



Turbine a gestão da força de vendas e marketing com estas dicas

A gestão da força de vendas e marketing é uma atividade complexa. Veja como enfrentar este desafio

Você pode acreditar ou não. Mas são as suas crenças que te movem em direção de algo.

As crenças são aquilo que nos move. Se por um lado fugimos daquilo que não acreditamos, temos por instinto natural seguir em direção ao que acreditamos. Por conta disso, acreditar – ou não – é o primeiro passo para realizar a gestão da força de

vendas.

Os 15 segredos para a gestão da força de venda e marketing

1. Acreditar naquilo que vende
2. Diferencie sua força de vendas
3. Foco da força de vendas
4. Conhecimento dos produtos ou serviços
5. Especialização
6. A postura faz toda a diferença na força de vendas
7. Coesão
8. Alinhe sua equipe
9. Encontre o funcionário com o perfil ideal
10. Estabeleça as metas corretamente
11. Considere sempre o lado humano
12. Previsão de vendas
13. Adaptação a dispositivos móveis
14. Compra com conteúdo rico
15. Mudanças na visão de vendas

Antes de conhecer cada um desses itens, responda: você sabe mesmo o que é força de vendas?

Então, confira esta definição de força de vendas:

Ora, o que é força de vendas se não o conjunto de profissionais que ajudam você e sua empresa a conquistar cada vez mais clientes?

Esse conceito de força de vendas é importante, porque se relaciona com trabalho em equipe e superação.

E se essas conquistas forem adequadamente conjugadas com o marketing, os resultados só podem ser ainda melhores. Este conceito de força de vendas aliada ao marketing está cada vez mais se consolidando nas empresas.

Nesta postagem você verá 15 dicas sobre estrutura da força de vendas:

- objetivos;
- metas;
- motivação.

E muito mais. Com certeza ao final do artigo, você saberá muito mais sobre o que é força de vendas e sua administração.

Veja também: [Como gerar leads para vendas com o marketing?](#)

1. Acreditar naquilo que vende

É justamente a crença a maior força de motivação ou desmotivação de uma pessoa.

Fazer algo que não acreditamos tira nossa vontade de levantar da cama todos os dias. Enquanto fazer algo que tem tudo a ver com o que acreditamos, faz com que tenhamos energia suficiente pra fazer o que for preciso.

Sendo assim, já é possível perceber o quão importante é para o resultado de uma empresa que a gestão da força de vendas enfatize essa necessidade de que todos acreditem no que vendem.

Caso contrário, o resultado nunca será satisfatório e todos os recursos empregados para **incentivar a força de vendas**, todo o tipo de remuneração e toda a liberdade do mundo, não irão mudar em nada o desempenho dos vendedores.

Pense nisso na hora de fazer o planejamento da força de vendas.

Os valores da empresa e da força de vendas precisam estar alinhados.

O papel da força de vendas é tão importante que ela precisa estar alinhada com os [valores da empresa](#).

Isso significa que não adianta contratar um vendedor para vender algo que ele não acredita.

Os valores da sua força de vendas assim como os objetivos da força de vendas, precisam estar alinhados aos valores de sua empresa. Isso é a primeira coisa que vocês precisam compartilhar.

Se uma empresa não compartilha do mesmo ideal de uma força de vendas, é muito provável que a relação entre empresa e vendedores não seja tão forte, uma vez que eles não vêm as coisas da mesma maneira.

Esse é o primeiro ponto que precisa ser compartilhado entre uma empresa ao se fazer a organização da força de vendas. Não apenas com a sua força de vendas, mas sim com todos os funcionários.



A força de vendas precisa compartilhar os valores da empresa

Por outro lado, além de compartilhar valores, a **força de**

vendas precisa acreditar no que vende.

Independente de ser um produto ou serviço de grande necessidade, legal ou não, os vendedores precisam acreditar na ideia, no serviço, no produto que a sua empresa oferece ao mercado.

Você certamente já deve ter ouvido:

“Eu não comeria em um restaurante onde o chef ou cozinheiro não come a sua própria comida!”

Sendo assim, porque alguém compraria de uma empresa em que a força de vendas não acredita no que vende? A lógica é a mesma e mostra a importância de acreditar realmente naquilo que a empresa faz.

É a crença da força de vendas que ajudará os vendedores a criar argumentos e lidar com as objeções dos consumidores.

Obviamente que tudo isso começa de cima. Os responsáveis pela gestão da força de vendas precisam acreditar na empresa em que trabalham e naquilo que ela faz.

É trabalho do líder selecionar pessoas que acreditam naquilo que a empresa faz. Encontrar **vendedores que realmente gostam** do que a empresa faz é um grande desafio.

Porém, é justamente essa crença do vendedor que adora o que a empresa faz, que permitirá ele superar suas metas e seu desempenho diário, pois ele acredita tanto na empresa, que está totalmente disposto a trazer resultados.

Os vendedores precisam ter o mesmo comprometimento e paixão que os fundadores da empresa!

Esse já é um ótimo começo para as vendas começarem a acontecer. Pois as metas só fazem sentido quando a força de vendas acredita que elas podem ser batidas.

Uma força de vendas só acredita na sua meta quando ela acredita:

- naquilo que faz;
- naquilo que vende;
- na empresa que representa.

Quando existe uma soma de crenças positivas dentro de uma força de vendas, toda meta é alcançável.

É justamente essa a missão e o propósito de toda empresa que deseja crescer. Isto é, montar uma estrutura da força de vendas que a faça acreditar no trabalho que precisa ser feito.

O resto é apenas o resultado dessa ação.



O comprometimento da força de vendas influencia diretamente no resultado

Veja também: [Qual o papel do líder na motivação da força de vendas?](#)

2. Diferencie sua força de vendas

O que faz uma força de vendas se diferenciar de simplesmente uma equipe de vendas?

Todo mundo usa a palavra **força de vendas** como sinônimo de **equipe de vendas**.

Em sentido amplo, elas são correspondentes. Porém na prática, força de vendas é uma seleção de vendedores profissionais que entendem de vendas e sabem o que estão fazendo.

Uma equipe de vendas é apenas um grupo de vendedores. E o que é força de vendas?

Ora, uma força de vendas é um time de pessoas capacitadas e apaixonadas por fazer o que precisa ser feito para que a venda aconteça.

Há nisso, uma grande diferença quanto à postura da equipe de vendas e a postura da força de vendas.

Essa postura tem um grande diferencial no resultado de vendas de uma empresa.

Da mesma maneira em que há uma diferença gritante no tipo de gestão da força de vendas quando se faz a comparação entre líder e gerente, há uma diferença gritante entre equipe de vendas e força de vendas.

O grande objetivo da gestão da força de vendas é construir um time forte de vendedores. E mais: que estejam realmente comprometidos com o resultado da empresa.

E, para isso, é preciso um líder capaz de fazer o desenvolvimento da força de vendas.

3. Foco da força de vendas

Uma **força de vendas foca o aumento da lucratividade** da empresa, e não apenas o **aumento das vendas**. O objetivo da equipe de vendas tem que ser este.

Existe uma grande diferença entre aumento das vendas e aumento da lucratividade.

Aumento de vendas consiste apenas em vender mais, independente das ações que levem a esse resultado, podendo ser desde

promoções, até sorteios e queimas de estoque.

O aumento da lucratividade nem sempre está relacionado com o número de vendas, mas sim de quanto entrará realmente no caixa da empresa com a venda.

Uma força de vendas entende que, muitas vezes é melhor deixar de vender, do que aplicar descontos para que a venda aconteça. Afinal quanto mais desconto, menor o lucro do produto ou serviço.

Por isso, em alguns casos é melhor deixar de vender um serviço que não aumenta a lucratividade da empresa, do que vender em quantidade a qualquer custo.



O grande desafio de todo gestor é construir uma força de vendas eficaz

4. Conhecimento dos produtos ou serviços

A força de vendas entende do que vende!

Apesar de muito vendedor dizer que vende qualquer coisa, uma

força de vendas é **especialista** naquele tipo de segmento em que trabalha.

Por isso, têm mais informações e detalhes técnicos sobre o que vende. É preciso fazer esse treinamento da força de vendas!

Não adianta a gestão da força de vendas colocar um vendedor de sapatos para vender apartamentos, ou um vendedor de serviços para vender trator.

Uma força de vendas é um time que possui conhecimento de alto nível sobre um determinado produto ou serviço e trabalha apenas vendendo aquilo.

Geralmente, com o tempo de trabalho, acabam sendo referência no mercado. Isso porque absorvem um grande networking, uma grande expertise e um grande relacionamento com os clientes.

É justamente o fato de ser especialista no que vende, que faz com que a força de vendas alimente os negócios de maneira inteligente. E sem precisar apelar para concessões ou descontos.

A gestão da força de vendas deve inculcar o valor do que vende na equipe, para que consigam transformar a compra em uma experiência única para os clientes.

Confira: [Força de vendas: 5 dicas para fazer demonstrações virarem negócio fechado](#)

5. Especialização

A força de vendas é um time altamente especializado.

As pessoas que fazem parte da força de vendas são vendedores de carreira. Pessoas que sempre buscam aprimorar os seus conhecimentos, pois sempre desejam entregar mais resultados para a empresa em que trabalham.

Uma força de vendas tem a consciência de que é o conhecimento

o grande diferencial necessário para construir a sua reputação como vendedor. E, assim, ajudar a empresa ter resultados.



A força de vendas é um time que se mantém constantemente atualizado

6. A postura faz toda a diferença na força de vendas

Os seguintes atributos de postura são fundamentais. Por isso, a gestão da força de vendas deve valorizá-los e estimular a equipe a adotá-los.

Posturas da força de vendas, exemplos:

- Proatividade
- Dedicção
- Conhecimento dos processos da empresa
- Disposição para entregar resultados satisfatórios (mesmo quando não está fazendo somente o que gosta).

Com essa postura diferenciada, a força de vendas se destaca em

relação a uma equipe de vendas. A força de vendas é a elite das vendas, é o time que toda empresa deseja.

7. Coesão

Quer saber como transformar sua equipe de vendas em uma verdadeira máquina de resultados para sua empresa?

Para que uma empresa seja **bem-sucedida** em seu ramo de atuação, é fundamental que toda a equipe atue de maneira **coesa**. É necessário que a produção e o resultado em vendas sejam foco constante.

Entretanto, é comum encontrar nas empresas um gap envolvendo a equipe de vendas e os **objetivos estratégicos do negócio**. E isso pode levar a uma **vulnerabilidade** terrível para os negócios.

Isso pode acontecer por **diversos motivos**: funcionários desmotivados, profissionais não envolvidos com a dinâmica da empresa, inexistência de coletividade e até mesmo a **ausência de metas** capazes de oferecer crescimento profissional para o vendedor.

É obrigação de quem faz a gestão da força e vendas estar atento para todos esses detalhes.

Confira esta apresentação de slides com um resumo das 4 próximas dicas de nossa lista sobre a administração da força de vendas:

[4 dicas para alinhar a força de vendas com os objetivos da empresa](#) from **[Agendor](#)**

.

8. Alinhe sua equipe

Como anteriormente citado, é preciso que os **objetivos estratégicos** estejam plenamente alinhados com os vendedores.

Mas como fazer para que os objetivos da equipe de vendas estejam focados nos resultados que a empresa precisa? A resposta é a [motivação](#).

Funcionário motivado é funcionário que **vislumbra benefícios**.

Entre estes podem estar ascensão profissional, por exemplo.

Quando o funcionário percebe que atingiu as metas ele pode crescer dentro da empresa, é muito provável que ele trabalhe com mais empenho para atingir os objetivos.

Leia também: [10 filmes de motivação e liderança para a força de vendas](#)

9. Encontre o funcionário com o perfil ideal

Ao fazer o dimensionamento da força de vendas, é preciso montar um grupo apto para atingir as metas estipuladas. Na hora de **montar sua equipe** pense sempre em ter ao seu lado pessoas capazes de atuar com iniciativa e dedicação.

Isso vale tanto quanto a capacidade técnica de cada um. Não há como fazer uma boa gestão da força de vendas sem contar com bons profissionais.

Pensando no trabalho em equipe, essa lógica torna-se ainda mais relevante. A **união do grupo** geralmente é refletida no aumento da produtividade dos funcionários e na obtenção de coesão dentro do ambiente empresarial.



Pense sempre em ter ao seu lado pessoas capazes de atuar com iniciativa

10. Estabeleça as metas corretamente

Ter **objetivos mensuráveis e realistas** é elemento motivador capaz de mobilizar sua equipe de vendas. Portanto, ao fazer a

administração da força de vendas, você deve ter isso em mente.

Com **metas** que podem estar relacionadas a volume de vendas, produtividade individual, entre outros, é possível fazer com que os profissionais atuem de maneira alinhada com os [objetivos estratégicos da empresa](#) de maneira muito eficiente.

Assim, a **criação de um programa de metas** é uma obrigação da gestão da força de vendas e deve ser feita com base nas possibilidades de cada funcionário junto com sua equipe, mas sempre como um desafio para que esses profissionais ofereçam o seu melhor desempenho.

O objetivo da equipe de vendas, apesar de desafiador, não podem se inalcançável, para que não cause um efeito desestimulante no time.

Você sabe como definir as metas corretamente para fazer a gestão da força de vendas? **Suas metas têm que ser SMART.** Confira este infográfico que mostra [como definir metas para o setor da empresa](#) em que você trabalha ou qualquer outro tipo de meta:



Fonte: NFe.io

11. Considere sempre o lado humano

É preciso também ter a noção clara de que as pessoas têm seus lados **positivos e negativos**, pois são seres humanos.

A gestão da força de vendas deve sempre avaliar o lado individual de cada um, reconhecendo suas características próprias, evitando relações frias típicas do ambiente corporativo.

Quando a figura do chefe se aproxima e se humaniza, é natural a criação da empatia, capaz de mobilizar qualquer

profissional.

Para que sua equipe de vendas esteja plenamente de acordo com os objetivos estratégicos da empresa é fundamental que ela seja montada de maneira adequada para a execução do negócio.

A escolha de profissionais de acordo com seu perfil, assim como o **trabalho com incentivos** e estabelecimento de metas são caminhos que podem **fazer toda a diferença** na busca do sucesso da empresa.

Saiba mais: [Mitos e verdades sobre a força de vendas](#)

12. Previsão de vendas

O uso de recursos de **análises de dados** e que garantam a **previsão de vendas** e de **comportamento** está se configurando cada vez mais como uma tendência na administração da força de vendas.

Com esse tipo de análise, é possível criar **ofertas direcionadas** para o cliente e que tenham a ver com seus interesses.

De modo geral, esse tipo de análise usa **conhecimentos sobre o histórico** e sobre **padrões do consumidor** para prever quais serão seus interesses no futuro.

Esse tipo de recurso é muito utilizado no **e-commerce**, como com o aparecimento das seções “Quem viu isso, também comprou...” ou “Você também pode gostar de...”.

Disparos de **e-mail marketing** com ofertas baseadas em compras anteriores também são uma realidade cada vez mais frequente, à qual a gestão da força de vendas não pode dar as costas.



É importante que as empresas conheçam quais são as oportunidades e necessidades para que tenham equipes com

desempenho ainda maior

13. Adaptação a dispositivos móveis

Cada vez mais consumidores usam seus **dispositivos móveis**, como Smartphone e Tablets, para fazer compras e pesquisas sobre produtos em geral.

Segundo a Criteo, [cerca de 14% das compras online realizadas](#) no segundo trimestre de 2015 foram feitas em dispositivos móveis.

Com isso, a **adaptação aos dispositivos móveis** não é apenas uma tendência, mas também um desafio e uma necessidade para qualquer negócio que deseja experimentar resultados reais sobre a força de vendas.

Isso significa que as empresas precisam se adaptar cada vez mais à realidade mobile, sendo capazes de oferecer experiências para os possíveis clientes advindos desse tipo de tecnologia.

Criar e-commerces com sites responsivos, intuitivos e nos quais o pagamento possa ser feito de forma facilitada é uma opção, assim como desenvolver aplicativos e oferecer descontos por diferentes canais.

14. Compra com conteúdo rico

A popularização das **compras online**, feitas por dispositivos móveis ou não, também encontra como tendência a adaptação ao novo [consumidor 3.0](#). Mais do que adquirir um produto, ele deseja **adquirir uma experiência** e também algo de valor e que lhe seja útil.

Assim, é cada vez maior o número de marcas que apostam no [marketing](#) de conteúdo para aumentar a força de vendas, garantindo melhores resultados.

Além disso, é cada vez maior a necessidade de que a marca esteja onde o consumidor também está, ou seja, nas **mídias sociais**.

Ao aliar o **marketing de relacionamento** ao marketing de conteúdo, a gestão da força de vendas da empresa possui mais chances de efetivamente vender o seu produto.

Confira também: [Mitos e verdades sobre a força de vendas](#)

15. Mudanças na visão de vendas

Outra tendência para a força de vendas é a **mudança na visão da venda em geral** em relação a toda a equipe.

Agora, a responsabilidade de venda não é apenas da equipe de venda em si. Mas também uma responsabilidade de todos na empresa, para que haja um [bom atendimento ao cliente](#).

Com todos da organização envolvidos e focados em realizar a venda, maiores são as chances de que o consumidor sinta a diferença positiva no atendimento. E, com isso, torne-se mais inclinado a adquirir o produto ou aproveitar a oferta.

Essa mudança, portanto, [cria uma equipe comercial de alta performance](#) e melhora os resultados em todos os setores.

Que achou dessas 15 dicas de gestão da força de vendas e marketing? Que tal relembrar alguns dos principais com o nosso infográfico?



Agora que você já sabe o que é força de vendas, se quiser saber ainda mais sobre este tema, baixe nosso e-book: [O Guia para a Gestão Eficiente da Equipe de Vendas](#)