

7 DICAS PARA AUMENTAR A PRODUTIVIDADE EM VENDAS

PAULO ARAÚJO



INTRODUÇÃO

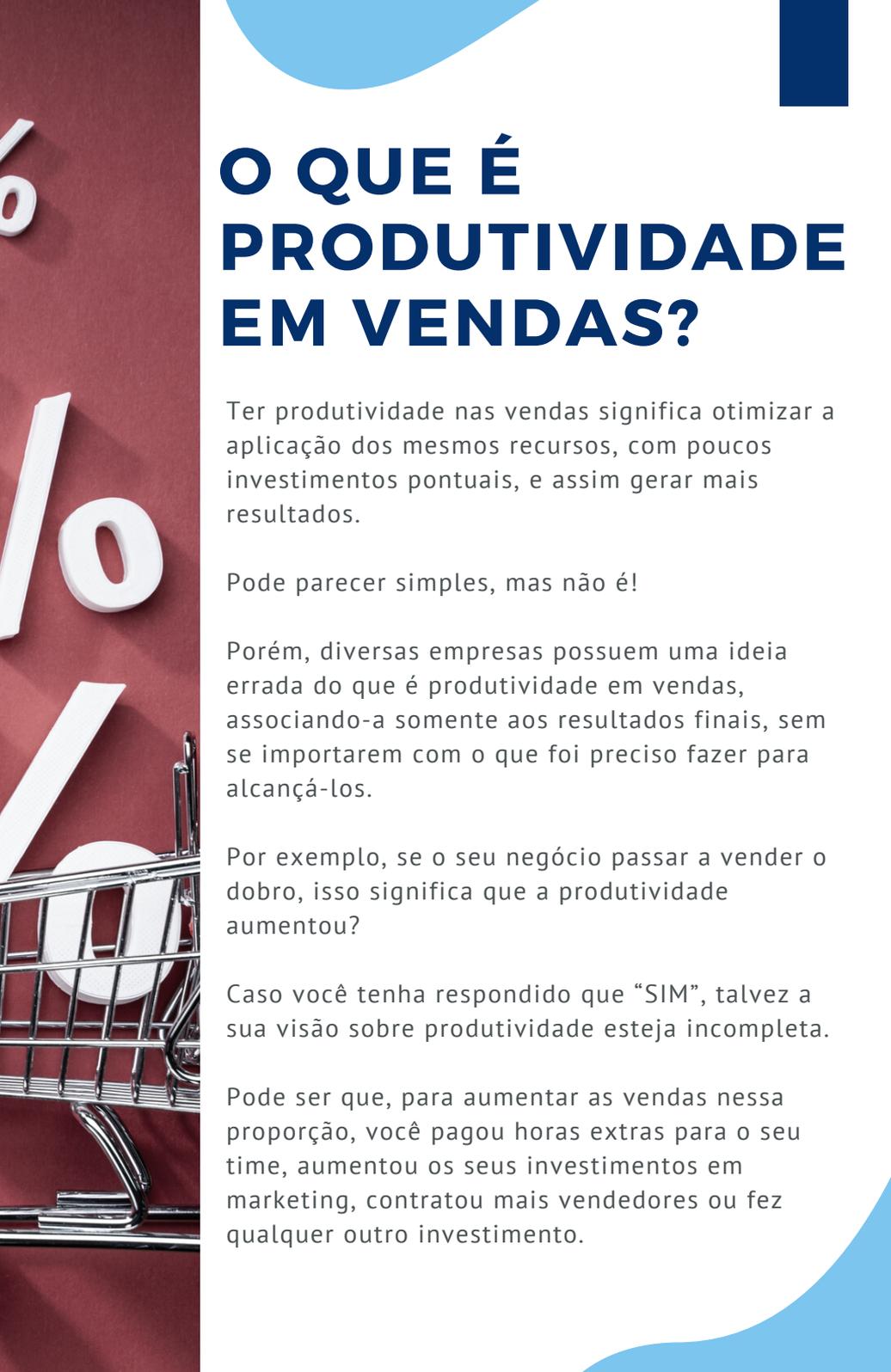
Podemos afirmar que **produtividade nas vendas** significa melhorar os resultados sem aumentar os gastos ou carga de trabalho da sua equipe.

É possível aumentar suas vendas de forma considerável sem precisar elevar muito seus investimentos.

Tudo o que precisa fazer é melhorar a produtividade da sua equipe!

Para saber mais, acompanhe os tópicos que separamos para te ajudar nessa árdua missão!





O QUE É PRODUTIVIDADE EM VENDAS?

Ter produtividade nas vendas significa otimizar a aplicação dos mesmos recursos, com poucos investimentos pontuais, e assim gerar mais resultados.

Pode parecer simples, mas não é!

Porém, diversas empresas possuem uma ideia errada do que é produtividade em vendas, associando-a somente aos resultados finais, sem se importarem com o que foi preciso fazer para alcançá-los.

Por exemplo, se o seu negócio passar a vender o dobro, isso significa que a produtividade aumentou?

Caso você tenha respondido que “SIM”, talvez a sua visão sobre produtividade esteja incompleta.

Pode ser que, para aumentar as vendas nessa proporção, você pagou horas extras para o seu time, aumentou os seus investimentos em marketing, contratou mais vendedores ou fez qualquer outro investimento.

QUAIS OS FATORES QUE INFLUENCIAM A PRODUTIVIDADE EM VENDAS?

Depois de entender um pouco mais sobre o que é e o que não é produtividade nas vendas, está na hora de saber o que pode influenciá-la.

Na área comercial, o que faz ganhar ou perder a partida é vender! Entretanto, os responsáveis por isso não são somente os vendedores. Há diversos fatores que influenciam no resultados finais, sendo eles:

- A qualidade dos Leads que chegam até vendas.
- As atividades que os vendedores precisam desempenhar.
- Problemas de priorização e organização de tempo.
- Falta de visão sobre métricas e resultado.;
- Gestão ineficiente.
- Poucos treinamentos e capacitações para os desafios diários.

Caso os seus vendedores passem um terço do tempo resolvendo questões de pós-venda ou suporte, eles podem desperdiçar energia com atividades pouco produtivas. Da mesma forma, caso a empresa tenha problemas em outras áreas, isso também vai refletir no resultado de vendas.

Quando as ações de marketing, por exemplo, não estão atraindo leads qualificados, os vendedores perderão parte do tempo tentando vender para pessoas que não tem o perfil ideal.

A empresa perde duas vezes: seus vendedores deixam de vender para leads mais “quentes” e o time de marketing terá que nutrir novamente esse contato – isso se a empresa não perdê-lo de vez, por ter feito uma abordagem antes do tempo.





4 FERRAMENTAS PARA AUMENTAR A SUA PRODUTIVIDADE NAS VENDAS

Há diversas maneiras para aumentar produtividade no dia a dia. Veja a seguir quais são elas!

Software de CRM

Vendedores não podem perder tempo com questões paralelas que podem ser resolvidas por um sistema automatizado. Por isso, o mais indicado é o uso de um software CRM.

O sistema CRM nada mais é do que uma plataforma que automatiza o processo de vendas da empresa, deixando o funil de vendas acessível e claro para os usuários. Ele permite que os vendedores organizem de uma maneira mais eficiente suas tarefas e que o gestor tenha mais controle sobre a sua equipe e os resultados das vendas.

Outra vantagem é o poder de dar aos Leads um atendimento mais personalizado e eficaz, guiando-os melhor durante o funil de vendas.

Ferramenta de automação de marketing

O funil de vendas começa, na verdade, no marketing. Por isso, usar uma ferramenta que permite automatizar ações de marketing, como a captação e qualificação de Leads, impacta também na produtividade nas vendas.

Softwares de automação de marketing economizam o tempo do time também em atividades como:

- Disparo de Email marketing
- Criação de Landing Pages
- Geração de relatórios
- Acompanhamento de métricas

Ferramenta de Business Intelligence (BI)

Uma ferramenta de Business Intelligence, ou BI, ajuda a olhar para os resultados das ações da empresa e monitorá-los, orientando a gestão na tomada de decisões.

Softwares como o Power BI, da Microsoft, permitem criar dashboards atualizados em tempo real para olhar para as métricas de vendas, entendendo rapidamente se uma ação foi acertada.



Ferramenta de assinatura digital de contratos

Com as vendas fechadas cada vez mais de maneira remota, outra ferramenta que ajuda a ganhar produtividade é a de assinatura digital de contratos.

Esse tipo de software elimina a necessidade de imprimir documentos e enviá-los pelo correio para assinatura. Também é mais segura, uma vez que os documentos físicos estão sujeitos a perdas e danos.

Algumas opções podem ser integradas ao sistema CRM que você já faz uso, facilitando ainda mais o fechamento do negócio.



7 DICAS AUMENTAR A SUA PRODUTIVIDADE NAS VENDAS

A seguir, listamos dicas práticas e rápidas para ajudar você no processo de estruturação de rotinas e otimização da produtividade em vendas.



1 INVISTA NA QUALIDADE DOS LEADS

Não dê tiro para todos os lados. Defina bem sua persona e tenha foco.

A prospecção é a alma do negócio!

Saber como pré-qualificar clientes é uma das tarefas que muitos vendedores negligenciam. Com isso, acabam perdendo boas oportunidades de fechar negócios e até de fidelizá-los.

Mas o que é pré-qualificar um cliente? É levantar informações que levam a decidir se vale a pena ou não dedicar tempo e esforço para conquistar esse cliente.

A pré-qualificação reduz os custos de aquisição de clientes e aumentam a probabilidade de fechar mais vendas com os **clientes ideais**.



2

CUIDADO COM SEUS PROCESSOS

Burocracia demais desestimula a equipe, burocracia de menos quebra a empresa!

Bom senso ao definir os processos!

O processo de vendas é a estruturação de um modelo de ações, composto por etapas, que garantem que times comerciais trabalhem estrategicamente para conseguir vender. Esse passo a passo é definido a partir de algumas variáveis importantes, como:

- o produto que está sendo vendido;
- a complexidade da oferta (se você vende um software, por exemplo, o processo é bem diferente de quem vende celulares);
- o mercado em questão;
- a operação da empresa;
- o tipo de consumidor (B2B ou B2C).

O processo é desenvolvido para que vendedores consigam **concluir o negócio mais rapidamente**, economizando recursos e proporcionando uma experiência muito mais satisfatória aos clientes.



3

PRIORIZAR A ORGANIZAÇÃO DO TEMPO

No decorrer do dia meça a qualidade de uso do seu tempo.

Passar o dia todo apagando incêndios não dá!

Pode não parecer, mas a organização do tempo tem sido um dos grandes desafios para muitas pessoas. Isso acontece devido a quantidade de informações que nos cercam e prendem a nossa atenção.

A organização do tempo, significa parar para pensar e avaliar de forma crítica, as horas produtivas do seu dia. Dessa forma, é possível que você reflita sobre como distribuir as suas tarefas nas suas horas disponíveis, facilitando o seu cumprimento de metas. Alguns dos benefícios em acompanhar e manter a sua rotina em ordem são:

- Melhora a produtividade;
- Distribuição das tarefas ao longo do dia;
- Menor sensação de estresse e ansiedade;
- Mais motivação;
- Evitar imprevistos e atividades de ultima hora.

4

FALTA DE VISÃO SOBRE MÉTRICAS E RESULTADOS

Tenha poucos indicadores.

Que sejam pontuais e agreguem valor ao seu dia a dia.

Criados para ajudar na tomada de decisões importantes, os indicadores de gestão são uma importante ferramenta para líderes que precisam, constantemente, fazer análises sobre processos corporativos.

Com os indicadores de gestão, **tomar uma decisão deixa de ser uma tarefa difícil**, e passa a ser uma tarefa lógica e assertiva. Isso porque ele permite uma análise mais objetiva referente a rentabilidade, competitividade, lucratividade, quais pontos são fortes, o que precisa ser melhorado, entre outros.

Em outras palavras, os indicadores de gestão são uma ferramenta para monitorar dados operacionais que revelam os resultados da sua empresa.

5

GESTÃO DA SUA CARTEIRA DE CLIENTES

O desempenho do vendedor está diretamente relacionado a como ele conduz a gestão da carteira de clientes.

Esse é o maior diferencial dos vendedores de sucesso. Eles enxergam seus clientes como seu maior patrimônio.

Eles separam os clientes em **prospects, ativos, inativos e desativados**.

Planeje detalhadamente cada contato ou visita e conheça a fundo o cliente.

Com uma gestão da carteira de clientes adequada, você poderá planejar e até prever como será cada visita.

O vendedor irá ao encontro do cliente já sabendo:

- o que pode vender;
- o volume médio de compra;
- quais itens o cliente adquire regularmente que estão presentes em seu portfólio;
- o que a sua empresa pode oferecer.

6

INVISTA EM TREINAMENTOS E NOVAS CAPACITAÇÕES

É sua responsabilidade aprender mais e ser aberto às mudanças.

A empresa deve investir, mas esse prioridade deve ser pessoal e intransferível!

Um plano de treinamento de vendedores surge para auxiliar aqueles que precisam de uma ajudinha para desenvolver suas habilidades técnicas e comportamentos para melhorarem seus resultados.

Para que um treinamento cumpra sua função, as atividades precisam ser bem planejadas e ainda superar alguns desafios que podem aparecer ao longo do caminho, como a resistência do time de vendas e o orçamento limitado.

Um plano de treinamento de vendedores precisa sempre ser **entendido como um investimento da empresa, não como um gasto!**

Alguns gestores podem acreditar que um plano de treinamento custa dinheiro ou exige muitos recursos, mas nem imaginam ou medem o retorno que pode trazer.



USE O SOFTWARE DE CRM

Já falamos sobre isso, mas vale a pena ressaltar algumas vantagens:

1. Melhor controle das vendas
2. Acompanhamento das propostas
3. Melhor controle da carteira de prospects
4. Follow-up otimizado
5. Gestão do tempo
6. Centralização da informação
7. Aumento do ticket médio de clientes ativos
8. Acompanhamento individual de clientes
9. Integração entre Marketing e Comercial
10. Otimização do relacionamento com os clientes
11. Acompanhamento de resultados gerais
12. Aumento da satisfação do cliente
13. Comunicação mais efetiva do time de vendas
14. Melhoria na gestão de recursos financeiros
15. Potencialização do faturamento da empresa

DICA DE LEITURA



Um grupo de cientistas de dados do Google embarca num estudo sobre como as melhores equipes funcionam e descobre que a forma que um grupo interage é mais importante do que quem está no grupo.

Essa obra é cheia de curiosidades e insights para novos hábitos.



ASSISTA 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

