



5 dicas para um controle de frota para equipes de vendas externas eficaz

É comum que empresas que contam com **equipes de vendas externas**, precisem também de veículos comerciais para a operação, o que implica alguma forma de gestão de frota.

Visando aumentar a produtividade e permitir que as operações funcionam de forma estável e dinâmica, o objetivo desse gerenciamento é, por exemplo, supervisionar:

- o desempenho;
- a necessidade de [manutenção](#)
- a qualidade dos veículos disponibilizados aos vendedores,

Essa gestão ainda tem como responsabilidade prezar pela revisão de veículos, custos de combustível, gerenciamento de motoristas, utilização de ativos, planejamento de rotas e

implementação de quaisquer soluções que aumentem a produtividade e reduza custos operacionais com os veículos da empresa.

Por isso, é vital para empresas ter um registro abrangente dos carros da frota que atende vendedores, já que o bom funcionamento desses carros influencia o bom ritmo do time, que depende deles para ganhar agilidade nas visitas.

E não é uma novidade que as equipes de vendas produtivas e ágeis trazem sucesso a toda a organização.

O desempenho da sua equipe de vendas depende em grande parte do fato de seus vendedores terem as ferramentas e os recursos certos para realizar seu trabalho com eficiência, inclusive quando estão fora do escritório.

Como a gestão de frotas pode ajudar na performance do seu time de vendedores externos

Bem, como gestor de vendas, você deve saber na pele que montar e gerenciar uma equipe de vendas externas não é tarefa fácil, principalmente porque controlar a produtividade à distância, por exemplo, é um desafio e tanto para qualquer gestor.

Além disso, para que sua [equipe de vendedores externos consiga render muitos contratos fechados](#), é preciso garantir todas as condições e equipamentos de trabalho sempre em dia, ou seja, é muito importante ter um veículo em pleno estado.

Mas, a [gestão de frota](#) também pode ser uma grande aliada da estratégia de controle e gestão dos vendedores externos. Pois, se você consegue controlar o histórico do veículo, consegue acompanhar o desempenho e a produtividade do condutor, que nesse caso é o vendedor.

Essas são quatro formas em que práticas de gerenciamento de frota podem contribuir para melhorar o desempenho da sua equipe de vendas:

1. Obtendo informações de localização e roteirização

Um processo sistematizado e digitalizado de controle dos veículos torna acessíveis aos gerentes de vendas informações específicas dos roteiros, localizações, tempo gasto em cada visita externa.

Esse acompanhamento geralmente pode ser visualizado em painéis ou mesmo em relatórios detalhados que transformam em métricas mensuráveis fatores que antes pareciam subjetivos e difíceis de medir e controlar.

Por exemplo, a média de compromissos externos com clientes em um dia e o tempo médio de cada compromisso atrelado a cada vendedor do time.

2. Integrando dados da frota ao CRM

Além disso, para promover uma gestão completa da equipe de vendedores externos, dados de [gerenciamento de frota](#) também podem ser integrados ao sistema de CRM.

Isso permite que as informações de viagem e o tempo dedicado a elas sejam comparados com a quantidade de leads visitados, oportunidades geradas e negócios fechados, tornando um tipo de métrica para avaliar a eficácia de cada representante de vendas da equipe de vendas externas.

O fato é que uma equipe de vendas com baixo desempenho pode ser extremamente cara para as empresas. Além disso, identificar onde as melhorias devem ser feitas pode ser uma tarefa demorada, quando o vendedor não está tempo integral no escritório.

Dessa forma, informações originadas pelo controle da frota podem ser úteis no monitoramento da produtividade de uma equipe de vendas externas.

Em muitos casos, pode atuar como um sistema de alerta precoce, permitindo que as áreas problemáticas sejam tratadas antes que se tornem verdadeiros problemas.

3. Incentivando mais responsabilidade em visitas externas

Vendedores externos, muitas vezes, são mais resistentes ao uso de tecnologias de organização e controle impostas pelas empresas em que trabalham.

Claro, os vendedores precisam de uma certa liberdade para realizar seus trabalhos, mas quando se tornam livres demais, isso pode afetar seus resultados. Não voltar para o escritório após uma visita de duas horas a um único cliente pode significar um problema, por exemplo.

Além disso, o controle de frota evita a direção agressiva, pois possibilita a gestão de multas, que atrela cada violação ao condutor responsável por ela. E se sua equipe de vendas dirige carros da empresa, você deve ter certeza de que eles estão dirigindo com segurança e cortesia o tempo todo, não é mesmo?

4. Controlando e reduzindo horas extras dos vendedores

O trabalho fora do escritório, que envolve visitas externas, é central em muitos negócios. No entanto, muitos gestores de vendas não conseguem rastrear com precisão o horário de trabalho produtivo de seus vendedores externos.

Mas com recursos de [controle de quilometragem](#), geolocalização e boas práticas de gestão dos veículos, é possível rastrear a

localização exata do executivo de vendas durante sua jornada externa e, portanto, contabilizar horas extras, se for o caso.

5. Gerando relatórios de visita externa mais completos

Um relatório de visita detalhado mostra quanto tempo um vendedor gasta com cada cliente, e pode ser usado para analisar a eficiência da força de vendas. Além disso, ainda é possível exibir detalhes sobre quantas vezes cada cliente foi visitado durante um determinado período, por exemplo.

Isso significa relatórios mais completos e robustos. Você tem a capacidade de analisar todos os detalhes, incluindo quanto tempo um vendedor fica no local do cliente, qual rota ele costumava chegar até lá e se eles fizeram algum desvio no caminho para o próximo destino.

Quando o assunto é vendas externas, essas informações podem ser bastante úteis, tornam o relatório de visitas muito mais preciso e completo, e colaboram para que o gestor de vendas saiba quem é produtivo na equipe de vendas e quem deve melhorar.

Que tal aplicar esses insights na sua equipe de vendas externas?

Hoje, todas as organizações se esforçam para alcançar uma progressão na produtividade da força de vendas, adaptando novas metodologias e tendências.

Esses métodos devem favorecer para que equipes de vendas consigam constantemente encontrar novas oportunidades de negócios.

E a adoção de medidas de boas práticas para o processo de gerenciamento de frota em sua empresa pode ser mais um passo

importante para colaborar neste processo.

Para isso, o gerenciamento dos veículos usados nos processos de vendas externas precisa ser organizado, otimizando o tempo dedicado à atividade de vendas.

Lembre-se de que é preciso estipular metas, manter um planejamento baseado em dados, acompanhar os indicadores de desempenho e adotar medidas corretivas, sempre que necessário.

A gestão eficiente da frota e dos vendedores é uma garantia de bons resultados para seu negócio!

Por isso, uma boa pergunta que as empresas precisam fazer é: “a gestão dos veículos usados pelos meus vendedores está sendo realizada de forma consistente e colaborando para o aumento da produtividade e para os objetivos de negócios?”

Se você quiser aprimorar esse cenário, saiba que com um [sistema de gestão de frota](#) aliado a um CRM- [Sistema de Gestão Comercial](#), sua organização pode eliminar muitos processos manuais.

Isso permitirá que sua equipe de vendas externas se concentre no que é realmente importante, fechar mais negócios e aumentar a receita.

Enquanto o gestor de vendas conseguirá criar, visualizar e extrair relatórios muito mais completos e fiéis à realidade das visitas externas e ao desempenho individual de cada vendedor, acompanhando detalhadamente a performance do time durante as visitas, mesmo quando estiverem longe do escritório.

****Este artigo foi produzido pela [Rabbit](#), empresa que oferece soluções digitais para automatizar a [gestão de frotas e ativos](#).***