

Veículo: Galeria MZ
Data: 02/03/11



Coluna do Christian



Christian Barbosa

O paulista Christian Barbosa é cientista de computação e maior especialista no Brasil em administração de tempo e produtividade. Abriu sua primeira empresa aos 15 anos e foi um dos profissionais mais jovens do mundo a receber o certificado da Microsoft. É fundador da Triad PS, empresa multinacional especializada em programas e consultoria na área de produtividade, colaboração e administração do tempo. Dá treinamento e palestras para as maiores empresas do país e da Fortune 100. Sua metodologia já foi tema de matérias em diversos veículos conceituados, como as revistas Veja, IstoÉ e Época. É Facilitador do programa de empreendedores do Sebrae/ONU-Empretec e autor de quatro livros sobre o tema: A Triade do Tempo, Você, Dona do Seu Tempo, Estou em Reunião e Mais Tempo & Mais Dinheiro em parceria com Gustavo Cerbasi.

Site: www.christianbarbosa.com.br

COMO LIDAR COM PESSOAS E CLIENTES NÃO PLANEJADOS



Perguntaram-me, pelo twitter e pelo meu blog, como podemos lidar com pessoas e clientes que não sabem se planejar e são sempre urgentes, afetando o seu próprio planejamento.

Para aprender meios de administrar o convívio com os que não se planejam, é preciso primeiro classificar as urgências em dois tipos: Imprevisíveis e Migratórias. As Imprevisíveis são aquelas que simplesmente não há previsão, pois elas nascem urgentes, como problemas de saúde, quebras em equipamentos, acidentes, etc. Já as Migratórias mudam da esfera da importância para a esfera da urgência (por negligência, falta de tempo, esquecimento, falha na comunicação, guerra de egos, entre outros).

A categoria Imprevisíveis representa a minoria das urgências. Para este tipo de urgências, em geral, não há o que se fazer para preveni-las, simplesmente elas acontecem e precisam ser resolvidas imediatamente. As Migratórias é outra

história, elas podem ser precavidas na maior parte dos casos. O primeiro passo para lidar com urgências é entender que elas fazem parte do seu planejamento, na forma de alguma atividade de prevenção ou de espaço em tempo para resolvê-las. O segundo passo, e mais interessante, é que a urgência acontece porque não conseguimos aprender com a mensagem subliminar que ela nos traz. Quando paramos para entender, a coisa muda de figura. Para isso sugiro que inicie o mapeamento das urgências que, além de identificá-las, permite a análise de quanto é possível planejar e o quanto de tempo é necessário deixar livre para as coisas que surgem.

Uma forma simples de fazer isso é anotar em seu caderno, tudo que apareceu como urgência ao longo do dia. Se você tiver acesso a Internet, pode usar o Neotriad (software de planejamento desenvolvido pela Triad PS) e classificar as atividades, para analisar posteriormente em seus gráficos.

Além do mapeamento, separei algumas estratégias que usamos na consultoria de redução de urgências:

- Mostre planejamento sempre, seja um modelo. Quanto mais perdido você estiver, mais sujeito às urgências estará. Isso desmoraliza sua cobrança em relação às outras pessoas;
- Se a urgência é gerada por falhas de comunicação, comece a redigir seus e-mails de maneira mais estruturada, com uma seção de próximos passos destacada. Nas reuniões, ao terminar envie um e-mail com os itens discutidos e ações acordadas;
- Quando a urgência é gerada pela ausência ou falha de processos, envie um e-mail ao seu gerente pontuando o problema e liste as últimas ocorrências da urgência;
- Na sexta-feira de manhã, envie um e-mail ao seu cliente ou gerente com os possíveis acontecimentos que podem se tornar urgências na próxima semana e proponha um plano de ação preventivo;
- Compartilhe com o cliente seu processo interno e peça ajuda para que o método atenda às suas necessidades de forma planejada;
- Faça um relatório mensal, com as demandas importantes solicitadas por seu gerente/cliente e outra coluna com as Urgências. Coloque suas sugestões para o próximo mês. Se possível, faça uma reunião com ele para expor esses dados. Esse tipo de abordagem mostra profissionalismo e a preocupação da empresa em um trabalho sério para ambos, o que funciona muito bem com clientes e fornecedores.