



## Como atingir metas de vendas realistas

A meta é o direcionamento para a sua força de vendas. Os objetivos bem definidos são o primeiro segredo de como atingir metas de vendas de forma prática e objetiva.

É justamente a meta que vai mostrar aonde o vendedor precisa chegar e qual o resultado a empresa espera dele. Este tipo de [indicador de desempenho](#) de vendas precisa ser muito bem estipulado. Sua criação precisa ser criteriosa e cuidadosa.

Afinal, elaborar uma meta é um grande desafio quando o assunto é **gestão da força de vendas**. Primeiro porque cada vendedor tem

um perfil e uma capacidade de produção. Segundo, porque a meta interfere diretamente no salário de um vendedor.

*Todo vendedor tem uma grande vontade de bater a meta, ser premiado e reconhecido pelo seu desempenho.*

Por outro lado, a meta de vendas é justamente o que vai motivar o vendedor aumentar a sua produtividade ou sentir-se desmotivado porque tem uma meta impossível de ser alcançada. Esta é a importância das metas de vendas: medir o desempenho e premiar ou não o vendedor.

Pensando na influência e na importância das metas nos resultados comerciais e na **motivação da força de vendas**, elaboramos um pequeno guia de como **influenciar positivamente a sua força de vendas** e como atingir metas de vendas que criem um desafio para toda a equipe de vendedores.

Mas, antes de começarmos, responda sinceramente: você sabe o significado de meta?

Cumprir [metas, mesmo de Ano Novo](#), às vezes não é fácil. Mas se você não sabe nem o significado de meta, vai ser mais difícil ainda.

Leia também: [Como alcançar metas de vendas e se destacar](#)

## **O que são metas de vendas, afinal?**

Confesse, você sabe o que são metas de vendas? São objetivos de vendas mensuráveis, definidos por um número e com um prazo para serem atingidos.

Portanto, lucrar mais, não é uma meta de vendas, é um desejo. Mas ter um lucro de 2 milhões de reais em 2 anos, isso é uma meta de vendas. Afinal, são as vendas que vão gerar esse lucro.

Veja mais sobre este assunto lendo nosso portagem: [Planejamento estratégico metas e objetivos: acerte](#)

[na mosca!](#)

## Quais os tipos de metas de vendas?

Se você quer saber como trabalhar com metas de vendas, precisa conhecer os dois tipos de metas de vendas mais usados.

**Existem as metas que mostram um retrato do momento ou os resultados do passado.**

Veja alguns exemplos de metas de vendas desse tipo: volume de vendas em reais, número de vendas realizadas, porcentagem de crescimento de vendas.

**O outro tipo de metas de vendas são aquelas que indicam uma tendência.**

**Por exemplo:** quanto mais ligações seus vendedores realizarem, a tendência é que fechem mais vendas.

Assim, veja mais exemplos de metas de vendas que indicam uma tendência: número de visitas feitas à clientes, número de propostas enviadas, número de novos clientes conquistados.

Perceba que essas metas que revelam tendências sempre são tarefas ou fatores que são maneiras práticas de como atingir as metas de retrato do momento.

Assim, se a equipe de vendedores atingir as metas de propostas enviadas e de visitas realizadas, possivelmente alcançará as metas de volume de vendas.

Por isso, não há como atingir metas de vendas sem pensar nos dois tipos de metas. O estabelecimento de metas de vendas sempre deve levar isso em conta.

Um bom follow-up é fundamental para quem quer atingir metas de vendas. Saiba mais assistindo a este vídeo de [nosso canal no Youtube:](#)

Leia mais: [Como utilizar o CRM para fazer follow-up nas vendas](#)

## Como atingir metas de vendas

Para entender como trabalhar com metas de vendas, você pode seguir algumas regras simples. Seleccionamos 4 delas, confiara e coloque em prática em sua empresa.



### 1. A meta precisa ser alcançável

Não adianta o gestor de vendas (ou o empreendedor) criar uma meta que seja impossível de ser alcançada pela **equipe de vendas**, pois a única coisa que conseguirá será fazer a [equipe se sentir desmotivada](#).

Não tem como atingir metas de vendas sem a equipe “comprar a ideia” da meta para que ela realmente possa ser alcançada. Caso contrário, todo o planejamento vai por água abaixo.

Por isso ela precisa ser alcançável. Não adianta o gestor de vendas estabelecer uma meta fantasiosa e humanamente inalcançável pois isso prejudicará o resultado de toda a equipe e conseqüentemente toda a empresa.

A equipe precisa se sentir provocada a bater a meta! Uma meta sem sentido serve somente para desmotivar a **equipe de vendas**.

### 2. Peça para o vendedor elaborar a sua própria meta

Quando um vendedor diz qual é a meta que está disposto a bater, ele está se comprometendo em atingir uma cota. Isso fará ele buscar o que foi prometido.

Quando o líder estabelece as metas, ele muitas vezes não está levando em conta a capacidade e experiência do vendedor. Já quando o vendedor estabelece, ele está declarando para o líder, para toda a **força de vendas** e para a empresa, que ele é

capaz de atingir a cota.

Não subestime a importância das metas auto-impostas, elas são poderosas!

*Utilize o comprometimento do vendedor para garantir que ele irá zelar pelo cumprimento da sua meta.*



**A meta tem um papel importantíssimo na gestão da força de vendas.**

### **3. Crie um dashboad das metas**

Um dashboard é nada mais do que um painel de controle do que está acontecendo com o desempenho e como o **comportamento da força de vendas** influencia na meta.

O dashboard é o termômetro do que os vendedores estão fazendo, aonde estão chegando e o que eles precisam fazer para chegar até a meta. Isso é importante para que todos os vendedores entendam o que precisa ser melhorado para influenciar os outros fatores.

Muitas vezes, na cabeça de um vendedor, quando as [etapas da venda](#) não estão desenhadas, a meta e o resultado não estão visíveis todos os dias, ele está fazendo tudo o que é possível para vender mais. Ele acredita que está dando o melhor de si!

Quando existe um dashboard, é possível acompanhar o impacto de pequenas ações (como o aumento de 1 ou 2 ligações ao dia e 1 visita na semana) na meta geral e no resultado final de toda a **equipe de vendas**.

A verdade é que, uma meta escrita e visível é muito mais fácil de ser alcançada. Por isso, deixar a meta **visível para a equipe de vendas** é de grande importância na conclusão.



COMO VOCÊ GERENCIA A SUA EQUIPE DE VENDAS?

Saiba como gerenciar melhor sua equipe de vendas com o Agendor

**BAIXAR MATERIAL GRÁTIS**

Agendor

Como usar o Agendor na gestão da equipe de vendas

Ótimos resultados dependem de uma ótima gestão. Saiba como gerenciar melhor sua equipe de vendas com o Agendor.

#### 4. Mostre o primeiro passo para a equipe de vendas

Não adianta criar uma meta de vendas junto com a equipe e querer que eles façam tudo sozinhos. É preciso mostrar o caminho a seguir para alcançar o objetivo.

Isso significa que, não vai adiantar estipular uma meta ao vendedor e dizer que ele tem que vender 100 mil reais nesse mês, um aumento de 25% em relação ao ano passado e, por outro lado, não mostrar o que o vendedor precisa fazer para atingir metas de vendas como essa.

Deixe bem claro o que o vendedor precisa fazer para **atingir a sua meta**:

- O que ele precisa fazer mais
- O que ele precisa aprimorar

- 0 que ele precisa deixar de fazer

Essas atitudes farão com que o vendedor se sinta seguro e entenda o que precisa fazer para alcançar a meta. Certamente, isso irá influenciar diretamente no resultado.

*A meta não deve ser um bicho de 7 cabeças. A importância das metas está exatamente em sua simplicidade.*

Por isso, precisa ser uma tarefa em conjunto de toda a **força de vendas**, em busca de um resultado em comum.

## Alguns exemplos de metas de vendas

Falamos de metas de vendas que mostram um retrato do momento e outras que são indicadores de tendências.

É muito importante que você entenda a diferença entre esses dois tipos de metas de vendas e como usá-las para direcionar os trabalhos de sua equipe comercial.

**Uma metodologia que usa esses diferentes tipos de metas é a OKR.**

OKR significa Objectives and Key Results. Isto é, Objetivos e Resultados Chave.

No caso, os objetivos são o tipo de meta que mostra um retrato do momento. Aliás, um retrato do momento onde se quer chegar.

Já os resultados chave são metas de tendências, que mostram se sua equipe está no caminho certo.

Por exemplo: vender X mil reais no primeiro trimestre é um típico objetivo do OKR.

Por outro lado, para chegar lá, metas dos resultados chave poderiam ser:

- Fazer 100 ligações por dia
- Visitar 40 clientes por semana

**Veja mais alguns exemplos de metas OKR, neste infográfico da Siteware:**



Exemplos de metas OKR

## **Mas como definir os objetivos e resultados chave?**

Pra isso, você deve responder a duas perguntas simples, veja.

- Pergunta para definir o objetivo do OKR: **Aonde eu quero chegar?**
- Pergunta para definir os resultados chave do OKR: **Como saber se estou chegando lá?**

Por exemplo:

Uma empresa que deseja aumentar sua fatia de mercado pode responder à pergunta “**Aonde eu quero chegar?**” definido o seguinte objetivo de vendas:

- **Conquistar 20% de novos clientes em 3 meses**

E, para responder à pergunta “como saber se estou chegando lá”, pode definir metas para seus vendedores como estas:

- **Fazer 30 ligações por semana para clientes atuais pedindo indicações de possíveis novos clientes.**
- **Aumentar em 30% a geração de leads por meio de marketing de conteúdo.**

Percebeu que se os resultados chave apontados forem atingidos, existe uma grande tendência de que o objetivo também seja?

Esse é o segredo por trás da metodologia OKR. E você pode usar



esse método para liderar sua equipe de vendas.

Veja mais alguns exemplos de metas para vendedores baseadas nas perguntas do OKR:

## **Uma empresa que acaba de lançar um novo produto:**

### **Aonde eu quero chegar?**

- Vender X mil unidades do novo produto nos 3 primeiros meses após o lançamento.

### **Como saber se estou chegando lá?**

- Aumentar em 25% o envio de e-mail marketing segmentado para leads qualificados pelo sistema de automação de marketing.
- Marcar visitas de apresentação do novo produto para pelo menos 35% desses leads.

## **Uma empresa que acaba de abrir uma filial em uma nova cidade:**

### **Aonde eu quero chegar?**

- Atrair ao menos tantos clientes por dia ao nosso ponto showroom.

### **Como saber se estou chegando lá?**

- Aumentar em 30% o engajamento dos usuários nos posts em nossas mídias sociais.
- Realizar ao menos um evento semanal em nossa nova filial com a apresentação de palestras e treinamentos de interesse de nosso público-alvo.

Agora ficou mais claro para você como usar esse tipo de indicador de vendas em sua empresa? Então, experimente usar a metodologia OKR em seu negócio.

Este post também vai interessar a você: [Como estipular metas](#)

## [de vendas ambiciosas](#)

Para finalizar, não deixe de ver essa pequena apresentação sobre como elaborar um plano de metas de vendas:

[Como elaborar um plano de vendas para a sua empresa](#) from [Agendor](#)

Leia também em nosso blog: [Como atingir metas de vendas seguindo 15 regras práticas](#)

Não adianta saber como alcançar metas de vendas sem escolher os melhores indicadores de vendas. Conheça alguns deles baixando nosso e-book gratuito: [Indicadores de Vendas e Marketing – O guia para acompanhar e evoluir seus resultados](#)