
2024

ANÁLISE DE RESULTADOS DA EQUIPE DE VENDAS



Elaborado por: Luiza Mascarenhas Soares

INTRODUÇÃO

Este relatório foi desenvolvido para compor meu portfólio e tem como objetivo analisar o desempenho da equipe de vendas de uma empresa SaaS (Software as a Service). Para isso, utilizei dados fictícios, simulando cenários reais de mercado, a fim de demonstrar habilidades em análise e interpretação de dados.

No decorrer da análise, são abordados o desempenho geral, o impacto das políticas de desconto, a distribuição de resultados por planos e consultores, e os tempos de fechamento de vendas. Ao final, são apresentadas recomendações práticas para otimizar os resultados e contribuir para a melhoria do processo de vendas da empresa.

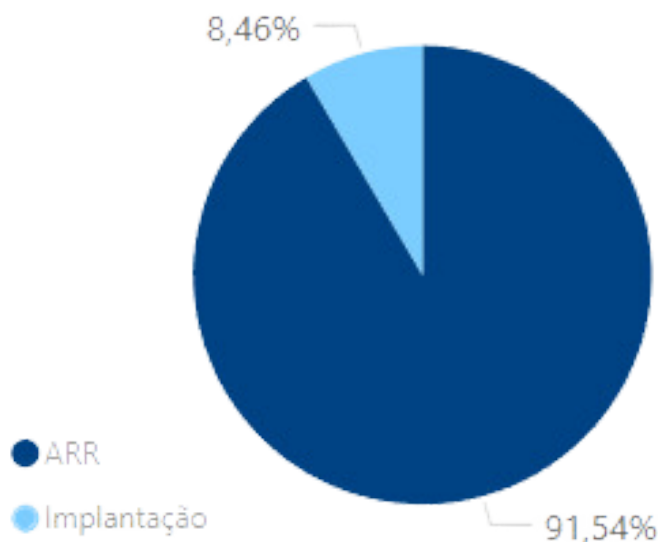


DESEMPENHO GERAL DA EQUIPE DE VENDAS

Faturamento

O modelo de receita recorrente é a principal fonte de faturamento, destacando a eficácia da estratégia de retenção de clientes e continuidade dos serviços.

A Implantação, embora com menor participação, reflete a importância das etapas iniciais para a concretização de novas receitas.



ARR Comparado

R\$ 3 M

R\$ 2 M

R\$ 1 M

R\$ 0 M

● ARR com Desconto ● ARR sem Desconto

ARR

Uma análise detalhada do ARR (Receita Recorrente Anual) com e sem desconto revela um impacto significativo das políticas de desconto. Este fator é relevante, pois evidencia que as receitas poderiam ser ampliadas caso houvesse uma redução nos descontos aplicados ou uma renegociação de valores em contratos maiores.

DESEMPENHO POR PLANOS

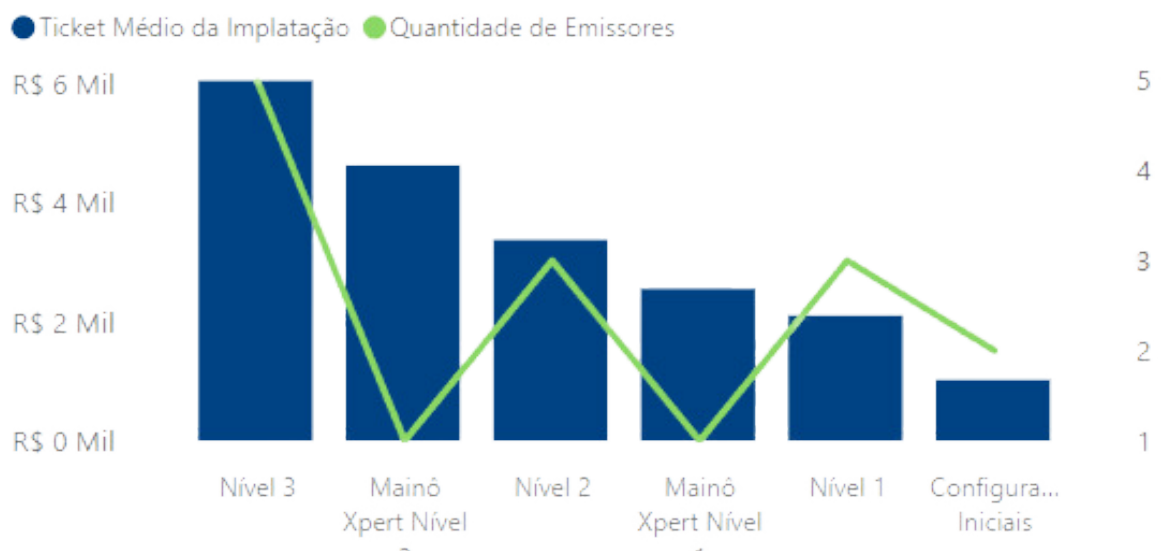
A distribuição de vendas entre os planos oferecidos demonstra uma concentração em contratos do Plano I e Plano II, que possuem tickets mais baixos. Por outro lado, os Planos de Serviços e Empresarial tiveram menor adesão.

Isso indica que os planos de maior valor não estão sendo promovidos de maneira eficaz ou que existe uma resistência dos clientes em contratá-los. A segmentação do mercado e uma revisão das estratégias de marketing podem ajudar a reverter esse cenário.

IMPACTO DO TICKET MÉDIO

Os dados mostram que o ticket médio de implantação é de aproximadamente R\$ 1,8 mil. A distribuição de valores revela que a maior parte dos contratos está concentrada em faixas mais baixas. Isso pode limitar o potencial de crescimento da empresa a longo prazo, especialmente se não forem implementadas estratégias para promover upselling e cross-selling.

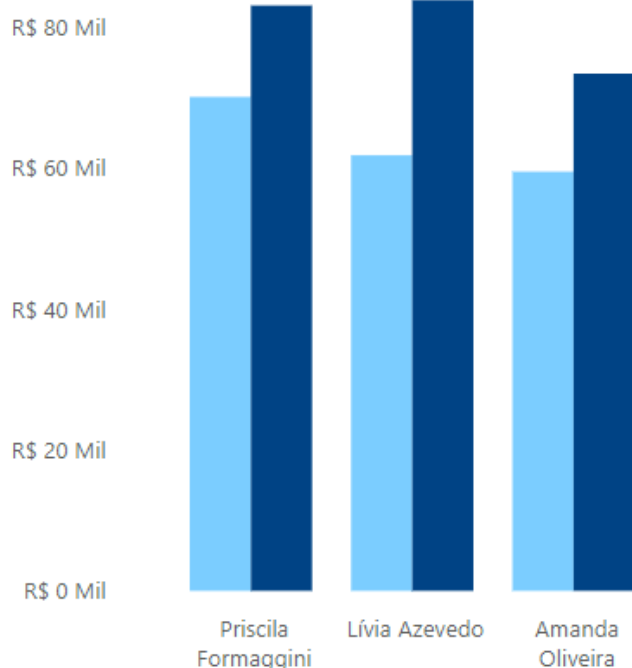
Distribuição do Ticket Medio de Implantação e Emissores por Contrato



EFICIÊNCIA DOS SDRs

MRR Comparado por SDR

● MRR com Desconto ● MRR sem Desconto



Entre os SDRs, Priscila Formaggini foi a mais eficaz, gerando o maior MRR. Amanda Oliveira e Livia Azevedo também apresentaram desempenhos relevantes.

Esse dado reflete a habilidade dessas profissionais em qualificar leads e encaminhá-los para fechamento com alto potencial de sucesso. No entanto, é essencial acompanhar a performance dos SDRs com menor resultado e oferecer treinamentos para alinhar a equipe a um nível mais homogêneo de produtividade.

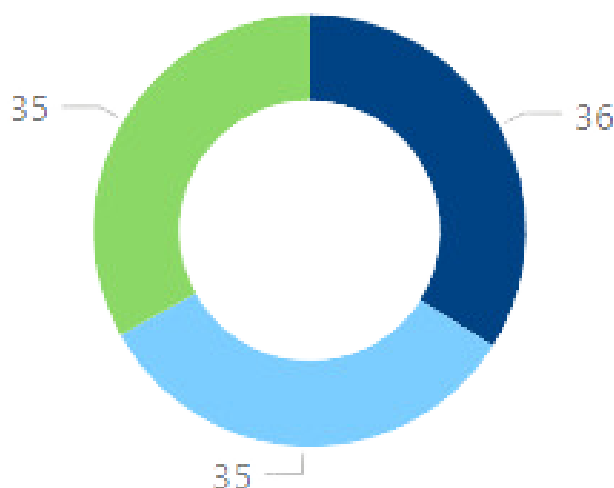
Distribuição da Razão Social por SDR

A análise da distribuição evidencia um equilíbrio geral na performance das SDRs, sugerindo que o processo de qualificação de leads está sendo bem conduzido por todas.

Contudo, acompanhar de perto possíveis diferenças na abordagem pode auxiliar na identificação de oportunidades para treinamentos e melhorias.

Razão Social por SDR

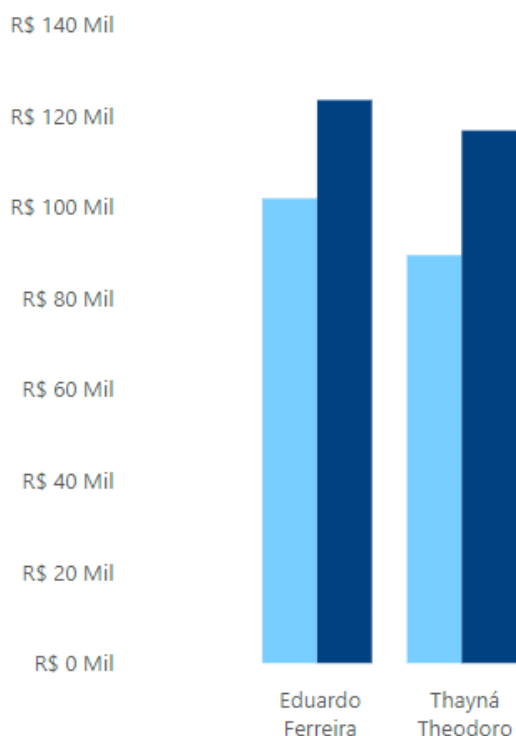
● Priscila Formaggini ● Amanda Oliveira ● Livia Azevedo



EFICIÊNCIA DOS CONSULTORES

MRR Comparado por Consultor

● MRR com Desconto ● MRR sem Desconto



Em termos de desempenho individual, Eduardo Ferreira se destacou como o consultor com maior faturamento, alcançando aproximadamente R\$ 140 mil em MRR sem desconto. Thayná Theodoro também apresentou resultados consistentes.

Este dado reflete diferenças importantes na performance dos consultores e sugere que a padronização de práticas bem-sucedidas poderia beneficiar toda a equipe.

Tempo Médio de Fechamento

O tempo médio para fechamento de vendas é de 43,85 dias. Essa métrica é um indicador importante para avaliar a eficiência do ciclo de vendas. Consultores com desempenho abaixo dessa média devem ser avaliados para identificar gargalos, como dificuldades em negociação ou processos internos que retardam a finalização dos contratos.

O tempo para fechamento também varia entre os planos, com os Planos Empresarial e de Serviços demandando mais tempo para conclusão. Isso é esperado, dado o maior ticket envolvido, mas aponta para a necessidade de melhorar a abordagem comercial para esses casos.

RECOMENDAÇÕES

- 1.Revisar Políticas de Desconto:** Avaliar o impacto dos descontos aplicados, especialmente em contratos de maior valor. É recomendável que os descontos sejam limitados ou condicionados a metas específicas de crescimento.
- 2.Capacitar Consultores:** Oferecer treinamentos para os consultores com desempenho abaixo da média, com foco em técnicas de negociação e gestão de pipeline.
- 3.Incentivar a Venda de Planos de Maior Valor:** Redesenhar as estratégias de marketing e vendas para destacar os benefícios exclusivos dos planos de maior ticket, atraindo clientes com maior potencial de receita.
- 4.Otimizar o Ciclo de Vendas:** Mapear os principais gargalos no processo de fechamento e implementar soluções para agilizar o ciclo, especialmente para os Planos Empresarial e de Serviços.
- 5.Monitorar e Melhorar a Performance dos SDRs:** Continuar acompanhando as métricas de desempenho para identificar e replicar boas práticas, enquanto se investe no desenvolvimento de SDRs com resultados abaixo do esperado.