



# Como fazer a gestão de pipeline de vendas? Comece derrubando alguns mitos!

O que é pipeline de vendas?

*Ora, não se trata da sequência de etapas que a equipe de vendas deve seguir, passo a passo, ao fazer o follow-up de leads, com o objetivo de convertê-los em clientes?*

Sim, se você quer saber o que é pipeline de vendas, pode usar essa definição.

Mas como fazer a gestão do pipeline de vendas com o objetivo de maximizar o desempenho da equipe?

Existem alguns mitos muito comuns que podem estar atrapalhando

seu desempenho na gestão do pipeline.

Selecionamos 7 deles aqui e mostraremos como fazer a coisa certa, em resposta a cada um deles.

Confira!

## **Os 7 mitos do pipeline de vendas**

1. É bom ter muitos leads no topo do funil
2. Não saia do pé de seu lead até ele mudar de etapa no funil
3. Se os clientes levam muito tempo em uma etapa, é porque ela é importante
4. Não importa o que, mas converse sempre com seus clientes
5. O que funciona para um vendedor, não necessariamente funciona para outro
6. Não defina critérios muito rígido para avançar leads pelo pipeline: ele precisa fluir!
7. Venda, venda, venda: é isso que importa!

Veja, agora, o detalhamento de cada um dos mitos do pipeline de vendas

## **Como fazer a gestão do pipeline de vendas: 7 mitos que você precisa derrubar**

### **1. É bom ter muitos leads no topo do funil**

Ter o topo de seu pipeline de vendas cheio de leads não significa, necessariamente, que as coisas vão bem.

Isso pode fazer com que seu vendedor acabe se concentrando em qualificar essa enorme quantidade de leads e negligencie

outras etapas do pipeline de vendas, como negociação e fechamento. Por isso, alinhe claramente com o pessoal de marketing a quantidade necessária de leads por mês.

Faça o chamado [smarketing](#) e, assim, foque na qualidade dos leads e não na quantidade. Dessa forma, sua equipe de vendas terá tempo suficiente para fazer a gestão do pipeline de vendas, trabalhando com todos os leads em todas as etapas.

Para facilitar o trabalho de [qualificação de leads](#), use algumas dessas técnicas:



## **2. Não saia do pé de seu lead até ele mudar de etapa no funil**

Na verdade, é preciso definir um tempo máximo que cada lead deve ser abordado enquanto estiver na mesma etapa do funil.

Essa é uma questão fundamental da gestão de pipeline de vendas que você precisa responder:

*Qual o tempo médio que um cliente que fez uma compra leva em cada etapa do pipeline?*

Para descobrir isso, use a [regra de Pareto](#): 80% de suas vendas são proporcionadas por 20% de seus clientes. Analise o comportamento desses 20% em cada etapa do pipeline.

Estude os dados de seu [CRM](#) e defina qual o tempo máximo que um vendedor deve fazer o [follow-up](#) de um lead em determinada etapa. Caso passe desse período, ele deve se dedicar a outros leads mais promissores.

## **3. Se os clientes levam muito tempo em**

## uma etapa, é porque ela é importante

Na verdade, essa frase deveria ser assim:

*Se os leads levam muito tempo em uma etapa, ela virou um gargalo: tem algo errado com ela!*

Assim, se ao fazer a análise do tempo médio em cada etapa, perceber que uma delas parece estar “travando” o [processo de venda](#), estude-a com bastante cuidado e descubra o que fazer para que ela se tornar meia fluída.

A melhor maneira de fazer isso é conversando com os vendedores e também entrevistando clientes sobre sua experiência de compra.

## 4. Não importa o que, mas converse sempre com seus clientes

Não existe nada pior que tomar o tempo do cliente com “conversa mole”.

Ninguém tem tempo a perder e todos querem alcançar altos níveis de produtividade.

**Por isso:**

*Toda conversa com seu cliente deve ser significativa. Isto é: já determinar quando, onde e qual será o próximo passo do relacionamento.*

Veja mais neste post: [Usando conversas significativas para favorecer o fluxo de vendas](#)

## 5. O que funciona para um cliente, não

## necessariamente funciona para outro

Em casos isolados, pode até ser. Mas a verdade é que a base da boa gestão do pipeline de vendas está exatamente em descobrir quais procedimentos funcionam melhor em cada etapa, isto é: levam a mais avanços no pipeline.

Assim, você pode formalizar em um playbook e em treinamentos as melhores [técnicas de vendas](#) a serem usadas ao longo do pipeline.

Passar as melhores práticas de vendas para os vendedores é fundamental. Por isso, use e abuse das informações de seu CRM com esse objetivo:

*Descobrir o que realmente funciona [para todos!].*

- **Por exemplo:** muitos vendedores focam em dar descontos para fechar vendas. Mas essa não é uma boa prática. Descubra como mostrar valor aos seu leads ao longo de cada etapa do funil de vendas.

Leia também: [Como usar o CRM e a tecnologia da informação para atingir os melhores resultados em sua empresa?](#)

## 6. Não defina critérios muito rígidos para avançar leads pelo pipeline: ele precisa fluir!

Na verdade, é o oposto:

*Defina critérios claros para que seus vendedores possam avançar leads com segurança pelo funil de vendas. Assim, terão certeza de que são mesmo qualificados.*

Por isso, para promover uma adequada gestão do pipeline de vendas, estude com cuidado o que caracteriza a passagem de uma etapa para outra. E só permita que seus vendedores avancem os

leads no pipeline se se encaixarem nesses critérios.

- **Por exemplo:** quando um lead muda da etapa de “**apresentação da solução**” para a de “**negociação**”? Talvez quando responda a uma proposta comercial fazendo algumas alterações. Defina esse tipo de critério objetivo e deixe seus vendedores trabalharem com mais assertividade.

## **7. Venda, venda, venda: é isso que importa!**

**Esse é o pior erro que vendedor pode cometer!**

Vender para clientes que, na verdade, não precisam de fato das soluções que sua empresa vende, vai levar a uma enorme perda de clientes no futuro ([taxa de churn](#)).

Assim, pode ser que nesse curto período de permanência na empresa não “paguem” o [Custo de Aquisição de Clientes](#) (CAC). Além disso, podem se tornar detratores de sua marca.

E lembre-se, a opinião de pessoas na mídias sociais é um dos [fatores que influenciam o comportamento de compra](#). Por isso, evite vender a qualquer custo!

**Em resumo:**

*Só venda para quem realmente vai se beneficiar de sua solução.*

Este post pode deixar isso mais claro: [0 que é Customer Success e seus 4 principais desafios](#)

Você viu, até agora, o que é e como fazer a gestão do pipeline de vendas, mas sabe como criar um? Então, confira este infográfico:



Quer descobrir como formalizar as etapas de vendas e criar um pipeline? Baixe nosso e-book gratuito: [Como usar o Agendor para criar um processo de vendas e vender mais](#)