



Desenvolvendo Equipes de Vendas e Incrementando Resultados através do Programa EGC - *E*xcelência em *G*estão *C*omercial



Como obter a máxima produtividade na área de vendas ?

Esta é a pergunta feita pela maioria dos gestores de negócios no dia-a-dia das empresas.

Mas quais são os verdadeiros problemas ?

AS principais demandas das equipes de vendas podem ser classificadas em dois níveis: estratégicos e operacionais. Confira abaixo alguns exemplos;



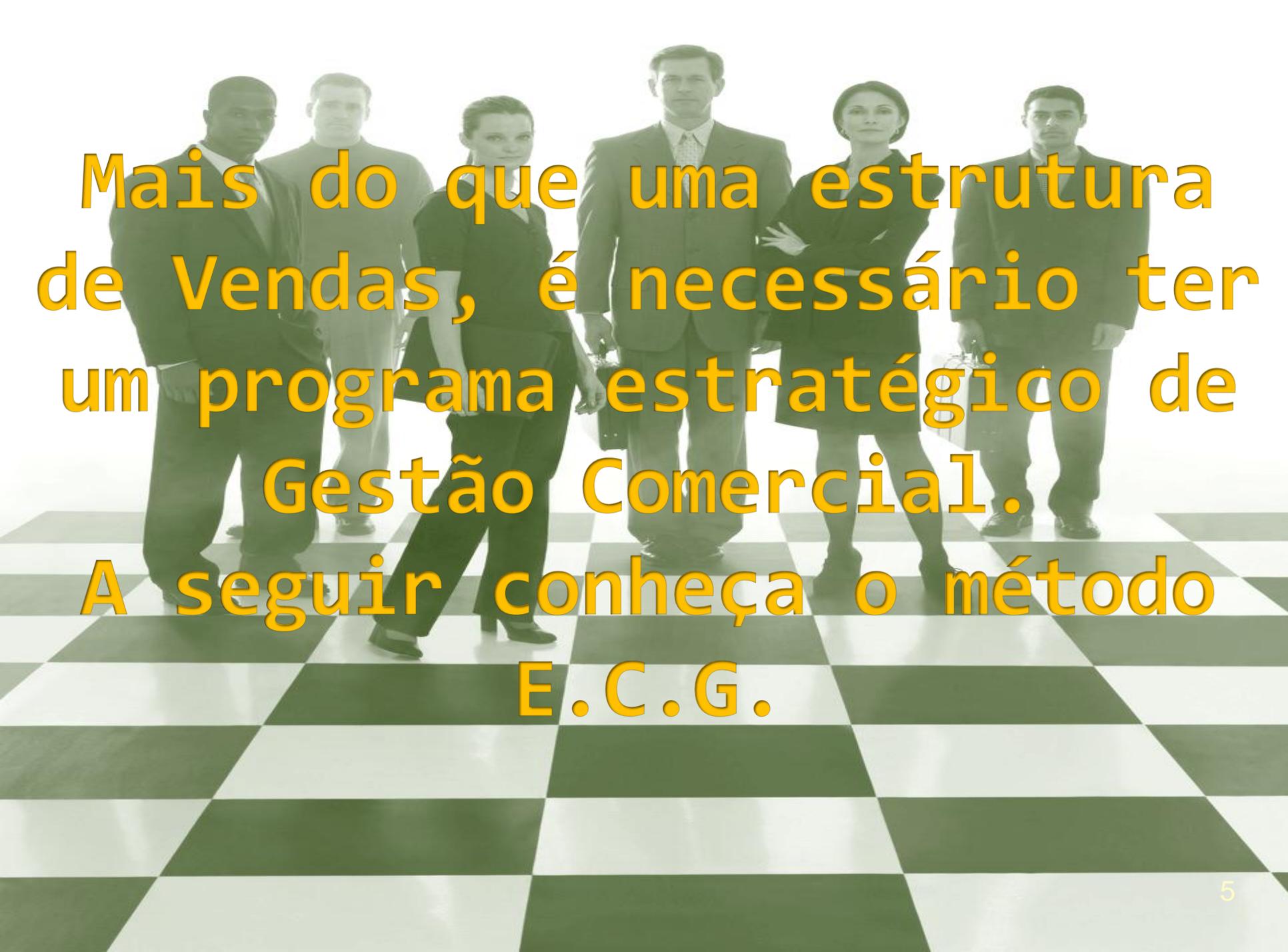
Estratégicos

- Ausência de segmentação ou segmentação errada da base de clientes
- Definição incorreta do canal de vendas
- Falta de padrão em Políticas comerciais
- Ineficiência de pós venda reduzindo as expectativas de recompra
- Políticas de incentivo aos vendedores com baixa efetividade e/ou em desarmonia com as metas
- Tamanho e distribuição geográfica dos territórios



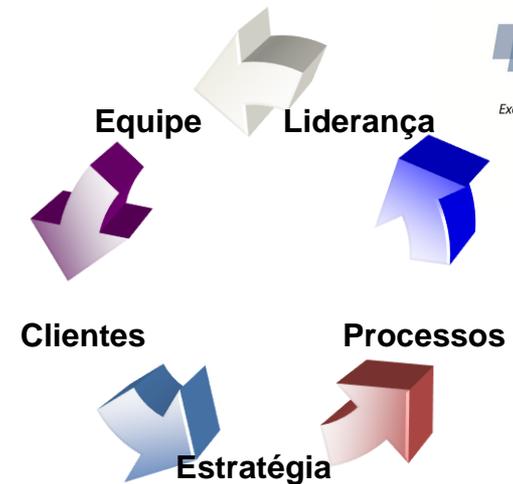
Operacionais

- Falhas nos processos de faturamento e entrega dos produtos vendidos
- Ausência ou falha nos indicadores de desempenho
- Baixa sinergia entre equipe de vendas e as áreas de suporte
- Falta de acuracidade nas previsões de vendas
- Inexistência de histórico comercial do cliente
- Trabalho em grupo e não em equipe

A group of six business professionals (three men and three women) in dark suits and dresses are standing on a checkered floor. The image is semi-transparent, allowing the text to be clearly visible. The text is in a bold, yellow, sans-serif font.

Mais do que uma estrutura
de Vendas, é necessário ter
um programa estratégico de
Gestão Comercial.
A seguir conheça o método
E.C.G.

Antes de avançar, é necessário alinharmos qual a dinâmica da área de vendas de qualquer empresa.



São **cinco** os "atores" envolvidos na dinâmica de vendas de qualquer companhia, indiferente do tamanho da empresa e do segmento de negócios em que ela atua. São eles: Equipe (Pessoas), Liderança, Processos, Estratégias e Clientes

A **interdependência** entre os "atores" é total. Não se obtém alta performance se ocorrer ruptura entre eles.

Eventuais rupturas acontecem, gerando **sobrecargas** na estrutura. A curto prazo podem ser sustentadas, mas a médio e longo prazo são inviáveis na manutenção dos resultados e de um ciclo longo de vendas e lucro.

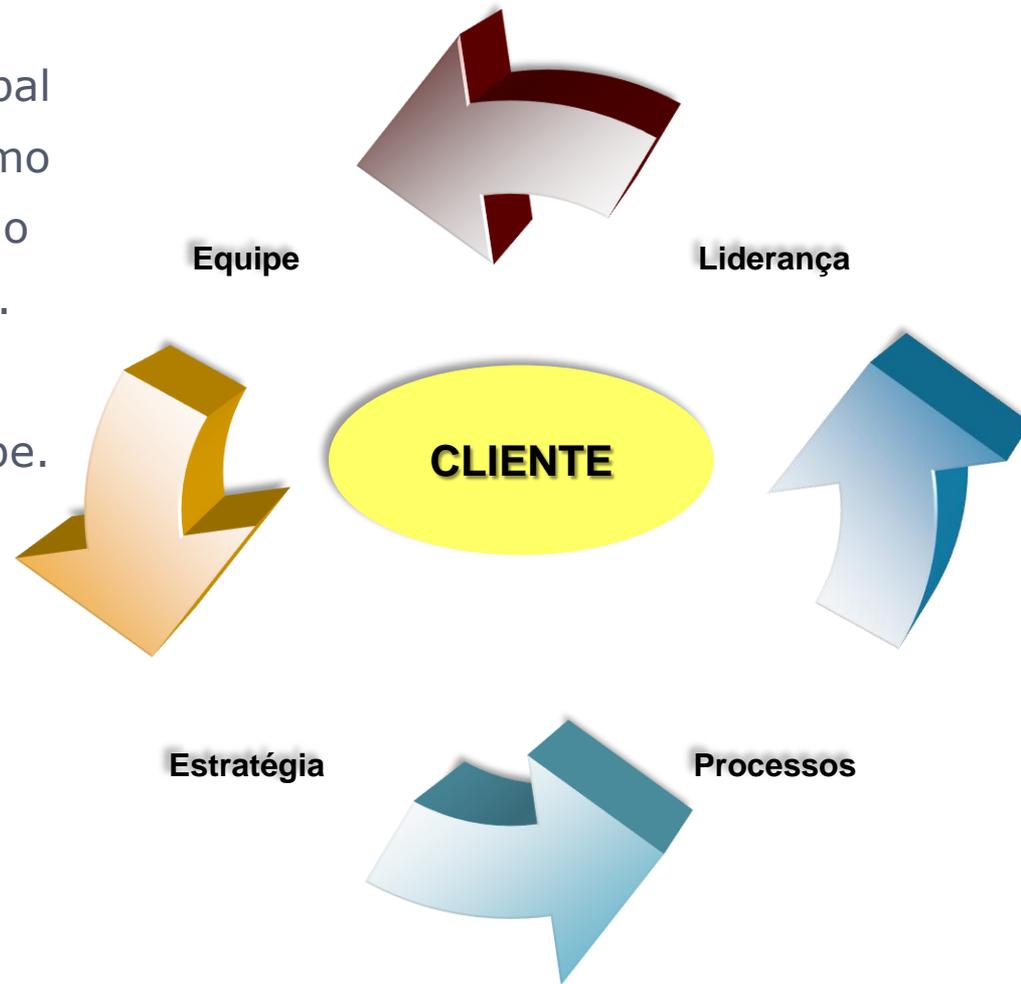
Conceito do Modelo E.G.C.®

Excelência em Gestão Comercial

Considerando que o Cliente é o principal ativo da empresa, deslocamos o mesmo para o centro das ações, consolidando assim, a estrutura do método E.G.C.

com os 4 pilares :

Estratégia, Processos, Liderança e Equipe.



Fluxo do Modelo E.G.C. Excelência em Gestão Comercial



O fluxo é uma constante e se retroalimenta.

Dentro de um processo de construção da área comercial, iniciaremos sempre pela revisão da estratégia (1) evoluindo até a estrutura da equipe (4).

Mas com o dia-a-dia e a dinâmica dos mercados, nem sempre é possível reiniciar cada etapa pela fase 1.

O importante então, é estabelecer este fluxo dentro de um processo de auto controle e simetria, evitando assim o que chamamos de sobrecargas e rupturas das estruturas.

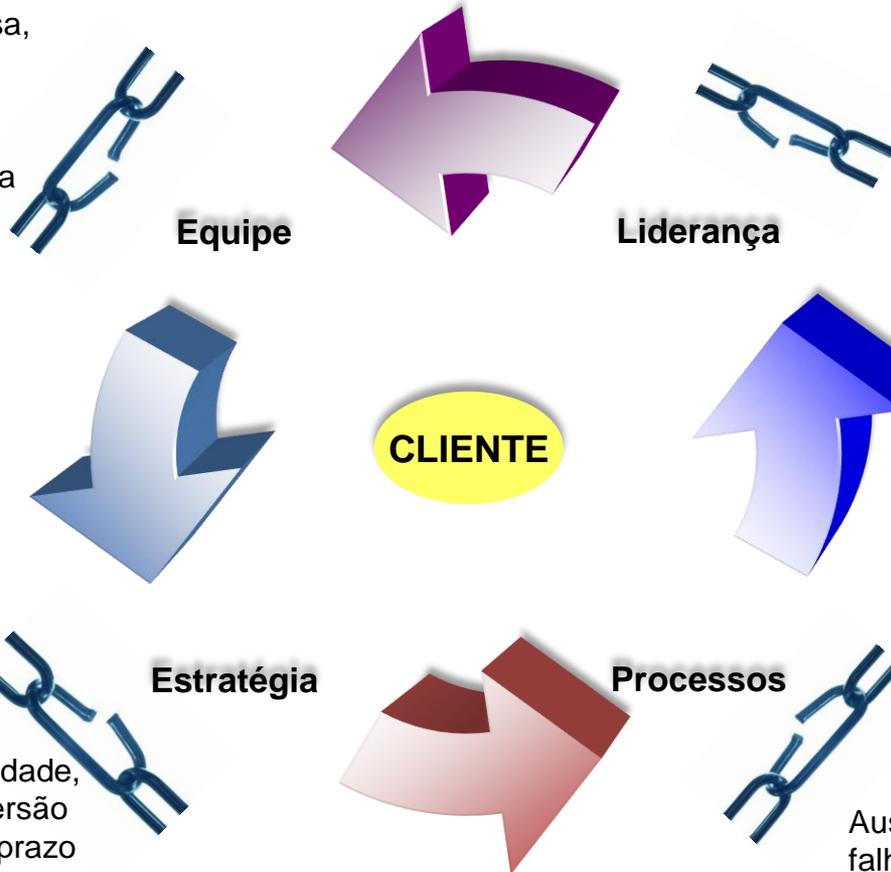
Desta forma, chegamos ao modelo **E.G.C.®**

Sobrecargas e Rupturas

Impactos na Gestão

Equipes são formadas por pessoas. Estas por sua vez, devem possuir o perfil alinhado a cultura da empresa, aos processos, ao negócio e a equipe.

Rupturas na composição e no perfil da equipe, impedem a correta execução dos processos e a implementação das estratégias.



Falhas na vis\u00e3o e elabora\u00e7\u00e3o da estrat\u00e9gia, geram baixa competitividade, perda de foco e conseq\u00fcente dispers\u00e3o da produtividade. A m\u00e9dio e longo prazo estes problemas impedem o progresso do neg\u00f3cio e das equipes.

Rupturas na lideran\u00e7a geram uma inseguran\u00e7a na execu\u00e7\u00e3o dos trabalhos pela equipe e instabilidade nas defini\u00e7\u00f5es e revis\u00f5es da estrat\u00e9gia. O impacto pode ser minimizado pelo grau de maturidade dos colaboradores e efici\u00eancia dos processos, mas a longo prazo o modelo est\u00e1 comprometido.

Aus\u00eancia de processos ou processos falhos dificultam ou inviabilizam a execu\u00e7\u00e3o correta das atividades e conseq\u00fcentemente a obten\u00e7\u00e3o dos resultados por parte da equipe, al\u00e9m de fragilizar as lideran\u00e7as.

Desmembrando os Pilares do E.G.C[®]

Veja alguns dos principais componentes a serem mapeados, diagnosticados e desenvolvidos em cada etapa do processo da implementação do ECG.



ESTRATÉGIA

- Desenho, planejamento e desenvolvimento de canais de venda
- Estabelecimento de políticas comerciais por canal
- Maximização da concessão de prazos & descontos
- Segmentação da base de clientes
- Programas para incremento do ticket médio do cliente
- Definição do valor de cada grupo de clientes
- Gestão do ciclo de vida dos clientes - da Conquista a Retenção
- Definição de territórios comerciais



PROCESSO

- Definição do ciclo de vendas
- Modelagem das vendas
 - + Prospecção
 - + Abordagem
 - + Negociação
 - + Fechamento
 - + Operacionalização Venda
 - + Pós Venda
- Gestão da base de clientes
- Comunicação inter e entre equipes
- Previsão Vendas
- Estabelecimento de indicadores de desempenho
- Captura de informação estratégica no mercado
- Análise da concorrência



LIDERANÇA

- Comunicar a visão e objetivos da empresa
- Desenvolvimento do "ambiente propicio" à correta execução das estratégias
- *Coaching e counseling* como ferramenta de estímulo ao progresso e desenvolvimento dos colaboradores
- Gestão do tempo e definição de prioridades
- Processos de avaliação de desempenho de colaboradores
- Habilidades de seleção de pessoal



EQUIPE

- Diagnosticando o perfil e momento da equipe
- Atendimento às demandas de capacitação & treinamento
- Programas de avaliação de performance
- Alinhamento de propósitos - empresa - líder e equipes
- Identificando, desenvolvendo e retendo os talentos
- Estruturação de política de premiação e campanhas de incentivo à equipe de vendas

Estruturação do *Dashboard*

Finalizando a implementação do E.C.G., seguimos com a construção de um painel de controle gerencial através da identificação, implantação e acompanhamento dos principais indicadores que sustentem o resultado da equipe e dos negócios.

O RESULTADO FINAL DO E.G.C. SERÁ SEMPRE O INCREMENTO DA EFICÁCIA COMERCIAL ATRAVÉS DO ALINHAMENTO DOS QUATRO FATORES CRÍTICOS

– ESTRATÉGIA, LIDERANÇA, PROCESSOS E EQUIPE –

EVITANDO DESTA FORMA, QUE OCORRAM RUPTURAS E SOBRECARGAS EM QUAISQUER DESTES PONTOS PERMITINDO QUE O FLUXO DE VENDA MANTENHA-SE EXCLUSIVAMENTE FOCADO NA CONQUISTA DOS RESULTADOS

MÁXIMO DE RESULTADO COM O MÍNIMO DE RECURSOS

**NÃO IMPORTA O TAMANHO OU O NEGÓCIO DA SUA EMPRESA !
FAÇA CONTATO CONOSCO E CONTRATE O
PROGRAMA E.G.C.[®] PARA SUA EMPRESA !**

www.dmvnegocios.com.br

projetos@dmvnegocios.com.br

