

L'equip humà, el valor més important en un establiment



JORDI MAS. CEO de Mas Gourmets i de CrearMas, i professor a ESCODI-UB.

Un equip humà sense les actituds adequades pot arruïnar un bon negoci. En un establiment, si no t'agrada la feina del comerç, difícilment seràs un bon venedor.



EN MOLTES OCASIONS ESCOLTEM MOLTS PROPIETARIS QUE S'OMPLEN LA BOCA AFIRMANT QUE L'EQUIP ÉS LA PART ESSENCIAL DEL SEU ESTABLIMENT, però després, en el punt de venda, et trobes amb una realitat que contradiu les seves paraules: no hi ha plans de motivació, no escolten el seu equip, no els fan partícips, no fomenten l'esperit d'equip, etc.

Els establiments excel·lents tenen persones excel·lents, per la qual cosa no complir els paràmetres ri-

gorosos de qualitat de servei va en contra dels principis de l'atenció al client. Reflexiona a partir de les següents preguntes i sigues sincer amb tu mateix: quines polítiques de motivació té la teva botiga?

- Són polítiques de motivació individuals o d'equip?
- Quan va ser l'última vegada que vas reunir tot l'equip de vendes en una acció lúdica com a recompensa a una feina ben feta?
- Quantes vegades felicites el teu equip?
- T'interessa per la seva vida personal? Els ho fas saber?
- Quins elements de control té el teu establiment?
- Quantes vegades et reuneixes amb el teu equip i els dius què esperes d'ells?

L'exigència és vital per a l'excel·lència de servei i el descuit és un gran mal que amb el temps és pràcticament irrecuperable, i que difícilment tindrà solució. Per això, tingues cura de tres aspectes molt importants:

- 1.** Contracta persones per actituds i no per aptituds.
- 2.** Forma el teu equip i dona-li Talent.
- 3.** Exigeix al teu equip i exigeix-te a tu mateix.

Estem en un país on el comerç representa un pes important del nostre teixit empresarial, per això és important donar valor a aquesta professió. Amb aquest objectiu cal crear influència en servei i fer valer el sector per tal de veure en les futures generacions un comerç amb futur. De res serveix tenir grans experts amb càrrecs intermedis si ens falta la base. Cal crear una escola de venedors, que doni suport a les grans necessitats que requereix aquest sector que no vol deixar de créixer.



Referències: Mas, J. i Lara, L. (2012) *Por qué unas tiendas venden y otras no.* Barcelona: Libros de Cabecera.