



MARKETING E VENDAS



CONSULTORIA EM
GESTÃO

ESTRUTURAÇÃO DA ÁREA COMERCIAL

Estruture sua área comercial e veja suas vendas melhorarem! Potencialize o relacionamento com seus clientes, melhore seu desempenho e impulse os resultados da sua empresa. Acesse ferramentas estratégicas para otimizar processos, identificar oportunidades de crescimento e aumentar a eficiência da sua equipe de vendas. Aproveite essa chance de transformar sua área comercial e garantir um crescimento sustentável e consistente para o seu negócio.

Dicas: É desejável que a empresa providencie para o primeiro encontro, informações sobre sua atuação, estrutura comercial e indicadores de vendas. Realizar a etapa do Cliente Oculto com 10 (dez) dias de antecedência em relação a etapa 2 da consultoria, para ter tempo hábil de compilar as informações e apresentar ao empresário.

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: Avaliar e definir a estrutura comercial da empresa, buscando otimizar e maximizar os resultados de vendas.

Carga horária: A consultoria é composta por 25 horas no total, sendo 22 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 6 horas presenciais com o cliente, para maior efetividade e engajamento e 16 horas online, para as atividades que podem ser conduzidas a distância, de forma eficaz, proporcionando flexibilidade e acessibilidade.

Entrega para a empresa: Estrutura da área comercial, contendo a matriz produto x mercado, indicadores e metas para vendedores/produtos/serviços/região e plano de ação para adequação da área. Relatório de devolutiva do cliente oculto.

ETAPA 1 – SITUAÇÃO ATUAL

- Realizar o Cliente Oculto, conforme o Guia de Orientação, considerando os seguintes objetivos:
 - a) Avaliar a estrutura comercial da empresa contemplando canais, estratégias e processos, para identificar pontos fortes e oportunidades de melhoria.
 - b) Avaliar a experiência do cliente em todos os setores da empresa.
 - c) Utilizar os resultados obtidos para melhorar a experiência dos clientes e sua satisfação.
 - d) Utilizar os resultados para aprimorar o treinamento e reciclagem das equipes de vendas.
- A metodologia contempla:
 - a) Realizar o Cliente Oculto nos canais de vendas da empresa: site, varejo, vendas internas, televendas, venda externa e outros que possam ser apontados pela empresa.

- b) Observar in loco e realizar pesquisa qualitativa com clientes.
- c) Entrevistar sócios e pessoas chave da empresa.
 - Analisar as informações do Cliente Oculto.
 - Preparar o relatório de devolutiva.
 - Preparar recomendações para a construção do plano de ação, ao longo da consultoria.

ETAPA 2 – INTERVENÇÃO

- Conhecer a empresa, validar a demanda e realizar o alinhamento de expectativas, papéis e entrega da consultoria.
- Realizar a Devolutiva do Cliente Oculto e das entrevistas que foram realizadas com os sócios, pessoas chave e clientes, quando houver.
- Analisar as informações sobre a estrutura e atuação comercial da empresa e os dados do Cliente Oculto.
- Construir o plano de ação para melhorias a partir da devolutiva do Cliente Oculto.
- Verificar o Planejamento comercial com a construção da matriz produto x mercado.
- Construir a curva ABC e orientar sobre sua estruturação e funcionamento.
- Construir e analisar a curva ABC de demanda.
- Estruturar a abordagem para os mercados definidos.
- Estruturar, analisar e validar a carteira de clientes.
- Definir o organograma da categoria de vendas.
- Definir o perfil dos vendedores/representantes.
- Definir os indicadores e metas para vendedores/produtos/serviços/região.

- Construir o plano de ação para adequação da estrutura comercial da empresa, juntamente com o empresário.
- Implementar o plano de ação.

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 da estrutura da área comercial e ajustes conforme as necessidades do mercado.

BOX DE FERRAMENTAS

- Matriz produto x mercado
- Matriz de Ansoff
- Curva ABC de demanda
- Roteiro questionário cliente oculto
- Formulário de entrevista do cliente oculto – sócios e pessoas chave
- Formulário de entrevista do cliente oculto – clientes
- Relatório de devolutiva do cliente oculto
- Ebook orientações cliente oculto
- Ebook ferramentas de business intelligence (BI) para análise de

dados de vendas

- Plano de ação visual
- Plano de ação em excel