



Como montar um pipeline de vendas: passo a passo

Se você é um profissional de vendas em busca de formas de melhorar o acompanhamento e os resultados do seu trabalho, precisa aprender **como montar um pipeline de vendas**.

A HubSpot realizou [uma pesquisa](#) com profissionais da área de marketing e identificou uma relação positiva entre as oportunidades criadas através de um modelo de pipeline de vendas e a geração de receita.

Quanto mais prospects entram no pipeline de vendas, as chances de se superar ou [alcançar as metas de vendas](#) e de faturamento estabelecidas também aumenta.



Dessa forma, o primeiro passo para alcançar o sucesso esperado com o seu planejamento é montar um **modelo de pipeline de vendas** eficiente. Além de avaliar com frequência seu desempenho e extrair métricas que mostram os resultados.

Você sabe o que é pipeline de vendas e porque ele é importante para o trabalho de vendas? Se você só ouviu falar sobre o termo e quer aprender como criar uma gestão de pipeline que realmente funciona, continue lendo que explicamos tudo passo a passo neste GUIA. Boa leitura!

O que é um pipeline de vendas?

Pipeline de vendas ou **funil de vendas** é o conjunto de etapas que formam o [processo de vendas](#) de uma determinada empresa ou de um produto.

O termo em inglês 'pipeline' pode ser traduzido como gasoduto ou oleoduto que são estruturas condutoras de uma determinada substância – óleo ou gás – até um determinado ponto.

Então quando uma empresa cria seu **modelo** de pipeline de vendas, ela está criando um caminho pelo qual um prospect vai passar do momento que conhece a empresa até se tornar um cliente.

Esse recurso é importante porque permite que a equipe de marketing e vendas tenha uma visão geral das atividades da empresa.

Além disso, os [gerentes de vendas](#) podem fazer projeções do valor de receita que pode ser gerado de acordo com o volume de leads sendo nutridos e geridos nesse processo.

Claro que tudo isso depende da **velocidade** que o pipeline de vendas adquire quando está em execução.

O movimento varia estimulado pelas **características e comportamento** de cada lead como interesse na sua solução,

urgência na implementação, o quanto ele conhece sobre o tipo de serviço, capacidade para tomar decisão, etc.

Agora que você sabe o que é um pipeline de vendas e sua importância, aprenda o passo a passo de como montar um pipeline de vendas para sua empresa.

Como montar um pipeline de vendas em 4 etapas



1. Crie um modelo de pipeline de vendas

A primeira etapa de como montar um pipeline de vendas é **definir a sequência de etapas** pelas quais os futuros clientes irão passar quando entrarem em contato com a empresa.

Essa ordem pode tanto ser feita do zero quanto ser apenas uma reorganização lógica das etapas que já existem atualmente no trabalho de vendas para que sejam entendidas e seguidas mais facilmente.

Pense no perfil de empresas que você atende ou mesmo no serviço que está sendo vendido para definir quais serão as etapas que vão conduzir melhor os prospects.

Um ponto importante de como montar um pipeline de vendas é guiar naturalmente e sem sobrecarregar os prospects do contato inicial até a conclusão da venda.

Um exemplo de sequência de etapas para um modelo de pipeline de vendas é:

- **Leads novos**: prospects que ainda não foram contactados;
- **Primeiro contato**: prospects contactados via e-mail ou ligação;
- **Reunião agendada**: leads que você agendou data e horário

para conversa;

- **Proposta enviada**: reuniões que resultaram na solicitação de proposta com valores;
- **Fechamento**: lead virando cliente, concluindo o processo com a assinatura de contrato.

Dependendo do seu tipo de serviço, o processo de como montar um pipeline de vendas pode ser mais trabalhoso e até possuir mais etapas.

Mas seja criterioso e evite estender demais esse caminho para o cliente e os membros da equipe consigam evoluir o contato com agilidade fase a fase.

Uma dica é personalizar seu modelo de pipeline de vendas de acordo com o perfil de como seu cliente gosta de comprar. Abaixo, mostramos um **exemplo de gestão de pipeline** criado dentro do software do Agendor.



2. Faça estimativa de alguns números estratégicos

Uma empresa que aprende como montar um pipeline de vendas tem como objetivo tornar mais fácil tanto o **alcance** quanto o **acompanhamento** das [metas de vendas](#).

Com um pipeline de vendas é possível alinhar e projetar alguns números importantes que vão influenciar no desempenho do trabalho.

Por exemplo: quantos prospects é preciso colocar no pipeline para alcançar a meta de obtenção de novos clientes por mês?

Fazer essa **estimativa** é importante, pois nem todas as oportunidades que surgirem vão resultar em clientes fechados.

Então com o pipeline de vendas, a equipe pode determinar

números para cada estágio do funil de vendas para não perder o gerenciamento das metas de vista ao longo do mês. Além de conseguir visualizar a **capacidade de conversão** do sistema criado.

3. Determine as ações de cada etapa

Depois de definir um modelo e fazer algumas projeções de números, o próximo passo de como montar um pipeline de vendas é **determinar as ações de cada etapa** de modo que o prospects se movimente entre elas.

Essas ações são voltadas para promover o serviço e gerar uma resposta que avance o prospect naturalmente como descobrir os interessados na solução, marcar uma reunião, enviar uma proposta com orçamento, etc.

Inclua no planejamento de ações uma que seja chave para fazer a passagem para a etapa seguinte. Tenha também um **plano B**, caso a resposta não seja a esperada para que o prospecta não “congele” e volte a ser contactado. Isso manterá seu pipeline em movimento.

As ações que você definir podem ser ligadas os números da etapa 2 – nº de clientes contactados, quantidade de propostas enviadas, clientes fechados por semana – para montar um pipeline de vendas sustentável.

4. Organize uma rotina para trazer novas oportunidades para o pipeline

As etapas acima de como montar um pipeline de vendas só vão funcionar se o pipeline for **preenchido com novas oportunidades** periodicamente.

Não se trata apenas de quantidade, mas de trazer prospects com qualidade e potencial de responder positivamente os estímulos de vendas apresentados.

Para que essa tarefa não fique de lado, estabeleça com os membros responsáveis quais serão os momentos do dia que esses contatos serão feitos.

Você pode testar diversas opções para ver qual delas é mais eficiente para a equipe como um todo.

Todo dia em um mesmo horário? Sempre na segunda-feira de manhã? Semanalmente às quartas? Vale revisar o perfil do público-alvo e suas preferências gerais para fazer as abordagens em um horário conveniente.

Manter um [ciclo de vendas](#) é um desafio para as equipes e a **automação** pode ajudar bastante nesse processo.

Um bom software de gerenciamento de vendas pode ajudá-lo a fechar mais negócios. Saiba tudo que um [software de CRM](#) pode fazer por sua empresa neste post.

Resumindo, crie um modelo de pipeline ideal, faça a estimativa de alguns números estratégicos para alcançar suas metas, determine as ações de cada etapa do funil e estabeleça uma rotina para trazer novas oportunidades para o funil de vendas.

Fechamos a primeira etapa do nosso guia e você já sabe como montar um pipeline de vendas que traz bons resultados para sua empresa.

A seguir vamos detalhar pontos importantes sobre como gerenciar seu pipeline de vendas, extraíndo métricas, imprimindo velocidade às ações e limpando ações que podem travar sua evolução. Continue lendo!

Dicas para fazer uma boa gestão do pipeline

Indicadores de desempenho e velocidade do pipeline de vendas

Cada empresa conduz seu modelo de pipeline de vendas a uma **velocidade** e dentro de um formato ideal.

Tanto as que possuem um **volume de operações** maior quanto as menores precisam de organização para extrair os indicadores de desempenho para aprimorar o processo.

Alguns exemplo de métricas de desempenho que você deve acompanhar são:

- Nº de prospects no pipeline: quantos leads qualificados o trabalho está gerando;
- Média de valor das propostas: valor, em média, dos contratos fechados;
- Valor total do pipeline de vendas: cálculo do valor em potencial que todos os leads qualificados que entraram no pipeline é capaz de gerar.
- Velocidade do pipeline: tempo que demora para que um cliente feche negócio.

Esses indicadores de desempenho tem relação direta com a organização do pipeline e com o trabalho executado pela equipe para que o objetivo de venda seja alcançado.

Também ajuda a equipe de [marketing](#) explore melhor os canais de venda utilizados para gerar oportunidades com potencial cada vez maior de resultar em vendas fechadas.

Analisando esses quatro indicadores, se todos tiverem um crescimento constante, seu esforço para aprender como montar um pipeline de vendas vai trazer resultados.

Um destaque nesse processo é para a velocidade do pipeline que é uma demonstração do quanto o trabalho é dinâmico e as etapas alinhadas com seu propósito. Vamos entender melhor esse indicador.

Calculando a velocidade do pipeline de vendas

O cálculo da velocidade do pipeline determina quão rápido os [leads](#) percorrem o funil de vendas da empresa até se transformarem em clientes.

A fórmula inclui as seguintes variáveis:

Número de oportunidades no pipeline X taxa de fechamento geral (em porcentagem) X valor médio dos contratos (\$) ÷ duração do ciclo de vendas (em dias).

Vamos a um exemplo prática: uma empresa tem 60 oportunidades em seu pipeline. A taxa de fechamento é de 30% com um valor médio de contrato de R\$ 5.000. O ciclo de vendas dura em média 30 dias.

Dessa forma, a velocidade do pipeline será:

$$60 \times 0,3 \times 5.000 / 30 = R\$ 3.000$$

Ou seja, diariamente, a empresa tem R\$ 3.000 em negócios em potencial passando pelo seu modelo de pipeline de vendas.

E como fazer esses fatores trabalharem para gerar uma velocidade positiva para as vendas? Invista seus esforços para aprimorar as seguintes estratégias:

1. [Geração de leads](#): o trabalho da equipe em trazer novos prospects para o funil de vendas é fundamental para manter o pipeline ativo;
2. Treinamentos sobre técnicas de vendas e [negociação](#) para conseguir mais ofertas e aumentar a taxa de fechamento geral;
3. Usar o [cross selling e o up selling](#) para criar ofertas personalizadas que agregam mais serviços ou segmentar clientes maiores para aumentar a média do ticket médio dos contratos;

4. Aprimorar o ciclo de vendas eliminando gargalos que atrasam o movimento de de uma etapa para outra do pipeline.

Outro indicador de desempenho importante é a **taxa de conversão** de cada fase do funil. Essa métrica ajuda a monitorar o desempenho de cada fase e encontrar possíveis gargalos.

Acompanhado esses indicadores o acompanhamento dos processos e da equipe ganha uma orientação melhor e os ajustes podem ser feitos a tempo, antes de gerarem problemas mais complexos.

Como otimizar o gerenciamento do pipeline

Além de acompanhar os indicadores, outros recursos ajudam a otimizar a gestão do pipeline. São elementos simples que agilizam a execução de algumas tarefas e auxiliam a equipe de vendas a ser mais eficiente.

Confira abaixo como fazer o trabalho com o pipeline de vendas ser mais produtivo:

- Usar ferramentas para automatizar o acompanhamento de tarefas que se repetem como o follow up dos clientes;
- Fazer reuniões de alinhamento periódicas com a equipe de vendas para alinhar os updates no pipeline de vendas;
- Investir em estratégias para obter dados mais específicos dos prospects para personalizar o [discurso de vendas](#). Entendendo melhor as necessidades, problemas e limitações dos leads as propostas podem ser cada vez mais personalizadas;
- Usar um software de CRM para automatizar todo acompanhamento da [jornada do cliente](#), facilitando ainda o repasse para a equipe que tem todas as informações do trabalho atualizadas em tempo real;
- Definir uma periodicidade para fazer uma análise do pipeline de vendas e o que precisa ser melhorado. O mercado e os clientes mudam, sua empresa deve fazer o

mesmo.

Sua empresa já implementou um CRM?

Usar um [software de CRM](#) otimiza muito as ações de relacionamento com o cliente. As ações realizadas no sistema podem ser facilmente personalizadas.

As configurações podem ser ajustadas quantas vezes for preciso. E realmente a medida que o tempo passa e as operações de vendas aumenta é importante adaptar o CRM ao novo cenário.

Um bom CRM oferece os recursos que mencionamos neste post e se você ainda não adotou um para sua empresa faça uma pesquisa criteriosa e utilize os períodos de teste para ver as funcionalidades na prática.

É importante que toda equipe se dê bem com o sistema e que ele seja fácil de usar por todos.

Para fazer um investimento o mais certo possível tente responder às seguintes perguntas:

- Esse CRM ajuda a equipe a manter o foco nas tarefas?
- O sistema fornece uma visão global de todas as operações de venda em andamento?
- Quanto vantajoso é o software para a organização do trabalho?

Como eliminar os gargalos do pipeline de vendas

Aprender como montar um pipeline de vendas é tão importante quanto mantê-lo funcionando. Qualquer erro em uma das etapas afeta todas as seguintes, já que elas se conectam.

Por isso, passar um “pente fino” de tempos em tempos ajuda a identificar os gargalos e limpar processos redundantes que interferem nos resultados.

Veja algumas revisões para executar no seu modelo de pipeline de vendas para ter uma gestão eficiente:

1. Analise se há prospects “presos” no funil

Já mencionamos ao longo do post que nem todos os leads convertem em clientes e podem não avançar a partir de alguma etapa do funil.

Mas também citamos a importância de realizar novos estímulos de venda de acordo com seu estágio para retorná-los para o pipeline.

Por outro lado, se essas estratégias não funcionarem, a melhor alternativa é retirar o lead do sistema. Para não desperdiçar nenhuma chance, use como critério o tempo do ciclo médio de vendas.

Se um lead está a mais tempo que a média parado depois de uma ou mais tentativas de reinserção, tire-o do sistema.

2. Faça uma última tentativa antes de descartá-lo

O objetivo de aprender como montar um pipeline de vendas é aproveitar todas as oportunidades que chegam até a empresa.

Por isso, selecione os leads “congelados” e faça uma última campanha de reativação para tentar trazê-los novamente a ativa.

Se usar um CRM, pode incluir os clientes que não responderem em uma lista para contato daqui a 6 meses ou 1 ano, por exemplo.

3. Mantenha o banco de dados atualizado

Acompanhar as propostas em andamento é importante, pois muitas vezes a pessoas com quem você está negociando uma proposta deixa a empresa.

Nesses casos, o lead pode ter que voltar alguns estágio até o substituto pela decisão se familiarizar com a empresa, o vendedor e a proposta.

Por isso, acompanhe de perto cada proposta enviada, as datas estimadas de resposta para entrar em contato e não perder a venda.

4. Revise tarefas pendentes dentro do pipeline

Um cliente que não responde, propostas que não são respondidas, leads que os vendedores perderam o timing para atendimento.

Essas situações acontecem se as operações de vendas forem muito grandes e não tiverem o acompanhamento adequado do pipeline.

Estabeleça uma rotina para revisar esses “desvios” de acordo com a duração do seu ciclo de vendas – semanal, a cada 15 dias, mensalmente? Manter o pipeline atualizado é sua chave para o sucesso!

Agora é com você! Coloque em prática o passo a passo de como montar um pipeline de vendas e tenha uma gestão de vendas mais eficiente e sem gargalos que afetem negativamente os resultados.

E que tal fazer tudo isso de forma automatizada com um software de CRM completo?

Baixe a **nova edição** do nosso [Guia para o sucesso com CRM](#) e

confira o material completo para aprimorar a sua gestão comercial e obter resultados incríveis.

E você ainda pode colocar em prática tudo o que leu, experimentando o **Agendor**! Cadastre-se e [comece a testar por 14 dias grátis!](#)