



TERCEIRIZAÇÃO DA

# EQUIPE DE VENDAS

PAULO ARAÚJO



# INTRODUÇÃO

Vale a pena investir na terceirização da equipe de vendas?

Essa dúvida chega em praticamente todos os momentos da vida empresarial, não importa se você ainda está no começo.

Sabemos que ter uma boa equipe comercial é um verdadeiro desafio.

Afinal, são pessoas que lidam diariamente com a “linha de frente” de uma empresa.

Elas precisam estar constantemente treinadas e preparadas não apenas nos aspectos técnicos do produto ou serviço e das fases de negociação. Elas também precisam estar psicologicamente preparadas.

Por isso, muitas empresas optam por terceirizar esse time, enquanto outras acham importante que ele seja formado dentro da própria empresa.

Então, o que fazer?

Já posso adiantar a resposta dessa dúvida se vale ou não a pena a terceirização da equipe de vendas.

A resposta é: depende.

Neste e-book, confira alguns pontos a favor e contras para ajudar você na tomada de decisão!






# OS TIPOS DE TERCEIRIZAÇÃO DE VENDAS

Também chamado de “outsourcing”, existem atualmente quatro modelos de terceirização que uma empresa pode fazer e que inclui a equipe de vendas.

São eles a terceirização:



1. Parcial: também chamada de modelo misto, é quando a empresa terceiriza apenas parte de sua equipe de vendas.
  2. Total: é quando a empresa terceiriza toda a sua equipe de vendas (Ex: representantes comerciais terceirizados individualmente).
  3. De empresa: é quando a empresa contrata outra empresa especializada em terceirização de vendas para que ela cuide de todo o processo. Isso é muito comum, por exemplo, em empresas que terceirizam o telemarketing.
  4. Rede de afiliados: quando vendedores se afiliam aos produtos e serviços da empresa para venderem em seus próprios canais, sob o pagamento de uma comissão em cada venda realizada. Isso é muito comum em empresas digitais.
- 



# AS VANTAGENS DA TERCEIRIZAÇÃO DA EQUIPE DE VENDAS

Bom, depois de conhecer os modelos de terceirização, vamos às principais vantagens dela:

- O custo da terceirização é menor do que a contratação em CLT: de fato, você não precisará pagar por encargos trabalhistas e outros custos que envolvem a carteira assinada, resultando em menor burocracia e riscos.
- Ao terceirizar, uma empresa pode economizar em custos associados à contratação, treinamento, salários, e benefícios dos funcionários. Estima-se que o custo para contratar um novo vendedor possa variar de 10 a 15% do salário anual, isso sem incluir os custos de treinamento e desenvolvimento.
- A empresa ganha capilaridade: a empresa consegue expandir sua abrangência para outras regiões, podendo terceirizar vendedores locais.
- Os vendedores focam nas metas: quando você terceiriza bons vendedores, geralmente eles trabalham mais focado nas metas, sem outras distrações.
- A gestão é simplificada: o gestor de vendas consegue focar mais no acompanhamento dos resultados de cada vendedor, já que o time atua de forma mais remota. Ele também consegue ter mais tempo para o core business.

- 
- Terceirizar a equipe de vendas pode ser uma estratégia eficaz para empresas que buscam otimizar suas operações, reduzir custos e/ou aprimorar seu alcance de mercado. No entanto, os benefícios específicos podem variar dependendo de fatores como o tipo de empresa, indústria, e seus objetivos de negócios específicos.
  - Acesso a novas especializações e experiências: a terceirização permite o acesso a equipes de vendas especializadas em mercados ou produtos específicos, que talvez fosse difícil ou caro para a empresa alcançar por conta própria.
  - Flexibilidade e Escalabilidade: as empresas podem ajustar facilmente o tamanho e o foco de uma equipe de vendas terceirizada para corresponder às mudanças nas demandas ou estratégias de negócios.
  - Foco no Core Business: terceirizar a equipe de vendas pode permitir que a empresa se concentre em suas principais competências, liberando tempo e recursos.
  - Alcance de Mercado e Expansão: uma equipe de vendas terceirizada pode ter acesso a redes e mercados estabelecidos que seriam difíceis de alcançar de outra forma. Isso pode acelerar a expansão da empresa para novos mercados geográficos ou segmentos de mercado.
  - Redução de Riscos: ao terceirizar, as empresas podem mitigar o risco associado à contratação e manutenção de uma equipe de vendas interna. Isso pode ser especialmente benéfico para startups e pequenas empresas.
  - Testes A/B: pode atuar de uma forma com uma equipe e de outra forma com outra. Assim terá indicadores para analisar e decidir qual a melhor estratégia comercial.
- 




# AS DESVANTAGENS DA TERCEIRIZAÇÃO DO COMERCIAL

É importante observar que a terceirização também pode ter desvantagens, como a perda de controle sobre as relações com os clientes, a possibilidade de conflito de interesses ou a possibilidade de a equipe terceirizada não estar alinhada com a cultura e os valores da empresa.

- A terceirização da equipe de vendas pode dificultar a gestão: o relacionamento entre o gestor e sua equipe terceirizada fica mais distante, o que pode dificultar alguns processos e até mesmo os próprios resultados nas vendas.
- Os vendedores terceirizados geralmente prestam serviços para várias empresas: ou seja, a sua empresa não é a prioridade dos vendedores terceirizados, pois eles precisam dividir a rotina de trabalho para atender a vários empreendimentos ao mesmo tempo.
- Risco jurídico: é preciso ficar muito atento ao contrato dos terceirizados, sejam eles autônomos ou pertencentes a outra empresa. A legislação trabalhista precisa ser cumprida, sob pena do seu negócio ser responsabilizado judicialmente.
- Desalinhamento entre os terceirizados e a cultura corporativa: existe o risco dos terceirizados não se adequarem à cultura da empresa, e isso pode colocar em risco todo o trabalho de construção e fortalecimento da sua marca.





# E ENTÃO, COMO TOMAR ESSA DECISÃO?

Entre vantagens e desvantagens, essa escolha dependerá da sua empresa.

Cada uma sabe de suas atuais demandas, de seu atual orçamento, de seu modelo de negócio e seus procedimentos rotineiros.

Uma dica é: se menos de 10% é a sua taxa de conversão em vendas, há algo de errado, então busque algo diferente.

Muitas empresas optam pela terceirização para enxugar seus custos e, assim, poderem contratar mais vendedores para o time.

Já outras acreditam que a área de vendas é o coração do negócio, e, por isso, preferem manter o time todo por perto e com exclusividade.

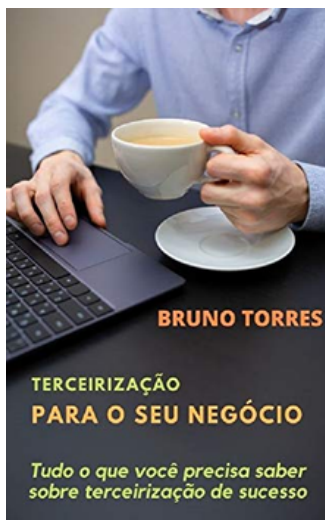
Então, avalie os prós e contras – e se for necessário, faça um teste por algum tempo para a terceirização.

Caso perceba que essa prática não vem dando retorno, pode valer a pena investir na carteira assinada de forma mais tradicional.

Caso opte pela terceirização da equipe de vendas, ofereça um treinamento consistente e de um contrato formalizado.

Independentemente da sua escolha, você precisará ter um sistema que integre perfeitamente a sua equipe de vendas. E nada melhor que um bom software CRM para isso.

# DICA DE LIVRO

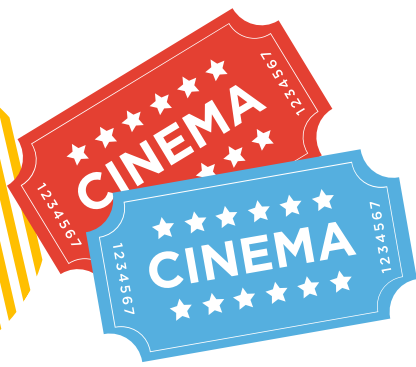


Neste livro veja como a empresa pode economizar tempo, custos e dedicar tempo e esforço em seu negócio principal.





# ASSISTA ESSE CONTEÚDO EM VÍDEO



E AÍ?  
GOSTOU DESSE CONTEÚDO?

Conheça nosso  
**Software de CRM**

AGENDE UMA CALL DE  
APRESENTAÇÃO

---

The logo for Clientar CRM features a blue circle containing an orange square with a white line graph showing an upward trend. To the right of this icon, the word "Clientar" is written in a large, blue, sans-serif font, and "CRM" is written below it in a smaller, orange, sans-serif font.

**Clientar**  
CRM

Sistema de gestão da  
carteira de clientes.

A small icon of a globe with latitude and longitude lines, colored in shades of orange and yellow.  
[clientarcrm.com.br](https://clientarcrm.com.br)

# CONHEÇA O AUTOR

## Paulo Araújo

Fundador da Clientar CRM  
Palestrante e Consultor de Vendas



### Autor dos livros



[pauloaraujo.com.br](http://pauloaraujo.com.br)