



As 5 grandes vantagens do controle de clientes e vendas e 4 tipos de programas para colocar isso em prática

O controle de clientes e vendas é a peça fundamental da gestão comercial. Veja como se organizar com ajuda de programas para controle de vendas.

A administração de empresas é uma atividade complexa que demanda um esforço muito grande de quem exerce essa função.

Seja você um **empresário** ou **gestor de empresa**, sabe que existem

4 grandes áreas de atuação que devem estar integradas:

- **O planejamento:** isto é, a formulação de objetivos e a definição dos meios para alcançá-los.
- **A Organização:** que consiste em determinar tarefas e funções, coordenar atividades e destinar recursos.
- **A direção:** mais focada na tomada de decisões e na orientação de sua equipe rumo aos objetivos planejados.
- **E o controle:** análise dos dados e dos desempenhos da empresa, comparando-se aonde quer chegar com o que foi alcançado.

Acontece que na correria do dia a dia das [rotinas de trabalho](#), umas das mais importantes dessas funções da administração costuma ser negligenciada: **o controle!**

Neste caso, queremos colocar o **foco no controle de clientes e vendas**, que tem importância redobrada. Afinal, é preciso gerenciar o relacionamento com o cliente da melhor forma possível.

Mas, mesmo conscientes disso, muitas empresas deixam essa parte do processo de lado. Vendedores costumam ter contato com uma enorme quantidade de clientes. E fazem isso diariamente, diversas vezes.

Sem um controle efetivo e organizado do que está acontecendo, é impossível que guardem todos esses dados em sua memória.

Vamos listar abaixo algumas das vantagens de fazer o controle de clientes e vendas, e também dicas de como implementar isso.

Além das 4 funções básicas da administração, veja também [10 tópicos sobre noções de administração de vendas](#).



Organize as informações para poder avaliar corretamente e tomar decisões.

Como fazer o controle de clientes e vendas e 5 das suas vantagens

Além das vantagens você também vai descobrir como fazer controle de vendas com ajuda de planilhas prontas para usar, desenvolvidas pela equipe do Agendor. Está pronto?



1. Informações centralizadas sobre os clientes

Vamos começar pelo básico: seus clientes. Como estão organizados? Que dados você tem sobre cada um deles? Está tudo atualizado?

Bom, fica claro que o primeiro passo para desenvolver o controle de clientes e vendas é montar esse cadastro. **E a maneira mais simples de fazer isso é por meio das tradicionais planilhas.**

Defina que informações são importantes para você:

- nome,
- perfil,
- endereço,
- telefone,
- e-mail,
- redes sociais.

Entre tantas outras.

E no caso de B2B, também será necessário:

- nome da empresa,
- cargo,
- se é o tomador de decisão,
- site da empresa,
- blog,
- mídias sociais.

E outros dados específicos de cada ramo de atividade.

Caso você não tenha essas informações centralizadas em sua empresa, é preciso descobrir onde encontrá-las. **É provável que seus vendedores tenham esse tipo de planilha para uso pessoal, cada uma com uma formatação diferente.**

Além disso, agendas e cartões de visita também devem ser incluídos. Você deve coletar esses dados e consolidar em uma base única facilitando sua consulta e o planejamento de suas ações.

Um cadastro de clientes bem planejado é muito importante. Veja este artigo para se aprofundar mais sobre [a importância de manter um cadastro de clientes eficiente](#).

Para agilizar o gerenciamento das informações de seus clientes, o Agendor desenvolveu um kit de 3 planilhas de controle de vendas e cadastro de clientes:

- Planilha de controle de clientes
- Planilha de prospecção de clientes
- Planilha de planejamento de vendas

Use o link ao lado para baixar essas 3 ferramentas de gestão de clientes e vendas: [Kit de planilhas de vendas – 3 tipos de planilha para colocar em ordem sua rotina comercial](#)

2. Agilidade e precisão no follow-up

Outra vantagem do controle de clientes e vendas beneficia diretamente uma das atividades mais importantes do vendedor: **fazer o [follow-up](#)**.

Quantas vezes uma ótima oportunidade de fechar um excelente negócio foi perdida por que o vendedor não se deu conta que deveria retornar uma ligação para o cliente, ou que ficou de agendar uma visita e se esqueceu disso?

E as vantagens vão além. Se o follow-up for feito corretamente

ele não deve se restringir a lembrar o vendedor de entrar em contato com determinado cliente no dia tal.

Ele precisa detalhar exatamente o que foi combinado com o ele, que detalhes ela quer discutir, porque aquela data foi escolhida para o retorno do contato etc. **Em suma: contextualizar a situação para que o vendedor possa tirar o melhor proveito dela!**

Uma planilha de prospecção contém os principais passos do follow-up, se você quer baixar uma, clique aqui: [Planilha de Prospecção de Clientes](#)

3. Possuir um histórico detalhado do relacionamento com o cliente

Na mesma linha do que foi dito acima, gerenciar as vendas significa ter em algum lugar um relato de tudo o que aconteceu em cada contato com o cliente, **para poder dar continuidade ao relacionamento a qualquer momento.**

Imagine que você tem um excelente vendedor que tem na ponta da língua tudo isso sobre os clientes dele. E, por qualquer motivo, ele deixa a empresa.

Como retomar o relacionamento, entender o que esse cliente valoriza em sua empresa, quais problemas passados foram resolvidos e não podem se repetir?

Além disso, nem sempre temos vendedores com a capacidade de ter tudo guardado na memória. Esse é um risco muito grande. Sua empresa precisa desenvolver esse controle do **histórico do relacionamento com cada cliente.**



Informação confiável ajuda a gerenciar sua equipe.

4. Gerenciar as atividades de sua equipe

Muitos vendedores estão em constante movimento, visitando clientes, fazendo visitas técnicas ou comerciais, às vezes viajando para outras cidades, estados e até países.

Sem falar em feiras comerciais, treinamentos e outros eventos aos quais tem que comparecer para se manterem atualizados e conhecedores do mercado em que atuam.

Por isso, é muito comum que se ausentem do escritório. **E como saber o que estão fazendo? Você vai telefonar para eles o tempo todo?**

Lembre-se que isso implica em gastos com combustível, estadias e refeições. É preciso ter certeza que o tempo e os recursos empregados por seus vendedores estão sendo usados corretamente.

E mesmo para aqueles vendedores que desempenham um [trabalho interno de vendas](#), não seria interessante ter como verificar quantas ligações fizeram, quantas receberam, enfim, como estão gerenciando seu tempo?

Pense nisso.

Para ajudar nessa etapa do controle de clientes e vendas, você pode suar mais 2 planilhas gratuitas do Agendor:

- [Planilha de produtividade em vendas](#)
- [Planilha de despesas e relatório de visitas](#)

5. Ter dados confiáveis sobre o desempenho de sua equipe

Não existe área na empresa onde o desempenho seja mais cobrado do que em vendas. Normalmente se trabalha com [metas](#) a serem atingidas.

E o controle desses dados vai determinar quem receberá seus

prêmios e bônus e quem precisará melhorar seu desempenho.

Mais que isso, no caso de comissões de vendas, só com dados precisos será possível remunerar corretamente seus vendedores.

E lembre-se, o controle não deve incluir somente montantes vendidos, mas também como os vendedores conseguiram chegar a esses resultados: **que esforços foram feitos, quantas visitas e telefonemas foram dados e demais atividades necessárias para que se fechasse a venda.**

Com todas essas vantagens, vai ficar bem mais fácil administrar a força de vendas, pode ter certeza!



Controles adequados aumentam o desempenho de sua equipe.

Você viu como fazer controle de vendas sem estar a par da performance do time comercial será praticamente impossível.

E para conhecer rapidamente o desempenho de sua equipe, o Agendor criou para você mais esta planilha de controle de vendas: [Planilha de avaliação de desempenho de vendedores – Matriz 9 BOX e Tabela de Score Ponderado](#)

Baixe e comece a usar agora mesmo. Juntamente com as outras planilhas de controle de clientes e vendas!

Este post também pode interessar a você: [Controle de vendas externas: o que eles estão fazendo lá fora?](#)

Outro 3 programas de controle de clientes e vendas

Além de planilhas, você pode usar outros softwares para fazer o controle de vendas.

Vamos começar pelo mais importante deles, o CRM.

1. Sistemas de CRM

CRM significa *Customer Relationship Management*, isto é: gestão do relacionamento com clientes.

Esses programas de controle de cliente e vendas contam com diversas funcionalidades, como:

- Funil de vendas
- Histórico das interações com clientes
- Cadastro de clientes
- Lembretes de follow-up
- Gestão de oportunidades de vendas
- Aplicativos no smartphone
- Relatórios de métricas

E muitas outras.

Dessa forma, é possível **conhecer os clientes profundamente**, suas reais necessidades e, assim, oferecer soluções personalizadas para atender aos seus desejos e solucionar seus problemas.

Além disso, é possível acompanhá-los de perto, por meio de um follow-up constante que conduzirá esses leads ao longo da jornada de compra até o fechamento de um negócio.

Entenda melhor o que é CRM assistindo a este vídeo da Pluga:

Saiba mais: [O que é CRM?](#)

2. Softwares de gestão de tarefas e projetos

Os melhores Softwares de gestão de tarefas usam a [metodologia ágil kanban](#), a mesma usada no funis de vendas.

Por isso, ferramentas online como [Trello](#), [Pipefy](#) e [Jira](#) são excelente opções para fazer a gestão de vendas e de clientes.

Com esse tipo de software é possível organizar colunas com etapas de seu funil de vendas, tais como:

- E-mail de apresentação da empresa
- Visita ao tomador de decisão na empresa do cliente
- Envio de proposta
- Negociação
- Fechamento do negócio

Em cada uma das colunas, são colocados os dados de cada negócio em andamento, que vão sendo levados desde o topo do funil até o fechamento da venda.

3. Slack

O [Slack](#) é um software de comunicação interna. Ele usa uma interface no estilo de chat, um ambiente que a maioria dos vendedores já está acostumada a usar com desenvoltura.

No entanto, o Slack é um chat corporativo, fechado apenas para os integrantes da empresa e eventuais convidados (até clientes e fornecedores, se você quiser).

Além disso, ele permite **criar canais exclusivos de comunicação**, organizando salas e bate-papo para setores, departamentos, projetos, clientes e muito mais.

Assim, a comunicação é muita mais ágil e espontânea, facilitando a troca de informações e favorecendo o fechamento de vendas mais rapidamente.

Conheça mais sobre o Slack neste vídeo do Viver de Blog:

Leia também: [Ferramentas de Inside Sales: 5 dicas para otimizar as vendas internas e alavancar seus resultados](#)

Conclusão: use a tecnologia certa para fazer o controle de vendas!

Nesse esforço de fazer o controle de clientes e vendas, algumas empresas tem contado com a ajuda dos documentos e planilhas do Google Docs. Mas será que esta é realmente a melhor solução?

Por que não usar um sistema CRM? Um software especialmente desenvolvido para a gestão de vendas? Afinal, existem até versões gratuitas excelentes, como esta, do Agendor: [Sistema CRM Gratuito](#)

Confira mais sobre esse programa de controle de clientes e vendas neste vídeo:

Veja também: [Razões para largar sua planilha de vendas e usar um aplicativo para área comercial](#)

E se você busca dominar as técnicas de CRM para ter um total controle de clientes e vendas, então, baixe nosso e-book gratuito: [Guia para o sucesso com CRM](#)