

PAULO ARAÚJO

METAS DE VENDAS

COMO DEFINIR



225.03

1,441.73

367.36

3,109.81

2,341.06

2,235.05

1,037.14

INTRODUÇÃO

Definir metas claras é imprescindível para conquistar a confiança da equipe e para buscar os resultados desejados.

Seja transparente!

Resultados de vendas não podem acontecer sem que estejam baseados em expectativas. As vendas são o **suporte** para alcançar diferentes níveis de **faturamento e lucratividade**.

Portanto, saber como criar **metas de vendas** é essencial para detalhar como esses resultados serão conquistados da **maneira certa**.

Muitos líderes de times comerciais ainda sentem dificuldades em determinar **metas eficientes**. Não basta só pensar em um número ideal e esperar que as pessoas o alcancem. É fundamental analisar todo o contexto, o histórico de resultados, além de indicadores, para então saber o que pode ser conquistado.



O QUE SÃO METAS DE VENDAS?

As **metas de vendas** são os resultados projetados como essenciais para a sobrevivência da empresa.

Gestores definem esses parâmetros visando o **desenvolvimento do negócio** e o cumprimento de expectativas colocadas pela diretoria. Na prática, as **metas de vendas** vão garantir que a empresa seja **lucrativa e sustentável**, algo que todo negócio precisa. Em um ambiente empresarial, **metas de vendas** são divididas de acordo com a responsabilidade de cada time de trabalho.

Naturalmente, a equipe comercial ficará responsável por fechar negócios em um volume que leve a um determinado faturamento. Para isso, gestores devem estar prontos para definir **metas realistas** e que possam ser alcançadas.



COMO CRIAR METAS DE VENDAS?

Gestores também erram!

Quando falamos de vendas, esses erros surgem, basicamente, na tentativa de criar metas que parecem ser muito boas, mas na verdade, são inalcançáveis. Isso gera um trabalho desordenado, em que vendedores nunca conseguem chegar onde esperam, resultando em frustração e avaliações ruins.

Enquanto o time de vendas acredita que o problema é sua competência, na verdade, a grande questão foram as **metas definidas**. Portanto, gestores têm grandes responsabilidades na hora de criar **metas de vendas claras**, que façam sentido à **estratégia de vendas da empresa** e que possam ser alcançadas.

A seguir, mostramos alguns passos para criar **metas de vendas qualificadas!**



PENSE SOB O PONTO DE VISTA ESTRATÉGICO DA EMPRESA

Gestores têm grandes responsabilidades na hora de criar metas de vendas claras, que façam sentido à estratégia de vendas da empresa e que possam ser alcançadas.

Portanto, o trabalho sempre depende da abordagem estratégica que o negócio está adotando em determinado momento.

O foco agora é a rentabilidade? Aumentar a participação do mercado?
Enfim, o que é prioridade nesse momento?

As metas são mecanismos de suporte para que o **objetivo central** seja alcançado.

É como se você pudesse quebrar essa grande questão em pequenas conquistas, que no caso, são as **metas de cada setor ou pessoa**.



CHEQUE O HISTÓRICO DE VENDAS E DESEMPENHO COMERCIAL

De nada adianta querer que o time venda R\$ 500 mil no mês se nunca houve esse resultado antes. O **histórico de desempenho** do time de vendas vai mostrar qual é a capacidade das pessoas no curto prazo, em média. Saber respeitar isso vai evitar definir **metas de vendas** acima do que se pode entregar.

O **desempenho comercial** da empresa também deve estar sob análise. Não se muda o comportamento do consumidor do dia para a noite, ainda que haja um **trabalho estratégico** para aumentar a compra.

Gestores devem definir metas a partir do que há de concreto, ou seja, sabendo qual é o **desempenho médio** que o time de vendas pode alcançar e os fatos novos que irão surgir.



CONSIDERE O SEU CONTEXTO DE MERCADO

Diferentes mercados possibilitam resultados específicos. Entender isso é uma das questões fundamentais para ter **metas de vendas** que façam sentido. Por exemplo, pode ser ousadia demais definir **expectativas altas** na venda de veículos em um período no qual o país passa por uma recessão.

Da mesma forma, é preciso analisar questões mais específicas do mercado. Se o **ticket médio** é baixo, fica difícil potencializar os resultados de vendas do dia para a noite, o impacto dos concorrentes, etc.

Cada contexto vai mostrar de maneira clara o que pode ser conquistado. As metas devem estar devidamente alinhadas a essas questões.



AVALIE OS ESFORÇOS NECESSÁRIOS

Gestores devem também estar atentos ao nível de **esforços operacionais** que suas metas vão impor ao **time comercial**. Às vezes, não falta competência, mas sim, estrutura, processos, ferramentas, conhecimento, assessoria ou quantidade de pessoas disponíveis.

Times menores não conseguem atingir determinadas **metas de vendas** simplesmente porque é trabalho demais para poucas pessoas.

Cada objetivo também vai trazer um nível de dedicação e esforços particulares. Nesse caso, se trata também de um pouco de bom senso. Sem ele, gestores podem acabar exigindo do time comercial mais do que essas pessoas podem entregar. Nem mesmo incentivos de vendas e benefícios financeiros serão suficientes para motivá-los.



ESTABELEÇA INDICADORES

Os **indicadores ou KPIs** de mensuração são importantes para que se haja uma **avaliação concreta** se, de fato, as metas estão sendo conquistadas. Um erro grave é não definir os parâmetros de acompanhamento e avaliação antes de colocar metas para o time de vendas.

Afinal, sem indicadores, como o gestor pode saber se o desempenho é satisfatório?

Veja exemplos do que pode ser avaliado e medido:

- prospects conquistados
- clientes inativos recuperados
- ticket médio
- taxa de conversão de propostas
- vendas de determinado período
- churn médio.
- outros de acordo com a sua realidade.

Vale a pena lembrar que muitos desses indicadores de vendas podem e devem estar disponíveis em seu **software de CRM**.

COMO ALCANÇAR METAS DE VENDAS?

O trabalho de **definição das metas** requer muitas análises e, principalmente, contextualização. Boas metas são aquelas que podem ser conquistadas, ou seja, são realistas.

Uma vez que as **metas certas** são definidas, é importante trabalhar em esforços operacionais e gerenciais para alcançá-las, sendo os principais:

- filtre o pipeline de vendas e defina os leads que merecem mais atenção;
- ofereça bonificações por resultados ao seu time comercial;
- mantenha o monitoramento de indicadores regularmente;
- ofereça todo suporte que o time comercial precisar.

Saber como criar **metas de vendas** é um desafio diário. Lidar bem com isso vai garantir que a empresa tenha melhor relação com seus objetivos, os alcançando em menos tempo e com os esforços certos.

Para que essas metas sejam alcançadas, é importante que os vendedores saibam aplicar **técnicas eficazes de vendas, e claro, treinamento contínuo.**



COMO ALCANÇAR METAS DE VENDAS?

As metas devem ser realistas.

Quanto mais absurda e inalcançável for a meta, menor é o nível de motivação do colaborador. Meta deve ser uma ferramenta de motivação e superação, não o seu contrário.

Não existe um método absoluto para criar metas de vendas.

Cada empresa conta com suas particularidades e pontos fortes ou fracos.

Respeitar a cultura da empresa e seu potencial de investimento também são fatores que não podem ser deixados de lado.

Dica de leitura

O Poder das Metas: Como Definir Objetivos e Realizar Mais Na Sua Vida

Paulo Wesley



QUE TAL ASSISTIR ESSE
CONTEÚDO EM VÍDEO!






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

