



# MARKETING E VENDAS



CONSULTORIA EM  
**GESTÃO**

## PLANEJAMENTO E GESTÃO DE VENDAS (CRM)

Implemente e otimize agora mesmo seu sistema de gestão de relacionamento com o cliente (CRM). Estruture um funil de vendas eficaz que aumente a eficiência de sua equipe, melhore a gestão de seus clientes e potencialize a receita da sua empresa. Transforme seus processos de vendas e alcance um novo patamar de resultados.

**Dicas:** Verificar se a empresa já utiliza a metodologia de CRM, se possui algum sistema ou planilha para a gestão e acompanhamento.

Sempre, antes da consultoria, o consultor deve conferir o link e a performance das ferramentas que constam como apoio para as consultorias, visto não serem estas de responsabilidade do Sebrae.

As ferramentas disponibilizadas no box de ferramentas devem ser baixadas, em sua última versão, junto ao drive disponibilizado pelo Sebrae/RS. Se alguma ferramenta solicitar senha, utilize Sebrae.

**Objetivo:** Implementar uma metodologia de CRM com um funil de vendas estruturado utilizando ferramentas acessíveis, visando aumentar a eficiência das vendas, melhorar a gestão dos clientes e aumentar a receita da empresa.

**Carga horária:** A consultoria é composta por 15 horas no total, sendo 12 horas de trabalho com o cliente e 3 horas de preparação e planejamento no escritório do consultor.

A consultoria foi concebida para atender nos formatos: presencial, online e híbrido.

Para o formato híbrido, considera-se 4 horas presenciais com o cliente, para maior efetividade e engajamento e 8 horas online, para as atividades que podem ser conduzidas a distância, de forma eficaz, proporcionando flexibilidade e acessibilidade.

**Entrega para a empresa:** Metodologia de CRM definida e implementada e funil de vendas estruturado e operacional.

### **Etapa 1 – SITUAÇÃO ATUAL**

- Conhecer a empresa, validar a demanda e realizar o alinhamento de expectativas, papéis e entrega da consultoria.
- Identificar a estrutura atual de vendas e relacionamento com clientes.
- Levantar informações sobre os processos atuais de vendas, ferramentas utilizadas, e principais desafios enfrentados.
- Verificar se a empresa já utiliza algum sistema de CRM e qual o grau de utilização e eficácia.
- Caso a empresa não utilize sistema, desenvolver a metodologia CRM com ferramentas em excel, para gerenciar os dados dos clientes e demais informações.
- Coletar dados históricos de vendas, informações sobre a base de clientes, ciclo de vendas, taxas de conversão, e outras métricas relevantes.
- Analisar a segmentação de clientes atual e identificar oportunidades de melhoria.

### **Etapa 2 – INTERVENÇÃO**

- Desenvolver a metodologia de CRM na prática, utilizando a ferramenta definida com a empresa (planilhas ou sistema)

- Organizar os campos e informações essenciais que devem ser registrados, como nome do cliente, contato, histórico de interações, status do lead, entre outros.
- Estruturar o funil de vendas, definindo suas etapas de acordo com o ciclo de vendas da empresa (exemplo: prospecção, qualificação, proposta, negociação, fechamento).
- Estabelecer critérios claros para a movimentação de leads entre as etapas do funil.
- Orientar a empresa na utilização da metodologia definida e a gerenciar o funil de vendas, registrando os leads em cada etapa e acompanhando seu progresso.
- Monitorar a eficácia do funil de vendas realizando ajustes conforme necessário.
- Analisar as métricas de desempenho e fornecer feedback para a equipe de vendas.
- Implementar melhorias contínuas com base nas análises de desempenho.
- Orientar na criação de relatórios e dashboards personalizados nas planilhas para acompanhamento das métricas de vendas, como taxa de conversão, tempo médio de fechamento, valor médio das vendas, entre outros.
- Realizar reuniões periódicas para revisar os resultados e planejar ações de melhoria.

### **ETAPA 3 – SAÍDA**

- Realizar o encontro final da consultoria.
- Mensurar o impacto da intervenção com base em resultados qualitativos e/ou quantitativos.
- Criar um plano para continuidade das práticas implementadas.

- Identificar possíveis passos e ações futuras, indicando no relatório final da consultoria.

### **ESCRITÓRIO DO CONSULTOR**

- Contatar cliente para prever agendamentos dos encontros.
- Realizar pesquisas dentro do assunto da subcategoria, quando necessário.
- Pesquisar as ferramentas mais adequadas para o momento de gestão da empresa no box de ferramentas, ferramentas próprias ou de mercado.
- Preencher relatório de escritório do consultor, com todas as atividades realizadas, para buscar subsídios para realizar a consultoria.
- Preencher os relatórios no Portal Integra, anexando as evidências.

### **CONSULTORIA COMPLEMENTAR**

**Sugestão de Aplicação:** Revisão de estratégias de CRM e ajustes para melhorar a gestão de relacionamento com clientes.

### **BOX DE FERRAMENTAS**

- Planilha funil de vendas simplificado
- Plano de vendas
- Plano de ação de vendas
- Modelo de relatório de vendas
- Ebook metodologia CRM
- Infográfico 8 benefícios do funil de vendas
- Plano de ação visual
- Plano de ação em excel