



Plano de

PREMIAÇÃO DE VENDAS

POR
PAULO ARAÚJO

INTRODUÇÃO

Um **plano de premiação de vendas** tem como **premissa básica** manter a equipe motivada e desafiada para que os **resultados da sua empresa** sempre avancem.

As pessoas se sentem **valorizados** e isso melhora o ambiente de trabalho e, conseqüentemente, economia e diminuição na rotatividade de funcionários. Além disso, é claro, **vendedores valorizados** vendem mais e **trazem mais negócios**.

As **competições entre os vendedores** são uma ótima forma de aumentar o nível da equipe.

Os vendedores são pessoas ambiciosas, competitivas por natureza e por isso o sistema de premiação de vendas funciona tão bem!





QUAL O PAPEL DA COMPETIÇÃO ENTRE VENDEDORES?

Precisamos ser sinceros e entender que até mesmo os **funcionários mais motivados** precisam de um estímulo para manter o bom desempenho. **As premiações para equipe de vendas**, dadas como resultados de uma **competição**, podem servir como esse estímulo!

As **premiações** são uma maneira de aumentar os **ganhos variáveis** do vendedor.

Essas premiações podem ser estruturadas de várias maneiras incluindo **prêmios e reconhecimentos** que mexam com o ânimo da equipe. O importante é que a competição e seus resultados esperados estejam alinhados às metas corporativas.

No entanto, manter esse alinhamento pode ser complicado, e lembre-se que a **premiação** têm tudo a ver com equilíbrio.





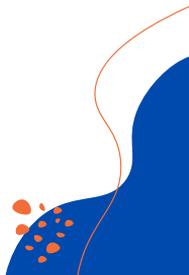
QUAL O PAPEL DAS COMPETIÇÕES ENTRE VENDEDORES?

É necessário que as **regras e incentivos** motivem os vendedores a buscar novos comportamentos e técnicas de vendas.

Também deve ser projetada de uma forma que o participante possa atingir suas metas de vendas, crescimento e impulsionar a lucratividade.

Depois de **definir os objetivos de negócios** claros e alinhar a **atividade de vendas** da sua equipe com essas metas, você estará mais do que pronto para otimizar seus resultados de **maneira eficaz e organizada**.

Lembrando que fazer um **bom planejamento** sempre é essencial!



PREMIAÇÃO

A premiação **não faz parte da remuneração**, pois se trata de **conquista excepcional** mediante uma meta estipulada.

Com isso previamente explicado, o **gestor de equipes de vendas** precisa se atentar a **3 fatores** para que sua campanha seja eficiente:

1. Metas bem definidas

Como já mencionado anteriormente, a **premiação** acontece devido a uma **conquista excepcional**. É por isso que o gestor da equipe tem a expectativa de que o vendedor obtenha um desempenho acima do esperado.

Ao estipular **metas baixas**, você nivela a equipe para baixo, nunca obtendo **resultados extraordinários**. Em contrapartida, metas impossíveis nunca são alcançadas e **geram frustrações** em toda a equipe.

Atenção aos extremos!



PREMIAÇÃO

2. Criatividade na premiação

Quando analisamos de forma detalhada a **CLT (Código de Leis Trabalhistas)** percebemos que ela deixa em aberto interpretações sobre **periodicidade** das **premiações**, inclusive quando o prêmio é em dinheiro.

Acontece que, quanto **mais frequente** se torna o **pagamento de premiações**, maiores são as chances dela se **enquadrar como parte do salário**, de acordo com alguns juízes.

Para evitar qualquer **problema jurídico**, faça **premiações** num ciclo mais longo, como de **3 em 3 meses, por exemplo**.

O que os participantes da campanha realmente valorizam!

Pense em algo que a pessoa deseje muito.

Pesquise sobre cartões de premiação e evite pagamento em dinheiro.

Premiação não pode ser confundida com salário.





COMO APLICAR O PLANO DE PREMIAÇÃO DE VENDAS PARA SUA EQUIPE

3. Proporção em relação ao salário

Estabeleça um **bom prêmio** para que os vendedores possam ver o valor, levando em consideração as **metas** a serem alcançadas e os seus **salários atuais**.

Não adianta uma premiação pequena em relação ao ganho da pessoa, mas também não adianta um prêmio que a pessoa terá dificuldades em usar. Ex: uma viagem para o exterior só com as passagens pagas!

O objetivo é **motivar todos a fazerem o melhor!**

Durante a **campanha de premiação** é preciso acompanhar de perto os resultados e monitorar o andamento do processo.

O gestor deve ficar atento:

- Aumento de desempenho da equipe
 - Sentimento de valorização e reconhecimento por parte dos vendedores
 - Melhor ambiente de trabalho
- 

COMO APLICAR O PLANO DE PREMIAÇÃO DE VENDAS PARA SUA EQUIPE

Para **medir e controlar os resultados**, você pode contar com a **tecnologia**. O **software de CRM** é um ótimo aliado nessa hora, pois ele possui os seguintes benefícios:

- Controle das vendas
- Acompanhamento das propostas e sua taxa de conversão
- Quantos prospects se tornaram ativos
- Aumento nas vendas de um produto específico
- Aumento nas médias da curva ABC
- e muito mais...



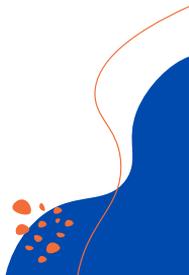


COMO APLICAR O PLANO DE PREMIAÇÃO DE VENDAS PARA SUA EQUIPE

O **CRM** é um sistema desenvolvido para criar uma **grande base de registros de clientes** e elencar suas preferências, histórico de relacionamentos, características e uma série de outras informações estratégicas.

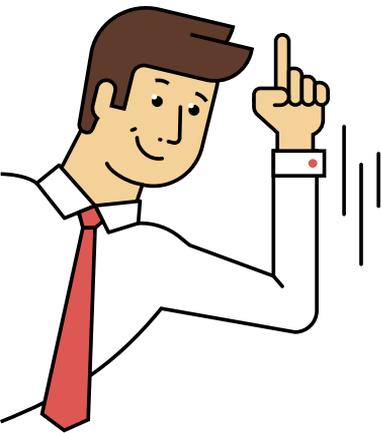
Em **tempos de alta competição** sua equipe comercial precisa estar devidamente preparada com **argumentações de vendas e com tecnologias** que facilitam o acesso a todos os dados do cliente.

O **CRM de Vendas** possui essa função, afinal ele facilita o acesso à informações e ajuda a elaborar estratégias de vendas para cada cliente.





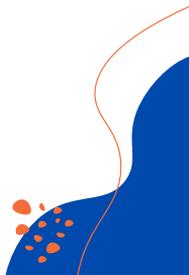
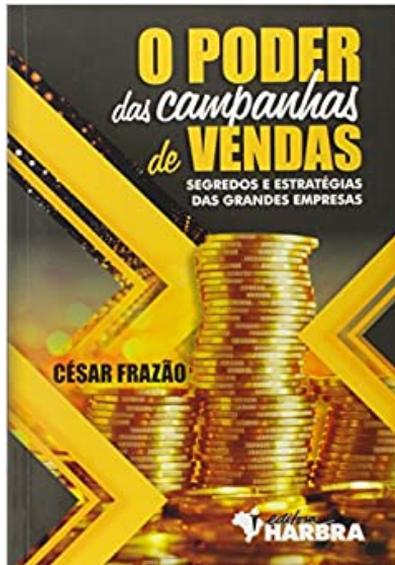
ASSISTA ESSE COTEÚDO EM VÍDEO!





DICA DE LEITURA!

Em "O Poder das Campanhas de Vendas" o leitor encontrará como "construir" essa poderosa ferramenta de vendas, com todas as etapas de seu processo bem detalhadas.





**E AÍ?
GOSTOU DESSE CONTEÚDO?**

Conheça nosso
Software de CRM

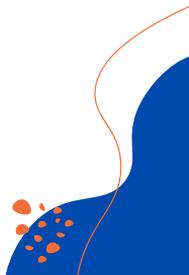
AGENDE UMA CALL DE
APRESENTAÇÃO



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

