

Forecast: O que é?

Paulo Araújo



INTRODUÇÃO

O “universo” corporativo e financeiro está repleto de termos em inglês, não é mesmo? E o termo forecast é uma dessas palavras que aparecem muito no vocabulário empresarial. E você sabia que a tradução literal da expressão é PREVISÃO? Sim, forecast está relacionado à toda previsão do financeiro da sua empresa e essa técnica pode trazer muitos benefícios e resultados positivos para o seu negócio.

Forecast é uma ferramenta para previsão de vendas.

Não é "chute", nem "futuurologia".

Analise o passado, pondere sobre as mudanças de curto prazo em seu mercado e suas sazonalidades.





1

O QUE É UM FORECAST?

Se você pudesse prever os lucros da sua empresa no final de todo mês, você acredita que seria capaz de tomar melhores decisões sobre quando, onde e quanto investir e sobre o futuro do seu negócio? Pois é exatamente para isso que o forecast de vendas é utilizado.

De uma forma bem simplificada, forecast é uma expressão muito utilizada pelo setor financeiro das empresas.

O conceito de forecast é conhecido como “orçamento revisado”, e é o método de análise, previsão e revisão de um orçamento, baseado na situação em que a empresa se encontra no momento.

O principal objetivo do orçamento revisado é garantir que a empresa cumpra com todas as suas metas de acordo com o orçamento inicial e otimizar o uso dos seus recursos.

Mas nós sabemos que no período de 12 meses, muitas coisas podem acontecer, não é verdade? Então atente-se às mudanças sazonais do mercado (Natal, Páscoa, Dia das Mães, Dia dos Pais, Dia das Crianças, etc.) e principalmente com a situação financeira naquele momento, tanto o orçamento quanto a previsão podem ser alterados ao decorrer do período determinado.



FORECAST X BUDGET: QUAIS SÃO AS DIFERENÇAS?

É preciso esclarecermos que apesar dos termos estarem relacionados, eles não são a mesma coisa.

O **budget é o orçamento** para fazer um planejamento dos investimentos e custos. Este tipo de planejamento funciona como um plano orçamentário para a empresa. Já o forecast, como nós já discutimos anteriormente, é realizar uma previsão bem elaborada com base nos dados reais recolhidos do sistema utilizado pela empresa.

Tanto o budget quanto o forecast, são ferramentas essenciais para o controle financeiro de qualquer negócio, possibilitando a previsibilidade dos lucros ou queda nas vendas, e garante maior assertividade nas tomadas de decisões.



3

COMO FAZER O FORECAST?

Agora que você já sabe o que é forecast, chegou o momento de entender como você pode passar a utilizar esse recurso a favor da sua empresa.

Mas não se esqueça de que o cálculo deverá ser realizado a partir dos dados e números extraídos das ferramentas que acompanham a gestão das vendas. Dessa forma, você garante maior assertividade no seu planejamento.

1 - Faça o planejamento do processo de vendas


O processo de vendas é uma sequência de etapas executadas pela equipe de vendas para conhecer e apresentar as melhores soluções para prováveis clientes. Essa estratégia quando bem estruturada, garante melhor desempenho para o time de vendas e aumenta a probabilidade de fechar novos negócios.

Estruture da melhor forma possível a sua área comercial e utilize dados e fatos para fundamentar suas percepções.

2 - Mapeie o funil de vendas

A sua empresa utiliza um software de CRM?

Com o CRM, é possível ter acesso aos dados da sua empresa, que facilita muito o processo do mapeamento do seu funil de vendas.



Analise cuidadosamente todas as oportunidades de negócio, abertas, ganhas ou perdidas, e observe alguns detalhes como:

- Quantos clientes chegaram até o seu pipeline?
- Quantas propostas foram ganhas?
- Quantas propostas estão em processo de negociação?
- Quantas propostas perdemos e por que perdemos?



3 - Considere as mudanças do mercado

Fique atento as mudanças na legislação que tem impacto em seu negócio e nas decisões governamentais.



Olhos atentos às tendências de mercado que estão se tornando realidade.

Agilidade aqui é a palavra-chave.

Analise as datas de maior e menor fluxo de vendas. Essas mudanças podem afetar o seu negócio de forma positiva ou negativa, e é por isso que datas comemorativas não podem ser deixadas de lado.

4 - Meça a produtividade da sua equipe de vendas

A produtividade do seu time também deve ser levada em consideração. Meça a qualidade e produtividade da execução da estratégia definida. Discurso e ação devem andar de mãos dadas.



5 - Conheça a sua concorrência

Mantenha o seu forecast sempre de acordo com a realidade do mercado. Analise e conheça a sua concorrência. Conheça todas as tendências, inovações e novidades do mercado em que a sua empresa está inserida.

Benchmarking é a dica para melhorar os seus processos.

O que o seu concorrente faz de diferente?

6 - Olho na sua taxa de conversão e curva ABC

A taxa de conversão de propostas em vendas é um excelente indicador para previsões futuras, aliada a curva ABC de Pareto a sua previsão de vendas pode ficar ainda mais detalhada e certa.

O forecast pode ser revisado a qualquer momento. Quanto mais você praticar, mais real e confiável ficará a sua previsão.



4

POR QUE REALIZAR UM FORECAST?

Elaborar um forecast e fazer a previsão de vendas tem inúmeros benefícios para o seu negócio. Confira:

- Previsão das receitas da empresa;
- Assertividade no planejamento e tomada de decisões;
- Projetar e prever melhorias para o futuro do negócio;
- Análise detalhada de compras e despesas;
- Monitorar as expectativas de vendas;
- Acompanhamento das metas;
- Equipes mais alinhadas com as políticas da empresa;
- Aprimorar a gestão financeira e administrativa.
- Evitar as famosas “surpresas” no seu orçamento.

Utilize os dados coletados pela sua ferramenta de CRM ao seu favor. Aliada a sua intuição e experiência no mercado sua empresa só tem a ganhar.



Vamos fazer um exemplo prático?

Considere que os números que você coletou sejam:

500 propostas emitidas nos últimos 3 meses e 150 delas se tornam vendas.

Sua taxa de conversão é de 30%.

Agora você pode multiplicar o valor das propostas em aberto nos últimos 3 meses por 30%.

Suponha que tenhamos em aberto ainda \$800.000,00 em propostas emitidas.

Podemos prever que em 3 meses podemos fechar \$240.000,00 em novas vendas.

O resultado obtido neste cálculo é o seu forecast.

Não se esqueça, o forecast pode ser calculado semestralmente, mensalmente, enfim, dependendo da sua percepção e necessidade.

DICA DE LIVRO

Previsão de demanda: O Básico Que Você Precisa Saber

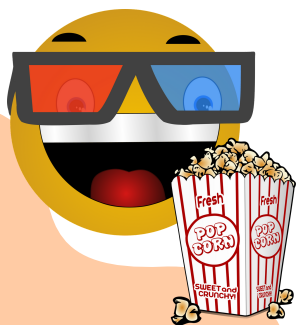
O livro traz o básico do que você precisa saber sobre previsão de demanda ou previsão de vendas.

Tudo onde você não sabia onde encontrar ou que você tinha medo de perguntar.

Escrito em linguagem bem acessível e com exemplos práticos.



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

