

12 IDEIAS

PARA TORNAR O SEU PRÓXIMO PROGRAMA DE INCENTIVO DE VENDAS MAIS EFICAZ

Walter Ruckes, Vice-Presidente, Relacionamento com o Canal de Vendas,
BIWORLDWIDE

De acordo com um levantamento da BIWORLDWIDE, 60% dos executivos de vendas elaboram e implementam seus próprios programas de incentivos.

Caso você seja um deles, aqui estão algumas dicas para fazer com que o seu programa funcione **MELHOR.**

12 IDEIAS:

- 1 Não presuma que todo mundo esteja automaticamente registrado – peça comprometimento.**
Faça com que eles se inscrevam, escolham um objetivo ou levistem a mão publicamente dizendo que querem participar.
- 2 Mantenha a simplicidade.**
É muito comum haver programas de incentivos e compensação por incentivos que não fazem a ligação entre o comportamento e o prêmio. Não entregue um prêmio sem que o recipiente saiba por que o ganhou.
- 3 Recompense tanto as atividades como os resultados.**
Exemplo: Crie um cartão de bingo que recompense o desempenho médio e envolva todos que fazem parte da sua equipe. Tenha um prêmio para quem completar mais cartões – E um sorteio com todos os cartões completados. Mais pessoas participarão do programa de incentivos de vendas por mais tempo.
- 4 Não dê a todo mundo o mesmo objetivo.**
Diferentemente de cotas, que precisam ser rígidas para recompensar o melhor desempenho, os seus incentivos podem recompensar a melhoria. Estabeleça objetivos pequenos e de curto prazo e a sua equipe ficará ainda mais motivada.
- 5 Divida o seu público e comunique-se de forma diferente com aqueles que têm os melhores desempenhos em relação aos com desempenho médio e baixo.**
Quanto mais específicos forem os desafios, melhor.
- 6 Inclua gerentes.**
Um gerente não envolvido é o modo mais rápido de fazer com que a equipe de vendas desista. Dê aos gerentes uma porcentagem dos ganhos da equipe – ou dê a eles o próprio objetivo.
- 7 Divulgue o andamento do programa ou promoção com um gráfico de acompanhamento ou com uma folha de classificação.**
E não apenas no final do programa – deixe-os saber diariamente, ou semanalmente, como estão se saindo.
- 8 Ajude-os a visualizar o prêmio.**
É por isso que viagens e eventos são motivadores tão poderosos – os seus vendedores conseguem se ver na praia ou no show em questão.
- 9 Não mostre o dinheiro a eles.**
Estudiosos da Economia Comportamental apresentam cada vez mais evidências esmagadoras de que as pessoas pedem dinheiro e vale-presentes, mas apresentam um desempenho melhor por prêmios sem relação direta com dinheiro.
- 10 Mude as coisas.**
Não realize o mesmo programa toda vez ou cerca de 80% do seu público deixará de se envolver na hora que você lançar um programa novo. Se não ganharam da última vez, provavelmente não ganharão desta vez.
- 11 Surpreenda e agrade.**
Durante o programa, apresente formas novas de ganhar usando um início “na frente” ou fim rápido.
- 12 Seja breve.**
É sempre possível estender um programa bem-sucedido em mudar comportamentos e obter resultados. Mas é difícil encurtar um programa que é um fracasso.

Para saber mais, acesse:
BIWORLDWIDE.com.br
ou envie um e-mail para
LATAM@BIWORLDWIDE.com.