

## **Palestras motivacionais, palestrantes, treinamentos in company: Como contratar um serviço eficaz?**



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 a observação de que 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 ser sinônimo de desperdício, mas sim de competitividade!

**Márcio A. Silva** é autor do livro "Clientes por Todos os Lados" pela Editora Diário (SP), consultor chefe da Corporativa Brasil – Educação Empresarial, consultor de Treinamento & Desenvolvimento e Planejamento Estratégico, palestrante há mais de 9 anos nas áreas de gestão de clientes & atendimento, call center e contact center, gestão de pessoas, vendas, motivação, planejamento estratégico e liderança. Autor do livro, tendo como principais clientes: Serpro (Governo Federal), Volvo, Unimed, Shopping Center Uberaba, Vila Rica Imóveis, Kia Motors, Band FM, Grupo Tel – Turismo, VTV Digital, WDC Network, Centro Auditivo Surtel, CRA-SP, ABT, Diário de Suzano, Amaro Contact Center, Assist-Card do Brasil, CTIS Tecnologia S/A, ABRAPP, entre outros.

[Visite o site do autor: www.corporativabrasil.com.br](http://www.corporativabrasil.com.br)