

FORÇA DE VENDAS: MOTIVAÇÃO DA EQUIPE DE VENDAS EXTERNA DA J&F

Ana Paula de Matos Jungles Vieira¹, Daiane Pavan, Inocência Boita Dalbosco, Sergio Begnini²

1. Discente do curso de graduação em Administração, Unoesc, Chapecó, SC

2. Docente do curso de graduação em Administração, Unoesc, Chapecó, SC

Autor correspondente: Ana Paula de Matos Jungles Vieira, anapaulajungles@gmail.com

Área: Ciências Sociais

Introdução: Toda organização de sucesso, reconhece que a área de vendas é a força vital de qualquer empresa, sem a renda e a receita resultantes das vendas, uma empresa não poderá alcançar o crescimento essencial para permanecer nas difíceis circunstâncias da economia atual. **Objetivo:** O objetivo deste projeto consistiu em avaliar os fatores motivacionais que podem influenciar na motivação da força de vendas da empresa e propor ações da empresa para motivar os seus vendedores. **Método:** O primeiro passo foi conhecer a fundo como está a atual situação do comercial e quais métodos a empresa utiliza para motivar os mesmos. Após análises realizadas juntamente com o diretor comercial, foram identificadas as falhas e observadas as possíveis melhorias. Para melhores resultados foi elaborado também um questionário onde posteriormente será aplicado para os vendedores externos. Os resultados serão apresentados na segunda fase do estudo, que ocorrerá entre agosto e outubro. **Resultados:** Com o levantamento de dados através do questionário, pode-se perceber que a motivação é sim um fator importante para o atingimento de resultados na área comercial. **Conclusão:** Após exposição dos resultados ao diretor, foi proposto um projeto com campanhas trimestrais para incentivo dos vendedores no atingimento das metas, além de trazer a eles o dia do “vendedor” visando o reconhecimento de todos.

Palavras-chave: Força de vendas; Motivação; Organização; Comercial; Resultados.

