior ou o melhor cliente, se não uma MÉDIA de quantas vezes o mesmo cliente compra de você em uma semana ou um mês. Se não for possível medir isso, tente o nº de artigos comprados. Lembre-se das batatas fritas do McDonalds. Muitos empresários nunca se preocuparam em ter um banco de dados de clientes anteriores. Você pode pedir a um cliente satisfeito para comprar novamente e novamente. E que retorne por toda a vida.

O valor média de venda é possivelmente o mais fácil de conhecer. São as vendas totais divididas pelo Nº de vendas para o mesmo cliente, em média. Portanto:

**Clientes X # de Transações X Valor  
Médio de Venda = Vendas**

Ou seja, as vendas é uma consequência de 3 variáveis que se podem afetar positivamente o resultado.

Porém, devemos estabelecer as seguintes prioridades para um progresso efetivo:

- a.** Valor Médio de Venda
- b.** Taxa de Conversão
- c.** Nº de Transações
- d.** Geração de Prospectos

Este último é o mais oneroso e requer um bom sistema de Testar e Medir. Por isso comece subindo seus preços de forma educada, e implementa sua PROPOSTA ÚNICA de VENDA e GARANTIA que o diferencia de tudo o que há no mercado. As necessidades de marketing estão em transmitir que você é o ÚNICO sobre SEU produto ou serviço e o porquê alguém deve comprar de você HOJE! Como por exemplo:

“Garantimos que conseguiremos arrancar um sorriso seu no final do FUNERAL”

## **AS REGRAS DO MARKETING**

Marketing é um processo no qual se deve seguir regras muito simples.

## **REGLAS do Coach sobre MARKETING**

### **1 Marketing é um Investimento quando se está Testando e Medindo.**

Se você não está focado na criação de FLUXO de DINHEIRO em caixa, você está desperdiçando o tempo do Negócio PeM,. Se você não conhece tudo que faz o Marketing torna-se um custo, porque não o recupera.

### **2 Utilize mais tempo gerando RECEITA do que mantendo baixo os custos.**

Dedique pelo menos duas horas diárias à geração abundante de receitas, em vez de se concentrar permanentemente na redução limitada de despesas.

### **3 Atribua 50% do seu investimento em recursos para Distribuição e outros 50% em Marketing e Vendas.**

Dedique 50% de seu investimento de tempo e esforço à DISTRIBUIÇÃO e ENTREGA ,

e os outros 50% a VENDAS e MARKETING.  
(Atrair Prospectos)

Compreender este conceito como alistar sistematicamente produtos e serviços que estão disponíveis e prontos para o MARKETING

#### **4** **Teste e Meça tudo mediante Indicadores Chave de Desempenho.**

Entramos mais a frente na interação desses dois conceitos.

#### **5** **Comprar seus clientes é um INVESTIMENTO, por isso defina seu orçamento de Marketing com base no indicador denominado CUSTO de AQUISIÇÃO.**

Campanhas publicitárias, folhetos, especificações impressas, folhas de dados de materiais, demonstrações, ofertas, descontos, comissões da Equipe de Vendas e todas as estratégias para encontrar novos clientes CUSTAM CARO. O valor total do investimento por um período dividido sobre o nº de clientes no mesmo período, é o CUSTO DE AQUISIÇÃO. Comprar CONTINUAMENTE é a parte mais cara da empresa.

#### **6** **NUNCA perseguir sutilmente uma fatia do mercado. Buscar a maior parte da carteira do cliente.**

Isso significa, pura e simples, que tendo um banco de dados de clientes, o que mais você pode vender-lhes? Já lhe conhecem, e mostraram que gostam de você, porque já lhe compraram e sabem o que você pode e o que não pode fazer por eles. TUDO o que você tem a fazer é encontrar uma maneira RENTÁVEL de pedir-lhes para que voltem e comprem novamente.

#### **7** **Estamos no Negócio dos Lucros.** Os proprietários definem sua empresa P pelo Número total de Vendas. Como por ex. uma floricultura ou um escritório de contabilidade. Se você enxerga o seu negócio a partir de outro ponto de vista que não o produto ou serviço que vende, e o enxerga a partir do ângulo de marketing, de repente você percebe que está no negócio de GERAÇÃO DE LUCROS. É tão simples como gastar menos do que aquilo que é gerado.

#### **8** **Estabeleça suas práticas com base em um enfoque de longo prazo e conheça bem o Valor no Tempo de um Cliente.**

Compre clientes com marketing e vendas na expectativa de que gastem contigo além do que você pagou para encontrá-los. Isto se faz reduzindo o CUSTO de AQUISIÇÃO ou estendendo o tempo em que eles gastam mais

contigo, fazendo-os voltar mais vezes. Você deve apreciar o quão importante é a **RELAÇÃO** com o cliente, certificando-se de que tudo está correto para que você possa mantê-lo o maior tempo possível.

**9** Sempre procure diminuir seu **CUSTO** de **AQUISIÇÃO** e aumentar o **VALOR** no **TEMPO** de todos os clientes (**pontaria**). Se você compra clientes por um custo menor do que eles gastam em seu negócio, você tem uma campanha de marketing de orçamento ilimitado.

Quanto seu cliente gastaria a vida toda?

Quantas indicações te enviaria?



# Alavancagem

Agora que você tem um excelente fluxo de caixa e lucro, é hora de fazer andar os sistemas para que dirijam o trabalho adicional.





**3** Passo  
**ALAVANCAGEM**

O nome do jogo neste nível é a eficiência. Você deve conseguir mais com menos. Este é o lugar onde prestamos atenção nos SISTEMAS. Se você está trabalhando duro, então você deve alavancar o tempo.

É importante que os sistemas sejam implementados ANTES de novas contratações, mesmo que a equipe atual - se você tem uma - esteja esmagada pela carga de trabalho. Durante os próximos 4 meses, vamos ver detalhadamente os 4 tipos de alavancagem:

- 3.1** Alavancar mediante a ESTRUTURA.
- 3.2** Alavancar o COMO fazer as coisas.
- 3.3** Alavancar a GERENCIA mediante Pessoas e Educação.
- 3.4** Alavancar mediante os sistemas e a tecnologia.

### **3.1 Alavancar mediante a ESTRUTURA.**

Para conseguir ter as pessoas certas no lugar certo com o plano de certo, seu negócio, dependente das pessoas, se transporta para um dependente dos sistemas.

Desenvolva seu organograma por função. Defina as posições do negócios, embora eles não sejam ocupados no momento. Coloque em cada posição uma descrição de coisas que devem ser feitas, embora no momento, uma pessoa tenha de preencher várias funções simultaneamente.

- Comece o organograma pelo chefe da organização. Coloque uma caixa na parte superior central da página, o nome que deseja atribuir ao mais alto nível hierárquico da organização (Presidente, Diretor, Gerente Geral, etc.)

- No próximo nível, escreva todas as posições que algum dia terão de ser incluídas em seu negócio. Pinte um quadro ao redor de cada função, e as una por meio de uma linha reta com o quadro do chefe da organização.

- O terceiro nível será formado pelos nomes das posições que se reportam para o segundo nível. Igualmente, também desenhe um quadro ao redor de cada função e conecte cada posição com seu supervisor imediato, através de uma linha reta.

- Continue desta maneira até que você tenha toda a organização claramente delineada.

Ao ter desenhado um fluxograma claro de quais posições são necessárias em seu negócio, você acabará por ser capaz de decidir quem é o melhor para exercer cada função. Claro que, se não há alguém disponível nesta fotografia que possa cobrir integralmente as atividades da função, porque todo mundo está ocupado, então você pode começar a procurar e selecionar um candidato adequado que seja contratado para preencher o papel e executar tarefas que não estão sendo feitas.

Conseguir as pessoas certas para o lugar certo, começa com o conhecimento correto de quais são esses lugares.

Contratos de posição devem ser claramente estabelecidos para que a pessoa que ocupa a função saiba muito bem, os objetivos da empresa, as metas e responsabilidades do cargo e quais devem ser os resultados de suas tarefas de trabalho. (Key Performance Indicators)

Se uma pessoa tem claro o que se deve fazer, o fará melhor. Cada pessoa foi contratada por uma razão e tem um papel individual para desempenhar. Essa pessoa deve saber qual é a razão e em qual parte está contribuindo com os seus resultados, para que o Negócio atinja seus objetivos e metas.

O Contrato de Posição deve estabelecer quando uma pessoa que realiza um trabalho específico, saiba que está se sobressaindo, se realiza satisfatoriamente ou o quanto precisa ser melhorado. Além disso, é necessário definir as tarefas a desenvolver, as normas a seguir e metas a atingir. Contratos de Posição dá às pessoas uma imagem clara do papel a ser desempenhado e os indicadores-chave lhes ajuda a alcançar mais.

A descrição de cargos deve ser de todas as posições, inclusive as que não existem.

Algumas pessoas poderiam estar em mais de um cargo ao mesmo tempo, assim que seu contrato posicional pode ter 2 ou mais descrições de trabalho. É essencial definir os papéis e o que precisa ser feito para alcançar os objetivos.

### 3.2 Alavancar o COMO fazer

A conexão entre trabalho e recompensa são as metas. Para se considerar promoções e aumentos de salários e remunerações, deve haver um SISTEMA justo e consistente.

Na ausência de Indicadores Chave de Desempenho (I.C.D.), o dinheiro de a recompensas mal administradas será um excelente desmotivador.

Os I.C.D. são medições que normalmente se usa para julgar se um trabalho está bem feito. São pontos fundamentais para as tarefas: você pode medir o vendedor pelo número de pessoas aos quais ele vende diariamente, tendo em conta a quota estabelecida para ele. Da mesma forma, você pode medir o feedback dos clientes, as devoluções, as perdas de produção, etc.

Para cada posição deve haver um I.C.D. Do contrário não poderá administrar o que não mede, e por isso deve estabelecer um I.C.D. para cada pessoa na organização.

A empresa geralmente têm as Demonstrações Contábeis (Balanço Patrimonial, Demonstração do Resultado e Demonstração de receitas e despesas) e os 5 Caminhos para medir a resposta ao marketing.

Com cada pessoa da equipe, você deve definir uma meta ou quota e associá-la sua recompensa e bônus periódico. Os membros individuais da equipe terão como em um jogo, um marcador positivo que lhe dará o conhecimento necessário para se esforçarem mais. Agrega também um elemento de concorrência em suas rotinas diárias e garanta que cada indivíduo aspire em atingir seus objetivos. Isto terá efeitos motivadores sobre a operação e também na equipe.

Alocar as pessoas certas nas posições de melhor desempenho com os planos adequados para o cargo, oferece a enorme vantagem que elimina a dependência do proprietário do negócio.

Como os empresários raramente explicam exatamente como seus funcionários devem trabalhar, eles acabam colocando-os em uma desvantagem de desempenho desde o início. Isso se evita redigindo manuais, ou com vídeos, ou imagens para explicar em detalhes COMO deve ser FEITO.

A razão para se ter um MANUAL que pode ser aperfeiçoado periodicamente, é porque eventualmente as pessoas mudam de posição ou de trabalho. Especialmente se um indivíduo passou muitos anos no cargo se tornando quase "indispensável", o que faria de sua saída uma situação complicada, se este não deixar qualquer registro.

Escrever cada manual é como uma auditoria operacional em cada posição. Basta escrever o que o funcionário deve fazer desde a manhã até à tarde, desde que iniciam sua jornada de trabalho até o fim. Considere cada dia e também o mês completo porque há tarefas realizadas de maneira pontual.

Ao agrupar todos os COMO deve ser FEITO em um MANUAL de POLÍTICAS e PROCEDIMENTOS para o negócio, você garantirá que tudo funcione de forma eficiente sempre, e o SISTEMA será a chave para o desenvolvimento de um negócio bem sucedido.

Após a estrutura organizacional, descrições de trabalho com os seus respectivos indicadores chave de desempenho, esclarecendo que DEVE ser feito em cada cargo e que você pode medir seus resultados, é vital que todos entendam COMO deve se fazer cada atribuição, isso é feito usando a alavancagem do FLUXO da INFORMAÇÃO. Em seguida, escreva uma lista de todas as

atividades de rotina e classifique-as em sucessivos períodos de tempo. Deixe sempre uma maneira das pessoas lidarem com as exceções. Estas são tarefas repetitivas que devem ser feitas no negócio cada mês, trimestre e ao longo do ano.

O próximo passo é unir por uma linha reta com uma seta na direção em que viajam os documentos ou a informação, cada atividade dentro de um departamento, descrevendo o caminho que a tarefa segue, desenvolvendo por este esquema, um fluxograma de processo de todas as funções e tarefas.

Começa com o primeiro ponto de contato que é o cliente e siga o caminho para satisfazer as suas necessidades. As encomendas podem ser realizadas por telefones ou no balcão, portanto 2 funções distintas. Uma vez terminada a lista de tarefas rotineiras que cada membro da equipe desempenha, a próxima tarefa é documentar o COMO fazer.

Temos de garantir que esta é a melhor maneira de fazê-lo. Você pode e deve repetir esse questionamento várias vezes. Pense em sua busca por melhoria como um círculo que não tem começo nem fim. Simplesmente se mantenha cada vez melhor. Os japoneses chamam isso de Kaisen, que é basicamente uma melhoria contínua sem fim.

Aqui é onde os I.C.D se destacam por sua importância relativa. Teste somente uma tarefa e ao mesmo tempo meça-a. Compare o que está sendo feito com o que se pretendia. Os indicadores obtidos são os esperados? Se alcançam, todos em tempo útil, ou apenas alguns são alcançados? Quais são as razões para os desvios? Você pode introduzir alguns passos intermediários para corrigi-los? sempre, a fim de tornar o sistema melhor e mais fácil

Durante o processo de melhora, é importante envolver a toda equipe solicitando-lhes feedback mediante as seguintes ferramentas:

- Lista das 10 atividades no trabalho que mais consomem seu tempo
- Lista das 10 atividades laborais que mais lhe causam estresse ou desgosto
- Lista das 10 atividades que mais

se relacionam com a produtividade de seu cargo

- Lista das 10 atividades do sistema que lhe causam a maior sensação de deleite, satisfação ou felicidade

*Você pode adaptar, modificar, corrigir ou incluir algo novo usando as listas anteriores?*

Posteriormente, peça aos membros da equipe que pensem sobre os gargalos que eles identificaram no processo. Peça que escrevam os 3 que eles acreditam que mais afetam o desempenho da empresa ou causam os problemas mais importantes para os clientes. Trabalhe com eles para eliminá-los um por um e você vai notar a orgulho e senso de propósito que este gera. Os clientes em breve vão detectar.



Alguns pontos que você deve considerar agora em seu manual:

- Comece com uma descrição de todas as tarefas relacionadas ao Fluxograma do Processo.
- Use títulos concisos e pontos curtos
- Inicie com uma tarefa regular que seja a primeira, ou a mais importante.
- Descreva cada ação que se requer gerir, ou complete cada função e escreva brevemente o que precisa ser feito.
- Mencione o que se deseja obter e o que acontece em continuação
- Não esqueça de incluir a contingência do que acontece se algo ruim acontecer ou outra ação alternativa
- Se é possível, use vídeos, audio ou fotos.

**3.3**

### **Alavancar a GERENCIA através Pessoas e Educação**

Ter um sistema de COMO as coisas são feitas; não é o suficiente, é necessário ter um sistema para administrá-lo.

Quando você administra (Controle de Gestão) um recurso se trata de planejamento e orçamento. Para fazer isso, nós dividimos os recursos da empresa em Físicos (Ativos) e Humanos. A medida que o negócio cresce, é vital planejar com antecedência o básico, como capacidade atual vs. futura, manutenção, substituição de pessoas da equipe a tempo, confiabilidade e oportunidade de informação

financeira e de conhecimento empresarial da equipe, e qualquer outro assunto crítico que especifique como será enfrentada a demanda adicional.

Naturalmente, estoques e capital de giro são áreas que devem ser planejadas cuidadosamente e, nesta fase do jogo é considerado que o seu domínio já é meticuloso e sistemático.

### **Pessoas e Educação**

A questão de administrar a equipe se trata de gestão do tempo e habilidades, portanto, de formação e treinamento.

Você deve primeiro estabelecer um plano de contingência para os cargos críticos: O que acontece se uma pessoa fica doente 3 ou mais semanas? Existe alguém que pode cobrir se as suas atividades são críticas? O proprietário da empresa pode se ausentar 4 semanas de férias ou em viagem de negócios, sem que se altere o ritmo de atividades da empresa?

Volte ao Contrato de Posição: para cada e todas as posições no negócio, estabeleça QUEM deve fazer O QUE, quando alguém está ausente. Isto pode seguir as linhas de delegar ou respeitando o tempo de cada funcionário na área. Ou simplesmente a linha do relacionamento entre subordinado e supervisor.



**1** Indução mediante um Manual de Boas-vindas para os novos colaboradores.

**2** Treinamento no local, onde um veterano pode ajudar através dos Manuais de Operação, e ensinar um aprendiz.

**3** Capacitação por Departamento, onde os grupos recebem em conjunto, treinamento formal.

**4** Workshops internos, nos quais um membro da equipe capacita em um tema aos demais.

**5** Workshops externos ou cursos onde a equipe é capacitada fora do local de trabalho.

**6** Treinamento especial no escritório, onde capacitadores externos são contratados para ensinar os membros da equipe.

**7** Treinamento privado no qual se paga aos indivíduos da equipe algum curso específico em uma escola formal

### Um guia dos principais temas seria:

o Treinamento técnico focado na função  
o Habilidades de Comunicação  
o Habilidades gerenciais e de supervisão  
o Mediação e resolução de conflitos

o Computação em geral e específica  
o Finanças para não financeiros  
o O poder do telefone e Telemarketing  
o Vendas e Marketing  
o Gestão do Tempo  
o Segurança e primeiros socorros.



### 3.4 Alavancar a TECNOLOGIA

A tecnologia em si não é a solução, mas seu uso adequado é uma necessidade que acelera os sistemas e procedimentos administrativos e operacionais.

Você tem que dar uma olhada, uma vez mais, em todos os sistemas e procedimentos já criados. Pense em todas as áreas onde você utiliza técnicas para facilitar a tarefa. Além de outras atividades onde você pode fazer melhor, mais rápido e com menor custo através de investimentos em tecnologia.

Use os critérios que podem beneficiar a agilidade de entrega ao cliente, qualidade do produto ou serviço, novidades ou experiência de compras mais eficazes.

Quando se trata de fatores secundários em tecnologia da informação, como um novo software contábil, tenha calma. Primeiro descubra se a versão que você tem está sendo aproveitada ao máximo como projetado. Em ambos os casos, no entanto, você deve ter a solvência para fazer o investimento. São os custos fixos, tais como aluguéis ou amortização de ativos fixos que prejudicam o fluxo de caixa, colocando o negócio em um buraco.



# Equipe

É o momento de continuar a construção, formando uma equipe sólida que dê continuidade ao crescimento e eventualmente gere uma receita passiva aos investidores proprietários do negócio.



A graphic element consisting of a dark grey arrow pointing to the right. On the left side of the arrow, there is a white circle containing the number '4'. To the right of the circle, the word 'Passo' is written in white, and below it, the word 'EQUIPE' is written in white capital letters.

## 4 Passo EQUIPE

Não é apenas sobre se sentir bem, mas sim de realizações adicionais

Em DOMÍNIO a base de "Uma empresa comercial (negócio)" é construída. No NICHOS acrescenta-se "rentável" para a definição do que é um negócio para um Coach. Ao terminar a ALAVANCAGEM você alcança a terceira parte da definição sobre o que é um negócio, ou seja "que funciona sem VOCÊ".

Agora que a empresa é rentável, tem uma ótima máquina de marketing e pode funcionar sistematicamente, é hora de continuar a formar uma equipe sólida, que dê continuidade a esse crescimento e, eventualmente, gerar uma receita passiva para os empresários investidores do negócio.

Uma equipe é um grupo de pessoas que estão no mesmo lado do jogo. Eles são organizados para trabalharem juntos. Cada um dos membros tem um papel único a desempenhar que é tão importante quanto os demais. Todos têm um propósito diferente a contribuir individualmente para o benefício da empresa. Aqui é onde a cultura empresarial é relevante. Os novos membros devem ser escolhidos cuidadosamente, considerando a afinidade com os outros e deve ter empatia com a cultura do grupo caso contrário, uma maçã podre vai estragar as outras.

Tudo começa com o proprietário da empresa que seleciona seu pessoal. O negócio, assim como a vida é um espelho. É um reflexo do proprietário e dos colaboradores escolhidos, aqueles que ele atrai e seus resultados é o que este processo de seleção merece. A pontuação do jogo vai indicar quão bem ou mal você selecionou os seus próprios jogadores. TEAM é:

Together (Juntos) Everyone (Todos) Achieve (Conseguimos) More (Mais)

Não é apenas sobre se sentir bem, mas sim da contribuição nas REALIZAÇÕES ADICIONAIS. As empresas medíocres conseguem funcionários médios e seu líder alcança resultados insatisfatórios pela falta de congruência entre o que se espera da equipe e as insuficiências dos seus membros.

Se você quer ter uma grande equipe, precisa se converter em um grande líder que dirige uma grande empresa. Um lugar onde os bons profissionais desejam trabalhar. Este é o resultado da sinergia que é o próximo passo.



# Sinergia

O Proprietário apoia  
e ajuda a sua  
Equipe, a Equipe aos  
Clientes, os Clientes  
ao Negócio, e o  
Negócio ao  
Proprietário... e  
assim  
sucessivamente...





## O Ciclo dos negócios é uma história sem fim

O negócio deve dar suporte aos proprietários fornecendo-lhes lucros; deve servir a equipe, dando-lhes reconhecimento, recompensas e uma remuneração justa. Deve servir aos fornecedores, pagando suas contas oportunamente e atender aos clientes satisfazendo suas necessidades para que retornem sucessivamente, e assim em círculos, melhorando continuamente...

Quando novos sistemas ou maneiras de fazer as coisas estão instalados na organização, muitos dos veteranos resistem à mudança e se retiram. Eles se sentem desconfortáveis e não gostam da ideia de aprender novas maneiras ou de terem que sair de sua zona de conforto onde estão instalados confortavelmente. Por isso, durante o processo de mudança será necessário recrutar novos integrantes para a equipe. Isso não é de todo ruim, porque os novos aceitarão a situação como normal e será muito mais fácil trabalhar com eles.

Entram frescos e sem conhecimento da situação anterior, se comprometem rapidamente com os mais altos objetivos e metas da empresa.

## Recrutamento e Indução

Uma grande equipe é um dos melhores ativos que uma empresa pode ter. Pessoas excelentes só poderiam reforçar a eficácia da organização. Como encontrá-las e recrutá-las é um fator muito importante. Isto em empresas de alta performance não é a unicamente seleção, mas também des-seleção.

Você não deve se concentrar somente nas habilidades e experiências dos candidatos, mas também no "coração" e "alma" que aportará à equipe. O primeiro já não é tão relevante porque ao entrar em um novo emprego, nos deparamos com uma empresa diferente, com outra cultura, com outras expectativas e maneiras de fazer as coisas. Procure a melhor pessoa possível para o trabalho, não qualquer um que pode fazer o trabalho. Em última análise, procure um indivíduo que quer o trabalho que você está lhe oferecendo, acima de qualquer coisa no mundo. Procure por alguém que fique apaixonado com as atividades que você está oferecendo.

## Liderança

Selecionar o pessoal adequado é o começo de uma e de sucesso para o seu negócio. É um dos muitos ingredientes para criar a equipe ideal. Mas é preciso manter todos os elementos instalados para alcançar o grande time alinhado para vencer todos e tudo. Você não pode esperar que a equipe sozinha transforme o seu negócio, há outros fatores que felizmente são controláveis e, dependem do seu controle para que façam parte da equipe.

Você tem que formar uma equipe que possa REALIZAR mais, mediante 7 chaves fundamentais que seguem abaixo:

### **1** FORTE LIDERANÇA – Você deve ser um líder decisivo e assertivo

para que sua equipe tenha confiança na sua diretriz.

Se a equipe não é apoiada e orientada por uma liderança forte, o resultado será como ter um navio cargueiro sem leme, cruzando o oceano. Isto é crucial. Claro que forte não significa autocrata ou um ditador. Um líder autoritário pode ser apropriado em uma fusão ou aquisição hostil entre empresas diferentes. De um modo geral, uma liderança forte é algo diferente. Não se refere ao estilo, mas sim a habilidade de liderar.

As qualidades que separam os líderes comuns ou casuais dos fortes é a paixão e responsabilidade. As pessoas sempre respondem bem a alguém apaixonado por seu trabalho, negócio, ou pela sua vida. É contagioso; toda a equipe será motivada a responder, se doando ao máximo ao seguir um líder apaixonado.

Mas a paixão por si só não faz um líder forte. Ela deve ser acompanhada de responsabilidade. Ele aceitará a responsabilidade pelas ações de toda a equipe, e compartilhará com eles todos os acertos. É essencial que ele tome as decisões de forma decisiva e as realize, porque é isso que conta. Ele será capaz de ver as consequências das suas decisões de gestão até o fim, e assumir total responsabilidade por suas consequências.

A diferença entre um líder e um gerente é que estes se concentram mais no lado técnico do negócio, manejando pessoas no trabalho, garantindo que as tarefas sejam feitas de acordo com as normas estabelecidas ou com as expectativas, acompanhando o cumprimento dos prazos. ão "técnicos" estão mais interessados em aspectos do corpo e da mente. Eles se concentram em habilidades técnicas e talentos dos membros de sua equipe. Mas como crescimento e

desenvolvimento pessoal - vão se converter em líderes - Eles descobrem que seu papel mudou significativamente. Não somente deixa de ser técnico, mas delega tarefas para outras pessoas, as quais confia suas responsabilidades, e isso não é fácil. Este território em que se movem para fora de sua zona de conforto, e, inicialmente, o enxergam como uma invasão externa, alterando seu estado mental e causando infelicidade e preocupação. Isto é conhecido como Perturbação. É o sintoma de mudança significativa de gerente a líder. Isto se dá porque este último tem muito mais interesse no coração e espírito

Um líder forte é como um poderoso motor de 16 cilindros funcionando todos simultaneamente. A maioria dos gerentes de negócios se concentram no conhecimento e bem-estar do pessoal. Esses fatores têm a potencia de três pistões cada um em um motor em questão. Mas há duas áreas principais que geram energia na organização. Elas são o coração ou o fator humano e a alma ou a paixão. Estes são mais poderosos, pois são o equivalente 5 cilindros cada um no motor da liderança. O total é de 16 cilindros.

**2 OBJETIVO COMUM** – Você deve ter Objetivos e Metas nos quais todos não somente acreditem e conheçam, mas onde todos ganham

Você não pode esperar resultados da equipe, se eles não conhecem os Objetivos e as Metas da organização. Comece com o permanente. O objetivo são subdivididos em Visão, Missão e Valores. Visão é o destino central que inspira o apoio de todos os membros da equipe para que eles façam o que têm que fazer e assim alcancem seus próprios objetivos. Lembre-se que no início do programa, a missão da empresa foi definida.

Así mismo, las metas tienen una línea en el tiempo y el espacio. Un fin determinado en un período más corto y es lo que causa que el negocio este andando. Tienen dirección y enfoque. Estas son individuales y en forma colectiva contribuyen al que el negocio progrese a su última visión. Es importante de que sigan el marco de SMART de lo contrario no serán realistas y causaran un desperdicio de tiempo. No puedes duplicar las ventas si producción no tiene la capacidad de responder en tiempo y forma. O inicias una campaña de mercadotecnia cuando la contabilidad financie a no es ágil en información oportuna y confiable

Para un equipo de alto desempeño, las METAS COMUNES, son una obligación.

**3 REGLAS DEL JUEGO** – Cuando tú suministras al equipo un conjunto de reglas claras que los guíe, es más fácil para ellos que hagan el trabajo

Tienes que crear el campo de juego y todos deben conocer las reglas. Escríbelas y divúlgalas para que todos las conozcan como el “Reglamento de Trabajo”. De lo contrario no podrás reclamarles cuando se salgan de sus límites.

Las reglas son parte de la cultura y son los detalles que establecen las normas y estándares de comportamiento. Hay que fijar los límites en los que el equipo tiene plena libertad de movimiento. Como en un juego de fútbol, so obedeces las reglas puedes desplazarte a donde quieras sin mucho control, dentro de un espacio muy bien delimitado.

Si no defines la cultura o reglas del juego, estas se impondrán informalmente por el equipo. Así que el juego resultante no será de tu agrado ni seguirá el mejor interés de la empresa. La gente prefiere e conocer en donde están parados que participar en la cultura del caos.

En este caso, el personal buscare las reglas mediante prueba y error y encontrará que no esta respetando el reglamento cuando alguien se enoja. En ausencia de límites, un negocio requiere de una multitud de contratos y acuerdos de trabajo que regulen altamente

las tareas; en este ambiente, el propietario del negocio sacrifi a la armonía interna, la creatividad y el espíritu de equipo. El jefe se vuelve un policía que no puede confiar en su personal.

**4 PLAN DE ACCIÓN** – Al participarles al equipo un plan claro de quien hace que y para cuando, es mas fácil para ellos empezar a trabajar y mantener el compromiso

La primer parte ya debe de estar terminada. Los organigramas, los Diagramas de Flujo de Procesos documentados, y los contratos posicionales ahorran disputas emocionales causadas por mal entendidos cuando las personas desconocen sus responsabilidades. Esto es parti ularmente cierto cuando las cosas resultan mal y se buscan culpables de los errores.

La segunda parte del plan que ahora debes desarrollar, es la estrategia, que establece el como se logran los resultados buscados, y el porque ciertas cosas se están haciendo.

En tercer lugar son las tácti as o actividades descritas para alcanzar los resultados buscados.

Este es el plan de 90 días. Paso a paso describes que se necesita hacer, cuando y quien es el responsable de hacerlo.

A partir del Plan, la mayoría de los Sistemas empezaran a indicarle al equipo quien esta haciendo el que y para cuando en virtud de que muchos de estos asuntos ya han sido dilucidados. Al final de los 90 días revisa tu hipótesis, valora los resultados obtenidos, mejora lo que se debe, y re-inicia el proceso cada 90 días.

**5 APOYA TOMAR RIESGOS** – Algunos miembros del equipo se van a equivocar porque están tratando algo nuevo. Apóyales el participa . Son aquellos que no cometen errores los que mas hay que cambiar.

Debes de estar dispuesto a tomar riesgos. Si tu no lo haces, el rezago dejara siempre al equipo en la retaguardia y ellos no empujaran los limites.

Recuerda de que el negocio es como un árbol en donde no hay termino medio: O esta creciendo o esta muriendo.

La mayor parte de la gente evita riesgos. Pero esto es un hábito y puede por lo tanto ser modifi ado. Un hábito es algo que se hace automáticamente y se puede cambiar en 21 días. Concéntrate en hacer algo de una manera diferente durante 21 días y se converti á en un hábito. O concéntrate en evitar hacer algo durante 21 días y perderás ese hábito.

El nivel de riesgo tolerado por la persona varia dependiendo de las circunstancias. Esto involucra inversiones financieras, juegos de azar, buscar un nuevo trabajo. De hecho, muchos te dirán que la vida misma es un riesgo.

Tomar riesgos en el negocio es levemente diferente en cuanto esta asociado la cultura de la empresa. Si el dueño no promueve que los miembros tomen riesgos calculados en el negocio y los regaña constantemente por los errores, la empresa pudiera progresar conservadoramente en dirección a sus metas. Probablemente avance lentamente, nada espectacular. Su gente se comportara de esta manera, incapaces de dar un paso fuera de los limites auto impuestos o resisti án el cambio cada vez de que se presente



la oportunidad. La compañía proyectara una imagen gris y probablemente nunca se diferencie desarrollando alguna manera diferente o única de hacer las cosas. No será un innovador y atraerá igualmente clientes problemáticos, afines a este tipo de comportamiento.

Por el otro lado, hay compañías que alientan a su gente a experimentar mediante probar y medir, el hacer cosas nuevas y recompensan a los miembros del equipo por mejoras e innovaciones a la manera en que se están haciendo las cosas. En consecuencia, el personal que trabaja para compañías como estas, se sienten con vigor, estimulados y apreciados en el sitio de trabajo y en vez de temer a las equivocaciones, analizan los errores que les permite perfeccionar los sistemas. Ellos disfrutaran venir a trabajar diariamente motivados por su tremenda satisfacción laboral. Muy probable, este personal este dispuesto a dar su máximo esfuerzo sin que nadie se los pida. Dará lo mejor de si mismos.

El retrato que perfilan, mediante sus acciones cotidianas, es la cara de una persona vibrante y feliz por su compañía. Esta imagen será percibida por la clientela quien con más disposición preferirá hacer negocios repetidos en este ambiente.

No se trata de arriesgar por el simple hecho de tomar riesgos. Se trata del crecimiento de

la empresa y esto implica siempre el intentar cosas nuevas. A todos nos encanta estar a la moda o asociarnos con gente de vanguardia y esto no es diferente en los negocios.

**KAISEN** es el concepto japonés de mejora continua sin fin, el cual será parte de la cultura viviente del negocio, por lo que el personal estará motivado en forma natural a su propia forma de actuar. Los niveles de eficiencia de la operación se alabaran hasta el techo con correspondientes aumentos notorios a los resultados financieros. El éxito se convierte en una profecía auto-alimentada

## 6 100% DE INVOLUCRAMIENTO INCLUYENTE

– Cada miembro del equipo es responsable por involucrarse pero el líder tiene el impero ante papel de incluir a aquellos que tengan problemas para pertenecer al equipo.

Si los puntos anteriores se han llevado a cabo en forma apropiada, el último punto necesario para juntar un equipo ganador ocurrirá automáticamente.

Se trata de que cada uno y todos los miembros del equipo aporten su TOTAL atención, esfuerzo y compromiso. Debes de asegurar de que todo el equipo este involucrado y debe de ser al máximo, por TODOS los miembros.

Imagínate de que un grupo de los jugadores no quieren jugar. El resto deberá de hacer el doble de esfuerzo o mas para compensarlo. ¿Cuanto mas deberán esforzarse los jugadores que si quieren mientras los demás están inacti os en el campo de juego?

Por eso la importancia de que TODOS los miembros son apasionados, enfocados y encaminados a las mismas metas, de lo contrario en vez de avanzar el equipo tendrá que retroceder.

## 7 RECONHECIMENTO DE ERROS E ACERTOS

- quer dizer que devemos aceitar e reconhecer quando erramos, mas também fazê-lo quando acertamos.

Comunicação: É o óleo lubrificante que mantém as peças da maquinaria em movimento sem atritos. Não existe excesso de comunicação.

O benefício de uma comunicação aberta e honesta, é que sua equipe começará a enxergar e a apreciar os benefícios do sistema que foi instalado para operar o negócio. Os jogadores se darão conta do

que podem ganhar com a vitória da equipe.

Para este fim, se pode agendar reuniões, enviar memorandos, publicar cartazes, etc. O sistema de informação não falha por excesso, mas por uma comunicação pobre ou escassa.

## Sinergia

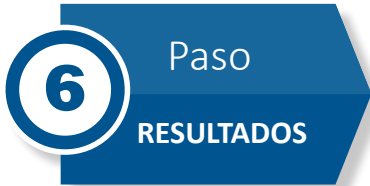
Pode ser definida como o trabalho em conjunto de 2 coisas, para produzir um resultado que é maior do que a soma das 2 individualidades...

Isto implica na obtenção de sinergia, varia em cada situação individual. É muito importante nos negócios de hoje. Você deve garantir que sua equipe a mantenha Mas não é um fenômeno complexo. No mundo dos negócios se trata de efetivamente construir os 4 blocos falados anteriormente: DOMÍNIO, NICHOS, ALAVANCAGEM e EQUIPE. O natural nível mais elevado, como resultado da aplicação ativa dos 4 blocos anteriores, foi a SINERGIA causada pela LIDERANÇA.

# Resultados

Agora que tudo está funcionando bem e crescendo, chegou o momento de desfrutar do resultado do nosso trabalho...



A blue arrow-shaped graphic pointing to the right. On the left side, there is a white circle containing the number '6'. To the right of the circle, the word 'Paso' is written in white. Below 'Paso', the word 'RESULTADOS' is written in white, all-caps. The entire graphic has a slight drop shadow.

## Paso 6 RESULTADOS

El empresario: Una empresa comercial (mercantil) rentable, que trabaja SIN TI

Los dueños de los negocios originalmente buscaban LIBERTAD con la premisa de que creando su propia empresa así lo lograrían. Pero terminan trabajando mas duro y mas tiempo y algunos logran ingresos inferiores de los que podrían obtener como ejecutivos o en un trabajo de buen nivel.

Pero las estadísticas contradicen la motivación de los dueños de negocios. El 80% fallan en los primeros 5 años. A pesar de este deseo de estar a cargo, ser “capitanes de su propio barco”, para tener mas tiempo disponible y libertad financiera, exactamente lo opuesto es lo que sucede porque en vez de “estar a cargo” de su propio negocio, están mas expuestos a la volatilidad de ser propietarios. Muchos terminan esclavizados por el negocio que los maneja a ellos, en vez de de que ellos manejen el negocio. Han tomado grandes riesgos, usado enorme cantidad de energía y todo lo que han conseguido es comprarse un trabajo porque se convierten en auto-empleados.

La búsqueda de la libertad termina cuando el dueño elimina este auto-empleo y convierte al negocio en “Una empresa comercial, rentable que trabaja sin TI”.

Es vez de construirte una posición para ti, ¿no preferirías tener una corriente de ingresos que crece independientemente de tu presencia en el negocio?

Esto se consigue liderando el crecimiento de la empresa desde afuera asegurando de que todas las partes funcionan en unísono para alcanzar los resultados deseados. Por ejemplo, las campañas de mercadotecnia las puedes administrar porque ya sabes como funcionan si el plan es el adecuado. O que tal si duplicas tu presupuesto para incrementar las utilidades mensuales? Que necesitas aplicar en tu liderazgo para que esto suceda?

Cuando tus sistemas y tu equipo operan juntos como engranajes bien lubricados, al final de todas las estrategias implementadas para construir un NEGOCIO, ahora de que todo esta en su lugar, es hora de aumentarle el volumen para que lo que se obtiene es superior a lo que se le mete.

Liderazgo mediante SINERGIA – A medida de que el crecimiento se acelere, aparecerán grietas en lo construido. Tú tienes que ser el solucionador de los problemas manteniendo un ojo en el futuro y el otro en el presente.

Como el equipo sufrirá de los dolores del crecimiento, el dueño pudiera sentir de que esta perdiendo el control apagando fuegos en diferentes lugares. Esto es normal. Hay que evitar en esta fase, retroceder o aumentar el número de empleados prematuramente. Lo que se esta haciendo en esta fase, es construyendo la planeación de carreras, re-entrenando personal en otras actividades o las mismas, contratando un Gerente para que te reemplace, y afinando los sistemas para que sientas finalme te la confian a de dejar el lugar al equipo.

No es posible ver los problemas que surgen del crecimiento antes de crecer, por lo que hay que buscar las grietas que aparezcan para sistematizarlas o entrenar el equipo para que las puedan enfrentar y resolver.

Se trata al final de vivir vidas mas balanceadas.

### **Ya lo sé, ¿Y ahora que hago?**

Todos hemos escuchado hablar de un coach en términos de un entrenador de equipo de futbol, de un atleta, o incluso hasta de un nadador, pero ¡un coach para un dueño de negocio! ¡Eso es algo nuevo! Pero con el nuevo rumbo que están tomando las empresas, con la globalización y con la rápida expansión que ha tenido la industria y comunicación, el mundo no parece tan grande.

Los mercados se hacen globales, la competencia aumenta y los consumidores tienen más opciones. Cada vez mas lo dueños de negocios buscan el punto que los haga diferenciarse de los demás negocios. Ellos miran más allá de sus recursos normales y van en busca de más información para desarrollarse, educarse y hacer crecer su propio negocio. En los negocios los dueños como tu o crecen o mueren, y un negocio sólo crecerá hasta donde lleguen las creencias y conocimientos del dueño. Así que los dueños de negocios que triunfen, serán solo esos que busquen incrementar su propio conocimiento y se preparen para aceptar cualquier cambio.

Antes de enfatizar este punto, vamos a ver las diferentes formas de pensar que hay en los negocios.

- La de un auto-empleado es: Yo soy el único que puede hacer esto bien, así que juega como catcher, pitcher y cuarto bat, como un todólogo.
- La de un dueño de negocio es: ¿Cómo podré hacerle para que el negocio me deje más ganancias y que pueda tener más tiempo libre? ¿Cómo hacer para trabajar más para mi negocio y no en el negocio? Este salto implica un cambio en la manera de pensar, y en este proceso de cambio, el ingrediente más valioso es tener un Entrenador, un Mentor: un COACH de negocios. Mi meta es convertir e en un verdadero Dueño de Negocio.

Ya logrando esto podemos dar los siguientes pasos y pensar y convertirnos en Inversionistas: ¿Cómo puedo hacer más dinero con el dinero que tengo?, ¿cómo puedo hacer que mi dinero trabaje para mi y no trabajar yo para ganar dinero?, para después llegar a ser Empresario: ¿cómo hacer para hacer más dinero con el dinero de los demás y con las ideas de los demás?

Estos son conceptos muy generales, pero nos muestra que en los negocios y en la vida, podemos ser y dar mucho más estando abiertos al aprendizaje, al cambio y aceptar la ayuda de otras personas. La mayoría de las personas exitosas son las que se han dado cuenta de esto y lucharon por conseguirlo.

¿Qué separa a un atleta exitoso de atletas con gran potencial pero sin logros?

Sólo su manera de pensar, sus creencias, sus técnicas, su motivación, y por supuesto, un gran coach.



¿Cuántos atletas conoce que sean campeones olímpicos y que no cuenten con un coach?

Seguramente usted tiene la habilidad, la materia prima que se necesita, pero alcanzar el éxito, mantenerse y estar siempre en busca de crecer, aprender, y ser mejor, eso es lo que lo convirtió en un ganador.

*Jim Rohn dice lo siguiente: “Nunca desees que el trabajo fuera más fácil, desea que tú seas mejor!”* Los negocios son sencillos, las personas son las complicadas, cambiar tu negocio es sencillo, cambiar tu mismo y a tu equipo es un gran reto. Tener un coach te ayudará a mantener tu motivación, reafinar habilidades, retroalimentarte y a alcanzar la mejora constante en tu negocio.

Mi Visión es que “voy a sacar de la operación a los dueños de negocios para que logren la razón por la cual tienen una empresa: Mejor calidad de vida”

Ya sea que quieras ganar más ingresos o tener más tiempo libre, nuestra promesa es que entre 2 y 4 años vas a estar fuera de la operación, no serás indispensable. Y entre 5 y 7 años lograrás tener libertad financiera.

He aquí lo que otros dueños de negocios han dicho acerca de tener un Coach de ActionCOACH

Si aún no has oído lo que otros dueños de negocio tienen que decir acerca de **Action OACH**, entra a nuestro Sitio Web [www.actionoachiberoamerica.com.mx](http://www.actionoachiberoamerica.com.mx) y conoce los testimonios donde “**Action OACH** habló más fuerte que las palabras”.

Si eres un propietario de negocio y estás listo para invertir en nuestro coacheo, nos encantará que asistas a nuestro “*Seminario de 6 Pasos*”, de manera que puedas ver por ti mismo lo que el equipo de **Action OACH** realmente trae con sus promesas.

Tres pasos para un mercadeo rentable...  
El seminario de Brad Sugars en vivo...

Si nunca has oído a *Brad Sugars* hablar de negocios, entonces estás por vivir una aventura sorprendente. Él te convertirá en un creyente. Estarás listo para crear grandes campañas de mercadeo y descubrir uno de los secretos menos difundidos acerca de multiplicar el retorno de tu negocio. Abre tus ojos a cuán fácilmente puede ayudarte el equipo de **Action OACH**.



**ActionCOACH**<sup>®</sup>  
business coaching

[www.actioncoach.com.br](http://www.actioncoach.com.br)

Argentina · Brasil · Chile · Colômbia · Costa Rica ·  
Equador · Espanha · Guatemala · México ·  
Panamá · Peru · Uruguai