



Guiakast “Logística e Supply Chain” – Episódio 28

No episódio anterior falei sobre: Cabotagem, considerando

- O crescimento da Cabotagem;
- As perspectivas Futuras.

Não deixe de conferir o episódio 27 em – guiacorporativo.com.br/podcast

No episódio de hoje vou falar sobre o tema: Planejamento de Vendas

Você vai aprender sobre:

- Obstáculos;
- Objetivos da Empresa x Metas de Vendas;
- Olhe para o passado para planejar o futuro;
- Avaliação do Cliente;
- Análise SWOT;
- Tendências do Planejamento de Vendas.

Prever o futuro é muito difícil, e todos que já colocaram um Planejamento de Vendas em ação, sabem muito bem disso. As vendas são a força vital de um negócio lucrativo e é difícil tomar decisões sem uma boa leitura sobre o que está sendo planejado para o próximo trimestre.

1. Em quais clientes o foco da equipe deve se concentrar?
2. Quais territórios precisam de mais recursos?
3. Qual é o preço certo do produto?

O Planejamento de Vendas precisa fornecer informações vitais para responder a essas perguntas.

Mas há muitos desafios que devem ser superados para criar previsões precisas.

E no tópico GuiaKast coaching (A paciência agressiva)

Guia Marítimo

E nesse episódio temos como parceria o Guia Marítimo - a ferramenta do comércio exterior fazendo a diferença por 30 anos. Referência para a logística no comércio exterior publica informações sobre multimodalidade, portos, cabotagem e tendências 4.0. Um completo Guia de Serviços e Empresas podem ser consultadas no portal, gratuitamente. Mantenha-se informado através do site www.guiamaritimo.com.br

Obstáculos

Um obstáculo é a falta de colaboração entre os principais participantes, como finanças, vendas, operações e equipes de produtos. Outro erro é a inconsistente manipulação de dados em planilhas, que também tendem a inibir a colaboração.

Outro obstáculo persistente à precisão das previsões de vendas é a subjetividade. Muitas organizações estão tomando decisões baseadas mais em “intuições” ou preconceitos pessoais do que em dados e análises.

E outros usam ponderações de pipeline simples que não levam em consideração fatores importantes como informações sobre preços, fatores de mercado, tempo, tendências e número de funcionários.

Esses métodos acabam resultando em previsões imprecisas.

Objetivos da Empresa x Metas de Vendas

Ter objetivos na empresa são ótimos, são metas para o negócio como um todo. A equipe de vendas deve ter seu próprio conjunto de metas. Cada vendedor da equipe deve desenvolver seu plano de vendas com uma descrição detalhada de como atingirá essas metas. O roteiro deve incluir uma cadência de prospecção e revisões trimestrais para permanecer no caminho durante todo o ano.

Receita x transações

Seu plano de vendas incluirá receita bruta, número de transações, novas contas, upselling, referências ou todos os itens acima?

Pense nas várias maneiras pelas quais você pode atingir suas metas de vendas para o ano. Não subestime o poder de referências, upselling e cross-selling. Referências respondem por 10 a 12% das vendas e raramente são usadas em planos de vendas. Por que deixar dinheiro na mesa?

Olhe para o passado para planejar o futuro

De onde vieram as suas vendas no ano passado? Por quê? Eles são o tipo de clientes que você quer no seu Planejamento de Vendas atual? Qual foi o fator “Uau” que os fez decidir comprar de você em vez dos concorrentes?

Você considera o fato de que a maioria das empresas perde 10% de seus clientes todos os anos devido a fatores comerciais? Esse número é levado em consideração nas projeções de vendas?

Avaliação do Cliente

Que tipo de clientes você tem atualmente em seu portfólio de negócios? Os clientes são divididos em quatro categorias.

- **Cientes A** - são clientes altamente rentáveis e com baixa manutenção. Eles são os clientes que você quer se concentrar em obter no portfólio.
- **Cientes B** - estes são clientes que são bastante estáveis, estão no meio do fluxo de renda e são geralmente muito fáceis de manter.
- **Cientes C** - estes são clientes na extremidade inferior do fluxo de renda; são estáveis, pagam a tempo e dedicam-se muito pouco ao serviço.
- **Cientes D** - estes são os clientes que têm pouco lucro, sempre perseguindo o preço mais baixo e são difíceis de atender. Estes são os clientes que você deseja se livrar e não adicionar mais ao seu portfólio de clientes.

Pensando à frente

Você perdeu uma conta no ano passado para seu concorrente? Você está eliminando prospecções com eles porque eles estão fazendo negócios com seus concorrentes? Estas são oportunidades negligenciadas que podem ser adicionadas ao seu Planejamento de vendas. Ao desenvolver um plano de vendas, inclua até mesmo aqueles que poderia não estar olhando nesse momento. Você pode se surpreender ao descobrir que eles não estão tão felizes quanto pareciam quando você falou com eles pela última vez.

Esse é o momento para falar com eles, a primeira parte do ano é o momento em que as empresas avaliam as decisões de compra na maioria das indústrias.

Swot seus concorrentes

Você fez uma avaliação recente de seus pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças? Mais importante, você fez a análise SWOT em seus concorrentes? Assim como em seus clientes?

Conhecer o panorama de vendas da sua empresa ajuda a posicionar seu produto no melhor cenário possível para conquistar novos negócios.

Tendências do Planejamento de Vendas

Orientada por dados

As previsões se tornarão mais voltadas para os dados no futuro, à medida que as empresas colocarem a análise preditiva e o aprendizado colaborativo em ação para combater a subjetividade e o preconceito.

Essa abordagem também terá a vantagem de ser mais voltada para o futuro do que os métodos tradicionais de previsão.

Colaboração

Mais pessoas estarão envolvidas no processo de previsão para os próximos anos porque os dados fluirão de várias unidades de negócios para informar as previsões.

Os dados mais valiosos normalmente serão das equipes de linha de frente que estão familiarizados com as tendências atuais do mercado e têm o pulso sobre as necessidades dos clientes atuais e potenciais.

Multifuncional

Quando os planejadores adotam uma abordagem de Planejamento de Vendas conectada, eles têm a vantagem de acessar várias visualizações em uma única plataforma. Isso lhes permitirá avaliar melhor o desempenho por representante, região e empresa e alinhar funções de negócios.

Tendência consciente

Frequentemente, as previsões de vendas são vistas como instantâneas no tempo. Mas a introdução do tempo como uma dimensão pode trazer padrões e contexto para a integridade geral do pipeline de vendas - e resultar em uma previsão melhor.

Identificar os estilos de vendas dos profissionais de vendas, pode permitir que as organizações possam prever com mais precisão os resultados de vendas futuros.

Insights em tempo real

Com os dados fluindo para uma plataforma central e atualizados instantaneamente, as previsões serão baseadas em insights em tempo real. Isso permitirá que os tomadores de decisões implementem as correções conforme a necessidade, e os vendedores concentrem nos indicadores que movem a agulha e atualizem as previsões à medida que os mercados e as demandas mudam.

Conclusão

Alguém disse uma vez que **“o sucesso é um evento bem planejado”**. Essa afirmação se aplica mais definitivamente ao sucesso nas vendas. As organizações de maior produção têm um Planejamento de Vendas anual bem pensado e executado. Isso resulta em uma organização que funciona como uma máquina bem lubrificada. Sua melhor produção de vendas vem do reconhecimento de que existem fatores muito controláveis que podem levar a uma alta probabilidade de atingir seu Planejamento de Vendas anual.

A preparação é um pré-requisito para o sucesso. Embora seja verdade que ninguém pode prever exatamente o que vai acontecer com sua empresa, acompanhar as tendências futuras e aproveitar as forças esperadas para impulsionar o sucesso no próximo ano ajudará seu Planejamento de Vendas a promover as mudanças necessárias e aumentar a produtividade.

GuiaKast coaching (A paciência agressiva)

O mito do sucesso da noite para o dia é apenas um mito.

Você tem que entender que não importa o que você faz, o tempo está passando, o tempo sempre será um fator crucial.

Você pode apenas ter paciência e colocar os pés para cima e não fazer nada ou você faz tudo o que pode por dois meses e depois diz: não está funcionando.

E ambas opções estão errados, você precisa entender como praticar a Paciência Agressiva.

A paciência agressiva é essa - Eu entendo que vai levar tempo, mas também vou ser agressivo com tudo o que faço para fazer esse ponto acontecer.

Eu vou literalmente fazer tudo o que puder para acelerar esse processo com urgência.

Você nunca vencerá no mais alto nível até conseguir ter duas ideias concorrentes na sua cabeça.

Ideia número 1, isso vai levar dez anos

ideia número 2: vou fazer isso acontecer hoje e vou me perguntar todos os dias - por que não aconteceu hoje, que coisa eu não fiz, que conjunto de habilidades está faltando, o que vou fazer, qual é o próximo grande salto a frente que preciso dar?

Mas vai levar dez anos e só acontecerá comigo se eu estiver indo com tudo como se tivesse que acontecer agora.

Fazer coisas que importam leva tempo, fazer coisas ótimas leva tempo, fazer coisas que vão fazer com que você seja pago leva tempo.

Você não pode contornar isso, você não pode superar o tempo, não pode mudar, não pode fazer nada a respeito, isso vai levar tempo.

E se você consegue entender a paciência agressiva e como colocá-la em prática na sua vida, não apenas pode alcançar tudo o que deseja, mas também pode fazê-lo com uma sensação de calma, com uma sensação de confiança com uma sensação de certeza de que sua vida vai se tornar da maneira que você deseja.

É preciso fé, você tem que confiar que as coisas vão acontecer.

No final do dia, se você for dormir à noite e dormir bem, sabendo que todos os dias você deu tudo de si, pode se sentir bem com o fato das coisas acontecerem.

Se você pode entender que vai demorar muito tempo e que durante esse momento “hoje” você terá que fazer absolutamente tudo o que puder, você - não poderá ser outra coisa senão bem-sucedida.

Seja paciente, porém, seja agressivo!!

Recado!

O Guia Marítimo - Tradicional organizador de conferências e feiras anuncia a próxima Logitech Connect. Acesse guiamaritimo.com.br e saiba mais!

Próximo Episódio

Muito bem! isso é tudo para o GuiaKast de hoje, na próxima segunda feira voltaremos com um novo tópico sobre Logística e Supply Chain. E se você acredita no trabalho do GuiaKast e quiser apadrinhar o programa através de uma doação simbólica, basta ir até o site padrim.com.br/guiakast e participe.

Fechamento

E caso queira entrar em contato diretamente comigo, ligue através do telefone 98705 4454 – DDD 11 SP. Fique à vontade para ligar ou enviar uma mensagem.

E caso necessite de mais detalhes, basta ir até o site guiacorporativo.com.br/podcast/ que vou deixar disponível grátis para download a [transcrição desse episódio](#), com mais e mais sugestões para que te ajudem a se tornar um profissional Expert em Logística e Supply Chain.

E não se esqueça, se você precisa de um Guia, considere se inscrever no GuiaKast.

Até a próxima, seja o seu melhor, invista no sucesso de outros e faça a sua viagem contar.

Artigos:

<https://guiacorporativo.com.br/planejamentodevendas/>

<https://guiacorporativo.com.br/5principaistendenciasdoplanejamentodevendas/>

Website: <https://guiacorporativo.com.br/>

Podcast: <https://guiacorporativo.com.br/podcast/>

Livro - <https://guiacorporativo.com.br/recomendo/gc>

Comunidade LinkedIn - <https://guiacorporativo.com.br/linkedinGK>

Comunidade Facebook - <https://guiacorporativo.com.br/comunidadeGK>

LinkedIn - <https://www.linkedin.com/in/rodilsonsilva/>

Facebook – <https://guiacorporativo.com.br/FacebookP>

Twitter - <https://twitter.com/Rodilsons>

Instagram - <https://guiacorporativo.com.br/Instagram>

Diretórios:

Apple Podcasts - <https://guiacorporativo.com.br/apple>

Google Podcast - <https://guiacorporativo.com.br/google>

Spotify - <https://guiacorporativo.com.br/spotify>

Android – <https://guiacorporativo.com.br/android>

Deezer - <https://guiacorporativo.com.br/deezer>

Stitcher - <https://guiacorporativo.com.br/stitcher>

Castbox - <https://guiacorporativo.com.br/castbox>

TuneIn - <https://guiacorporativo.com.br/tunein>

Soundcloud - <https://guiacorporativo.com.br/soundcloud>

Radio Public - <https://guiacorporativo.com.br/radiopublic>

Tags

Supply Chain, Cadeia de Suprimentos, Logística, Transporte, Planejamento, S&OP, Frete, Armazenagem, Distribuição, Recebimento, Expedição, Planejamento, Demanda, Demand Driven, Lean