

Formação



N.º 2

GESTÃO OFICINAL BY CAR ACADEMY



Gestão da informação

Uma das tarefas mais importantes de um gestor, senão mesmo a mais importante, é a constante tomada de decisões. Num setor altamente concorrencial e dinâmico como o da reparação automóvel, a tomada de decisões deve ter por base uma boa quantidade e qualidade de informações referentes ao mercado. Na minha atividade de consultor, trabalho com os meus clientes várias formas de obtenção desta informação para as suas empresas:

FORMAÇÃO

É o pilar atual da atividade de reparação automóvel. Quando falo aos meus clientes na necessidade de formação, respondem afirmativamente que “sim, os meus técnicos têm muita formação”, “sim, a formação técnica é bastante importante”. É um princípio e demonstra já que os players do setor vêm a formação técnica como imprescindível. Mas onde fica a formação organizacional? A receção? As vendas? O gestor deve munir-se de uma equipa que seja altamente dotada de “informação” sob a forma de “formação”. Cada vez mais o gestor deve olhar para a formação como um investimento que tem de rentabilizar.

ANÁLISES DO MERCADO

Para muitos dos gestores, um estudo de mercado é realizado antes da abertura do negócio para identificar se realmente justifica ou não o seu investimento. Mas num mercado dinâmico, concorrencial, as análises de mercado devem também elas ser dinâmicas. Muitas das vezes questiono

os meus clientes e formandos, se sabem quantos veículos existem em circulação em Portugal. Ou quantos veículos foram vendidos em 2016, 2015 e por aí fora. E algumas vezes sou surpreendido com a pergunta “para que isso me interessa?”. A minha resposta é simples: investiria numa banca de gelados no norte da Finlândia? Ou numa casa de chá em Bora Bora? Quando investimos em algo, precisamos conhecer muito bem o mercado onde estamos inseridos: Quantos veículos existem na área? Que tipologia de automóveis e clientes temos? Particulares ou empresas?

TENDÊNCIAS DO SETOR

A melhor forma de obtenção de informações sobre as tendências do setor são as redes sociais. Hoje, todos os grandes construtores de automóveis e componentes estão presentes nas redes sociais, através das quais divulgam muitas das novidades que vão sendo desenvolvidas. Já se perde a contagem aos novos modelos de automóveis que são lançados oficialmente ao vivo nas redes sociais! Por isso, ao gestor cabe a tarefa de perceber que, se o fabricante de renome A B ou C estão a lançar algo novo no mercado, no curto/médio prazo aquela tendência transforma-se numa realidade. Não tenhamos qualquer dúvida que hoje, decidir sem ter a informação adequada é um exercício que, mais cedo ou mais tarde, será pago de forma funesta para as empresas. Se gerir é um enorme desafio hoje, gerir sem informação é, inquestionavelmente, uma morte anunciada. Infelizmente, muitos gestores não se apercebem disso atempadamente. ●