



O que é ticket médio e como entender isso vai melhorar suas vendas

Ticket médio é um [indicador de performance](#) de vendas. A palavra “ticket” se refere ao valor gasto em uma compra (como o valor impresso no ticket de um supermercado, por exemplo). Assim, o ticket médio pode ser calculado em função do valor monetário das vendas totais de uma empresa divididas pelo número de vendas. Outro cálculo do ticket médio leva em conta o número de clientes e qual é o valor médio de suas compras em determinado período.

Na verdade, é possível calcular o ticket médio de diferentes linhas de produtos, de canais de vendas ou de cada um de seus vendedores especificamente, entre muitos outros casos.

Dependendo do que você quer analisar em seu negócio, um diferente tipo de ticket médio pode ser usado para ajudar você a definir um [planejamento estratégico](#) de metas e objetivos ou um bom [plano de vendas](#).

Nesta postagem, além de mostrar o que é ticket médio, você vai ver exemplos de como calcular esse indicador de vendas de forma ágil e prática.

Disposto a aprender definitivamente o que é ticket médio? Então, siga a leitura com a gente!

Conheça mais KPIs importantes para o seu negócio baixando nosso e-book gratuito: [Indicadores de Vendas e Marketing](#)

O que é ticket médio de vendas, afinal?

Para facilitar o entendimento sobre o que é ticket médio, vamos apresentar as duas fórmulas principais.

Uma que leva em conta o número de clientes e outra que se refere ao número de vendas.

Assim, se você quer entender plenamente o que é ticket médio, deve levar em conta esses dois ângulos de visão.

Um conceito de ticket médio que se baseia no número de negócios fechados, por exemplo, é bastante útil para mensurar a performance de um vendedor.

Assim, se ele fez mais de uma venda para um mesmo cliente em determinado período, pode-se avaliar melhor seu desempenho em cada negociação efetuada.

Já, um conceito de ticket médio baseado no número de clientes, pode ser útil para avaliar quais são os clientes mais importantes do seu negócio, aqueles que mais contribuem para

seu faturamento e lucratividade.

Ficou claro para você o que é ticket médio e as variações desse conceito?

Então, vamos ver agora como calcular ticket médio de vendas.

Veja também: [Como aumentar o ticket médio? Alimente seus clientes mais rentáveis](#)



Como calcular ticket médio de vendas

Muito bem, agora que você entendeu o que é ticket médio de vendas, vamos às fórmulas e exemplos de cálculo de ticket médio das duas abordagens principais.

Como calcular ticket médio de vendas com base em número de vendas

Antes de fazer o cálculo desse ticket médio, vamos estipular alguns dados sobre uma empresa fictícia:

- **Volume Total de Vendas no período, ou Venda Totais (VT):**
R\$ 1.263.500,00
- **Número de Clientes que Compraram nesse período (C):** 133
- **Número de Vendas Realizadas (V):** 230

Vamos indicar este tipo de ticket médio de vendas pela notação **TMv**.

Para calcular o ticket médio de vendas com base no número de vendas, você deve dividir o Volume Total de Vendas pelo Número de Vendas Realizadas.

A fórmula pode ser representada desta forma:

$$TMv = VT / V$$

Substituindo os valores na fórmula, teremos:

$$TMv = 1.263.500 / 230$$

$$TMv = R\$ 5.493,50$$

Portanto, podemos dizer que no período estudado, cada venda gerou – em média – para a empresa R\$ 5.493,50.

Assim, um gerente de vendas pode avaliar que, se conseguir aumentar seu ticket médio de vendas em pouco mais de R\$ 500,00, pode chegar R\$ 6.000,00 em cada venda.

Dessa forma, mesmo que o número de vendas não aumente, o faturamento total da empresa chegará a R\$ 1.380.000,00.

Portanto, esse gerente poderá empregar estratégias de up selling e cross selling para aumentar seu ticket médio, por exemplo.

Confira dicas em nosso blog: [Aprenda o que é cross selling e up selling e como fazer usando CRM](#)

Como calcular ticket médio de vendas com base em número de clientes

É muito comum calcular o ticket médios de vendas por cliente.

Esse dado também pode ser usado para auxiliar em seu planejamento e na análise de resultados.

Por exemplo: como definir seus clientes key accounts, também chamados de clientes-chave?

Normalmente, esses clientes são aqueles que se encontram entre os 20% com maior faturamento. Assim, você pode comparar o ticket médio da empresa em determinado período com o ticket médio de cada cliente e descobrir aqueles que se encontram bem

acima da média, para atendê-los de forma diferenciada.

Veja mais: [Clientes-chave: abra portas em seu negócio com eles!](#)

Vamos ver agora como calcular o ticket médio de vendas com base no número de clientes. Vamos usar a seguinte notação para representar esse tipo de ticket médio: TMc.

A fórmula usada para isso é:

$$TMc = VT / C$$

Substituindo pelos mesmos valores definidos no exemplo anterior, teremos a seguinte equação:

$$TMc = 1.263.500 / 133$$

$$TMc = R\$ 9.500,00$$

Isso significa que cada cliente dessa empresa comprou – em média – no período analisado, um valor de R\$ 9.500,00.

Assim, um cliente que tenha um ticket médio de R\$ 30.000,00, por exemplo, é mais de 3 vezes lucrativo para a empresa que a média dos demais.

Ela não apenas entrega mais dinheiro para a empresa, mas a margem de lucro é maior.

Por quê?

Porque o custo de adquirir e manter um cliente, tenha ele um ticket médio de R\$ 500,00 ou de R\$ 30.000,00, é o mesmo. Se o custo para adquirir um cliente for R\$ 350,00, o primeiro cliente deste exemplo quase daria prejuízo ao negócio.

Da mesma forma, 3 clientes médios (R\$ 9.500,00 de faturamento) dão menos lucro que um único de R\$ 29.500,00.

Assim, atender de forma diferenciada seus clientes mais

lucrativos é uma maneira de fidelizá-los e retê-los em seu negócio.

Saiba mais: [Custo de Aquisição de Clientes: porque é importante mantê-lo sob controle](#)

Quer mais dicas de como fidelizar seus melhores clientes?
Baixe nosso e-book gratuito: [0 passo a passo da fidelização](#)