

E-BOOK

3 passos fundamentais

# Para criar manuais

que todo mundo usa

cherto

---

# Índice

## 3 passos fundamentais para criar manuais que todo mundo usa

- |   |    |
|---|----|
| 1 - Descubra quais são os processos mais relevantes para a franquia e a franqueadora                                  | 4  |
| 2 - Analise o perfil de quem executa os processos e defina a linguagem mais adequada para transmitir suas informações | 8  |
| 3 - Descreva os processos como se estivesse montando um programa de treinamento                                       | 12 |

A maioria dos produtos que compramos vem acompanhada um manual que explica como utilizá-lo. Porém, quantas vezes você realmente leu aquele material antes de usar sua TV, seu celular ou seu carro pela primeira vez? Normalmente, testamos tudo sem saber direito o que estamos fazendo, mesmo correndo o risco de estragar o produto e perder a garantia.

Com os manuais das franquias, acontece o mesmo. O franqueador se esforça para criar manuais que documentem todo conhecimento da rede, na esperança que os franqueados seguirão todos os seus passos e executarão todos os processos corretamente. Afinal, ao adquirir a franquia, eles compraram o conhecimento que aquela rede desenvolveu ao longo do tempo para chegar ao sucesso – então, não faria sentido ignorar os manuais e fazer tudo por conta própria, certo?

É claro que não faz sentido, mas é isso que acontece na prática. Com a desculpa que os manuais são chatos e extensos, os novos franqueados agem como se tivessem comprado um novo eletroeletrônico: começam a operar a franquia a esmo, sem ler os manuais, seguindo apenas o que acham que deveria ser o certo. O resultado, obviamente, é desastroso.

Mas como os franqueadores podem agir para evitar que isso aconteça? O que fazer para criar manuais realmente úteis, que sejam consultados por todos da rede e efetivamente transmitam todo conhecimento acumulado pela franqueadora?

# 1

Descubra quais são os processos

Mais relevantes para a  
franquia e a franqueadora



Um dos primeiros erros que as empresas cometem é achar que todos os processos devem ser documentados e transferidos para o futuro franqueado. Pense bem: se você tivesse de ensinar tudo de uma vez, você realmente acha que o franqueado conseguiria assimilar todas as informações e ainda executaria as tarefas de acordo com suas instruções? É provável que não.

Por isso, o franqueador deve fazer uma pergunta: quais são os ensinamentos essenciais que eu tenho que transmitir ao franqueado, sem os quais ele não vai conseguir operar corretamente uma franquia da minha marca? Quais processos ele não pode ignorar, sob o risco de prejudicar o atendimento ao cliente, a imagem da marca ou a padronização da rede?

Quais são os processos que, se forem executados de forma errada, podem gerar um impacto negativo para o cliente ou trazer um risco para minha marca?

Quais são os processos que, se forem executados da forma correta, podem melhorar significativamente o desempenho da empresa e ajudar a alcançar os resultados esperados?

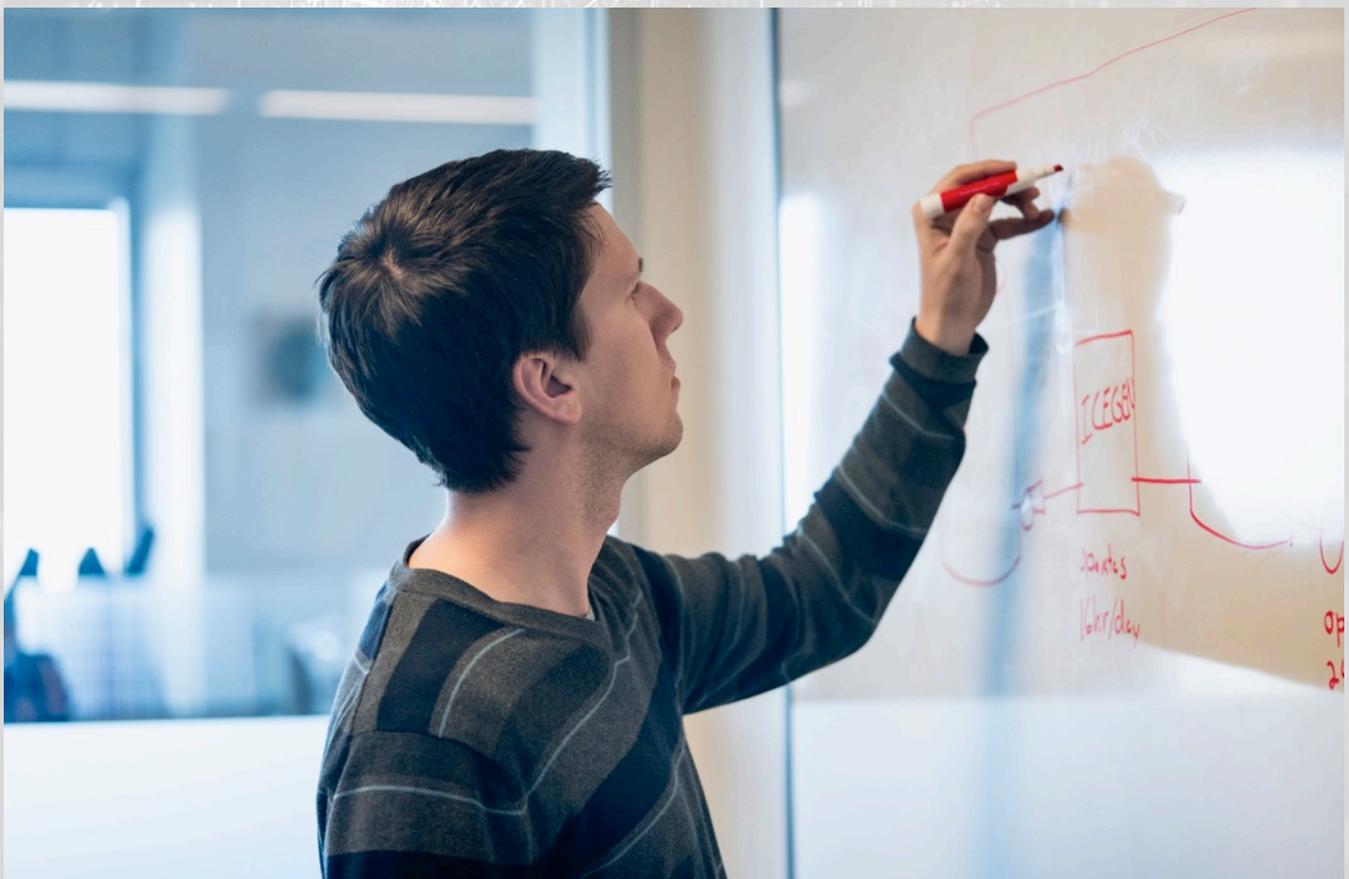
Normalmente, os processos mais importantes para o franqueado são os que tratam da operação da franquia, da gestão administrativa e financeira e também da contratação e treinamento da equipe.

Para a franqueadora, em linhas gerais, os processos mais relevantes são aqueles relativos à expansão & implantação de uma nova franquia, suporte & gestão da rede e também análise & controle do desempenho de cada uma das franquias.

E é importante saber que processos do franqueado e da franqueadora se interligam, se conectam e se completam. Um exemplo: quando o franqueado termina a obra da franquia e está pronto para inaugurar a loja, começa uma nova etapa também na franqueadora: instalação de software de gestão, conferência de padronização da loja, etc.

Uma rede é um sistema vivo, interligado e formado por pessoas. Para evitar erros e retrabalhos, é importante considerar que todos precisam se conectar.

Construa os fluxogramas (representação gráfica do processo para entendimento da sequência das atividades e dos responsáveis por sua realização). Aproveite para analisar os processos e entender se há espaço para otimização e melhorias.



# 2

Analise o perfil de quem

**Executa os processos e  
defina a linguagem**

mais adequada para transmitir suas  
informações

Uma das falhas mais comuns em qualquer tipo de comunicação é definir o que será dito antes de considerar para quem a mensagem se destina.

Para construir uma comunicação eficiente e alcançar o resultado que buscamos, devemos sempre pensar no público.

Portanto, ao pensar em descrever os processos, você primeiro deve pensar nas pessoas que os executarão. Defina, portanto, quem são os principais públicos internos da sua empresa. Prefira agrupar os processos por público, e não por área.

Vamos usar uma empresa franqueadora do ramo de cafeterias como exemplo: quem são os principais públicos que precisam aprender a executar os processos da empresa?

Na franquia (cafeteria), as pessoas que executam processos essenciais para o negócio seriam:

- Franqueado
- Atendente/Caixa
- Pessoa que prepara o café

Na empresa franqueadora (dona da cafeteria), por exemplo, as pessoas que executam processos essenciais para o negócio seriam:



Qual é o perfil dessas pessoas?

Qual é o nível de conhecimento delas sobre o assunto que você irá abordar?

A partir da definição do público, entenda qual é a linguagem adequada para descrever os processos. Você precisa usar uma linguagem mais técnica? Ou a informação pode ser transmitida de forma mais direta e informal?

Outro ponto importante é definir o formato dos manuais. Como você acha que pode ajudar as pessoas a compreenderem melhor a informação que você quer transmitir? Imagens e vídeos ajudam no entendimento do assunto? Ou o texto é o melhor caminho? Por que não fazer um gibi? O importante é que a mensagem certa seja transmitida e compreendida pelas pessoas certas.

# 3

Descreva os processos como

Se estivesse montando um  
programa de treinamento

Depois de definir o que deve ser dito (ou seja, quais são processos mais relevantes), para quem (pessoas que executarão os processos) e de que forma (formato dos manuais), chegou a hora de definir como descrever os processos da rede.



Qual é o nível de detalhamento que eu preciso alcançar? As informações são apenas técnicas ou eu também devo inserir aspectos comportamentais na minha descrição?

A melhor maneira de resolver esse dilema é encarar os processos e manuais da empresa como a base de um programa de treinamento. Afinal, os processos são exatamente isso: um material de capacitação para os franqueados e suas equipes.

Em vez de apenas descrever os processos, insira dicas, análises, ferramentas e tudo mais que puder ajudar aquele profissional a realizar a tarefa com qualidade, agilidade e eficiência.

- Por isso, a medida certa para documentar os processos sem ser sucinto demais ou prolixo demais é saber que esse material serve para ensinar alguém a fazer corretamente alguma atividade. Se o que foi dito é suficiente para que ele aprenda, cumpriu-se o objetivo.

Outra dica importante é ser explícito e didático. Ninguém pode ter dúvidas sobre como executar um processo. Por isso, é melhor ser literal do que correr o risco de não ser entendido. O que é óbvio para você pode não ser óbvio para os outros.

Na dúvida, teste o manual na prática. Peça para que o funcionário consulte o manual e realize a tarefa a partir do que foi dito, observando se ele conseguiu compreender e executar a tarefa corretamente.

Os processos de uma empresa são vivos e devem ser mudados e aprimorados constantemente.



cherto

cherto

---

