

Palestras e treinamentos: como contratar um serviço eficaz

Por Márcio Silva

Contratar um palestrante para realização de palestra ou treinamento *in company* parece ser uma tarefa fácil se não considerarmos os resultados deste serviço para a organização contratante.

Palestras e treinamentos *in company* devem ser visualizados como uma das ferramentas para o desenvolvimento de competências individuais, que numa visão conjunta e macro deve contribuir para a formação da “competência organizacional”.

Este fato toma proporções maiores ao considerarmos um ambiente de mudanças e extrema competitividade no mundo dos negócios, visto que podem influenciar os objetivos para a melhoria contínua de uma organização, incluindo o desempenho de seu pessoal. Este cenário exige que as organizações analisem suas necessidades relacionadas às competências.

O termo Competência refere-se a aplicação do conhecimento, habilidades e comportamento no desempenho. Sobre este aspecto o Treinamento deve ser um processo para desenvolver e prover conhecimento, habilidades e comportamentos para atender requisitos.

Um processo de treinamento planejado e sistemático pode dar uma importante contribuição para auxiliar uma organização a melhorar suas capacidades e para alcançar seus objetivos organizacionais.

O treinamento assume uma importância estratégica para a organização, pois é o capital humano o grande responsável pela implementação e alcance dos objetivos organizacionais. Sobre este ponto de vista, a International Standardization Organization (ISO), desenvolveu em 1999 a Norma ISO 10015: Gestão da qualidade – Diretrizes para treinamento, a qual orienta que o treinamento deve ser planejado e desenvolvido para atingir, entre outros, os seguintes resultados estratégicos: aumentar a produtividade, as vendas, o lucro, o retorno do investimento, reduzir custos, desperdícios, acidentes, rotatividade do pessoal, e melhorar continuamente a Gestão da Qualidade.

“Para obter Qualidade é preciso treinar, treinar e continuar treinando.” (W.E.Deming)

Durante mais de 9 anos desenvolvendo e implementando treinamentos e palestras *in company* customizados para cada cliente corporativo, entendemos que para a eficácia do serviço e alcance de resultados é fundamental que os responsáveis monitorem os seguintes estágios:

- Definição das necessidades de treinamento;
- Projeto e planejamento do treinamento;

- Execução do treinamento;
- Avaliação dos resultados do treinamento.

Cabendo aqui uma observação: a Definição das Necessidades de Treinamento (DNT), deve assegurar que o treinamento requerido seja orientado para satisfazer as necessidades da organização e dos clientes.

Os objetivos do treinamento devem ter como base as competências a serem desenvolvidas, assim, é fundamental a contratação de uma empresa ou instrutor de treinamento que siga estas diretrizes. Contratar treinamentos e palestras “enlatados” dissociados das necessidades da organização e competências a serem desenvolvidas será mero desperdício de tempo e dinheiro.

Lembro-me de diversos treinamentos *in company* customizados em conjunto com as equipes de gestão de nossos clientes que ao serem implementados presenciávamos suspiros e admiração de colaboradores e líderes, público alvo do programa, os quais afirmavam: “Realmente é assim que acontece!”, “Parece que o instrutor trabalha conosco!”.

O segredo para o sucesso de um excelente Treinamento ou Palestra *in company* está na contratação de uma empresa/instrutor que desenvolva e customize Palestras e Treinamentos especiais conforme as necessidades de sua organização e de acordo com a norma ISO 10015.

Lembre-se: Capacitação não deve sinônimo de desperdício, mas sim de competitividade!

Sobre o autor:

Márcio Silva, business consultant training da Corporativa Brasil, Professor do curso de pós-graduação do ICTQ - Instituto de Ciência, Tecnologia e Qualidade Industrial - Consultor da Qualidade ISO 9001, Consultor de Treinamento e Desenvolvimento,, Consultor de Planejamento Estratégico, palestrante há mais de 10 anos nas áreas de Liderança, Gestão de Pessoas, Gestão de Clientes & Atendimento, Call Center e Contact Center, Motivação, Vendas e Planejamento Estratégico. Jurado do Prêmio Nacional de Telesserviços – Edição 2011 - promovido pela ABT. Autor do livro "Clientes por Todos os Lados" pela Editora Diário (SP), e de diversos artigos publicados na mídia impressa e on-line, tendo como principais clientes: FTD Editora, Deca S/A, NS São Paulo Componentes Automotivos, Aliança Metalúrgica, Cremer S/A, Celepar – Companhia de Informática do Estado do Paraná, H-Buster, Industria MetalVic, J Serrano Industria Textil, Guabi Rações, Souza Cruz, Magazine Luiza, C&A, Allianz Seguros, Mapfre Seguros, Serpro, Grupo Águia Branca, Porto Seguros, Fiocruz, entre outros.

Visite o site do autor: <http://www.corporativabrasil.com.br>