

COMO AVALIAR O DESEMPENHO

DA SUA EQUIPE DE VENDAS



Paulo Araújo

INTRODUÇÃO

Como gestor de uma equipe de vendas você sabe que considerar apenas “**metas batidas e metas não cumpridas**” não são o suficiente para avaliar o desempenho dos colaboradores.

Afinal, estamos falando de pessoas. São diferentes personalidades trabalhando na empresa, com **diferentes habilidades e desafios**.

Às vezes, o seu melhor vendedor pode não conseguir bater a meta do mês, enquanto o novato consegue. Você consegue responder **o motivo verdadeiro** para isso?

É por conta disso que as empresas precisam desenvolver **estratégias de avaliação de desempenho** da equipe de vendas. Com elas, passa-se a ter um olhar mais apurado sobre as **rotinas, os processos, as habilidades, as dificuldades** e tudo o que pode **interferir nos resultados**.



4 FORMAS DE AVALIAR O DESEMPENHO DO SEU TIME DE VENDAS

1. Defina os indicadores de desempenho da equipe de vendas

Hoje em dia, uma empresa que quer crescer com consistência não pode se basear em “achismos”, em **suposições** e nem em critérios vagos na avaliação de vendedores.

Existem **KPIs – Indicadores Chave de Performance** – que ajudam muito nesse processo de avaliação de desempenho. A escolha de quais você adotará segue alguns critérios.

Alguns exemplos de **KPIs** para o time de vendas são:

- Ciclo de Venda;
- Ticket Médio;
- Follow up;
- Churn Rate;
- Taxa de conversão;
- Vendas mensais;
- e muitos outros.



Menos é mais, nada daquele monte de indicadores que só confundem a cabeça da pessoa. Crie e use indicadores que tenham impacto no resultado final e que sejam fáceis de medir.

4 FORMAS DE AVALIAR O DESEMPENHO DO SEU TIME DE VENDAS

2. Defina as metas de cada vendedor (e o que a empresa espera deles)

Um dos problemas mais comuns que empresas e vendedores enfrentam é a **falta de clareza na elaboração das metas**.

Isso afeta diretamente o **desempenho da equipe**.

Em seu **plano de vendas** deixe muito claro sobre as responsabilidades e metas de cada integrante da equipe. Eles precisam saber o que a empresa realmente espera do trabalho deles.

Para também estimular o trabalho em equipe, crie não apenas **metas individuais**, mas também **metas coletivas**.

Ao contrário do que se possa pensar, o objetivo não é criar um ambiente de disputa, mas de **cooperação mútua** para que a meta seja batida.



4 FORMAS DE AVALIAR O DESEMPENHO DO SEU TIME DE VENDAS

3. Faça uso de algum método formal de avaliação de desempenho

Existem **diferentes métodos** de avaliação de **desempenho dos vendedores**.

Todos fazem uma avaliação completa e fornecem a você várias informações importantes para ajustar a rota quando for preciso.

Os mais comuns são:

- **Avaliação por resultados:** é a avaliação quantitativa das metas de cada vendedor (elas foram batidas? Se não foram, por quais motivos?).
- **Avaliação por competências:** avalia-se aspectos técnicos e comportamentais de cada vendedor (por exemplo: proatividade). Habilidades, conhecimentos e atitudes são avaliados.
- **Avaliação 360 graus:** gestores, diretores, colegas vendedores e o próprio colaborador respondem a um questionário sobre o desempenho de cada vendedor para fornecer diferentes pontos de vista.
- **Autoavaliação:** o próprio vendedor responde a um questionário sobre seu desempenho. E, em seguida, ele discute as respostas com o gestor.

Uma dica é contar com o auxílio do **time de RH** para ajudar na **criação e aplicação das avaliações**.

4 FORMAS DE AVALIAR O DESEMPENHO DO SEU TIME DE VENDAS

4. Invista em uma ferramenta de CRM

No CRM você tem a gestão da carteira de clientes, relatórios de vendas, propostas ganhas, perdidas e muito mais.

Com o CRM você pode avaliar a execução da estratégia definida com dados e fatos.

O **CRM** é o software ideal, já que nesse sistema, é possível alimentar os dados em tempo real e acompanhar o trabalho de toda equipe – o que **auxilia na avaliação dos resultados e nas KPIs**.

Invista em um **CRM** que realmente seja orientado a vendas e a gestão da equipe.

Leia também: O que fazer com uma equipe de vendas ineficiente?



COMO A CLIENTAR CRM PODE AJUDAR A AVALIAR O DESEMPENHO DA EQUIPE DE VENDAS?

Follow up e agenda do dia

Ao abrir o **sistema de CRM**, a primeira informação que deve aparecer são os contatos e visitas do dia. Isso gera **produtividade** e não deixa o vendedor ficar pensando muito no que fazer durante o **horário comercial**.

Caso o gestor perceba que não há muitos contatos no relatório de **follow up** do vendedor, isso é um grande sinal de perda de foco e **pouca produtividade**.



COMO A CLIENTAR CRM PODE AJUDAR A AVALIAR O DESEMPENHO DA EQUIPE DE VENDAS?

Perfil de cada cliente

Vamos pensar juntos: **só existem três formas para aumentar as suas vendas.**

São elas:

- Prospect: vender para quem nunca comprou;
- Inativo: vender para quem parou de comprar;
- Ativo: vender mais para quem já compra.

Sendo assim, é necessário que no processo o **sistema CRM** mostre de uma forma bem fácil quem naquele exato momento está no perfil **prospect, inativo, ativo ou desativado.**

Mais do que isso deve mostrar há quanto tempo esse cliente não **recebe um contato do seu vendedor.**

Estudos mostram que o contato constante cria no decorrer do tempo uma **relação empática** e, como a oportunidade pode aparecer a qualquer momento, sua marca e nome do seu vendedor devem estar **fresquinhos na memória do cliente.**

COMO A CLIENTAR CRM PODE AJUDAR A AVALIAR O DESEMPENHO DA EQUIPE DE VENDAS?

Funil de vendas

Em especial nas **propostas comerciais** é fundamental que o **CRM de Vendas** deixe bem à vista quais as que estão mais próximas do **fechamento** ou aquelas que necessitam de uma **atenção maior**.

Assim, o gestor pode facilmente verificar quais as propostas que merecem um **acompanhamento** todo especial e ajudar o seu vendedor no que for necessário para que a **venda** seja **concretizada**.



COMO A CLIENTAR CRM PODE AJUDAR A AVALIAR O DESEMPENHO DA EQUIPE DE VENDAS?

Pareto – curva ABC de Clientes

Conhecimento na **técnica de Pareto** é essencial para qualquer **profissional de vendas**.

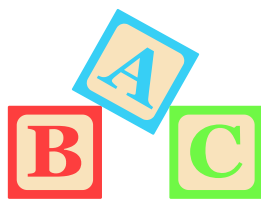
Além de fácil, essa **metodologia** ajuda a dissecar quem é quem na **carteira de clientes** de cada vendedor dentro de um período escolhido. **Pareto** mostra de uma forma clara quais são os clientes que precisamos **blindar dos concorrentes**.

Também diz quais os que têm potencial para comprar mais e quem são os clientes que demandam menos atenção.

Sim, nem todo cliente é igual!

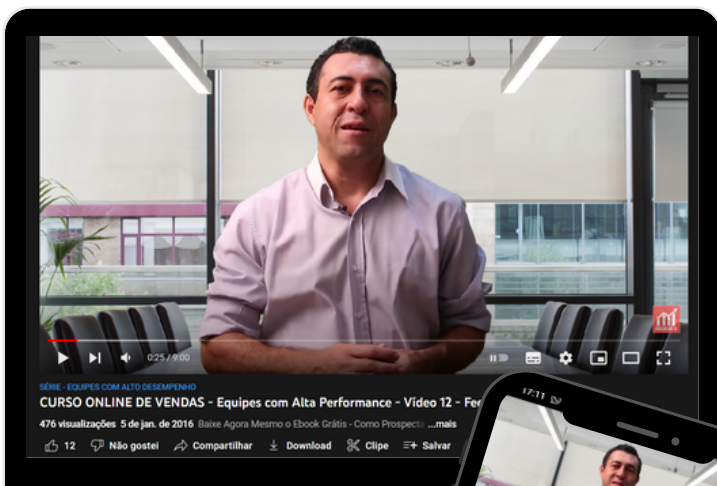
Todos merecem um **excelente atendimento**, mas defina quem são os clientes que merecem **ações de vendas específicas**.

Dica de leitura – Guia Prático da Gestão da Equipe de Vendas



DICA DE VÍDEO

Clique e assista o vídeo onde falo mais sobre equipes com alta performance.



E AÍ?
GOSTOU DESSE CONTEÚDO?

Conheça nosso
Software de CRM

AGENDE UMA CALL DE
APRESENTAÇÃO



Sistema de gestão da
carteira de clientes.

 clientarcrm.com.br

CONHEÇA O AUTOR

Paulo Araújo

Fundador da Clientar CRM

Palestrante e Consultor de Vendas



Autor dos livros

