



Planilha de comissão de vendas: qual seu plano?

Conheça diversas abordagens sobre plano de comissão de vendas e como ele pode afetar o desempenho dos vendedores

Para ajudar você a fazer o controle e o planejamento de comissões de vendas, disponibilizamos **uma planilha de comissão de vendas pronta para usar**, que fornece automaticamente **gráficos e estatísticas** das vendas e comissões de cada vendedor, mês a mês.

Outra maneira eficaz de analisar as informações das negociações e vendas da sua equipe comercial é através de [sistemas de CRM](#), que compilam os dados da operação de vendas de maneira prática e automatizada.

Mas, independente do meio que você utiliza para fazer essa análise, o primeiro passo para comissionar os vendedores é definir uma estratégia para isso. Ou seja, se a comissão estará ancorada ao cargo, à venda específica de um produto ou ao valor total das vendas feitas, por exemplo.

Por isso, vamos detalhar **5 abordagens para definir um plano de comissão de vendas** e como isso pode motivar seus funcionários.

Está sem tempo para ler o conteúdo? Gostaria de poder acompanhá-lo enquanto dirige, caminha ou realiza outra atividade? Então não perca tempo e ouça este artigo na íntegra. Basta clicar no play! Agradecemos o seu feedback nos comentários □

Planilha de Comissão de Vendas integrada e pronta para usar:



BAIXAR PLANILHA

Veja também: [Guia prático: Como criar campanhas de incentivo de vendas](#)



Use uma boa planilha de comissão de vendas para gerenciar esse incentivo

5 maneiras de trabalhar um plano de comissões de vendas

O quadro mais comum no mercado é simplesmente definir um **percentual que o vendedor receberá sobre o montante de suas vendas**.

É claro que esse tipo de comissão sobre vendas não pode deixar de existir, na opinião da maioria dos empreendedores e gestores de vendas.

Mas algumas empresas chegam a ser **contra esse modelo de comissionamento**, sabia? Nessas empresas, uma planilha de comissão de vendas não é usada, em vez disso, são distribuídas **ações da empresa para seus funcionários!**

É o caso de uma das maiores redes varejistas norte-americanas, a [The Home Depot](#), que no lugar das comissões, distribui ações da empresa até o valor de **7% do salário anual** de seus funcionários.

Os objetivos que induzem essa estratégia são muitos:

- [Incentivar os funcionários](#) a trabalharem com “espírito de dono”;
- Pensar a longo prazo e continuar fazendo a empresa ser lucrativa por muito tempo;
- Investir em um plano de aposentadoria para os funcionários, afinal, essas ações funcionam como tal;
- Reter talentos, que conforme acumulam ações, mais querem trabalhar por altos índices de lucratividade, distribuição de lucros e dividendos.

Mas é claro que dependendo do porte de sua empresa, não há como distribuir ações ou outras táticas parecidas. É por isso que selecionamos para você mais **5 planos para comissão de vendas** com diferentes enfoques.

Veja mais: [15 frases sobre avaliação de desempenho e como criá-las](#)

1- Plano de comissões de vendas para equipes ou pelos resultados da empresa

Talvez você não acredite, mas algumas organizações não dão comissões pelas vendas individuais, **apenas pelo resultado da**

equipe e, em alguns casos, só são distribuídas as comissões **caso as metas da empresa como um todo sejam batidas.**

O objetivo é evitar aquela famosa **“paralisia” de final do mês**, que afeta alguns vendedores que já bateram suas metas (ou acham que as vendas que fizeram são suficientes).

Esse método ajuda a [gerenciar as equipes](#) para trabalharem de forma colaborativa e até mesmo levando alguns integrantes a cobrar resultados dos colegas.

Quer saber [como criar um relatório de comissões. Clique aqui, o Agendor pode ajudá-lo!](#)

Quanto a só distribuir as comissões de vendas **se a empresa como um todo bater as metas** (nesse caso, outros departamentos também não recebem seus bônus), esse tipo de estratégia demonstra às equipes que não adianta **seu departamento estar tinindo e vendendo bem**, se os resultados da organização não estão sendo alcançados e os acionistas não estão sendo remunerados adequadamente.

Isso evita também a formação de panelinhas, afinal, todos precisam da ajuda e dicas das outras áreas para que a empresa consiga alcançar seus objetivos organizacionais!

Entenda qual a melhor maneira de remunerar a força de vendas? [Clique aqui para ler o artigo!](#)

2- Comissionamento por função

Com o uso de técnicas de [funil de vendas](#) e [jornada do cliente](#), cada vez mais as empresas têm destacado vendedores especialistas para atuarem diferentes fases do [fluxo de vendas](#).

Existem aqueles profissionais que atraem os clientes, aqueles que os qualificam, outros que fazem o fechamento e a negociação das vendas etc.

Mas como definir quem vai levar a comissão de uma venda que passou por diversos vendedores e profissionais diferentes?

Um bom [sistema de CRM](#) pode fornecer dados como quantidade de telefonemas, visitas, reuniões, e-mails e fechamentos que cada vendedor realizou e, caso tenham tido êxito final, a comissão pode ser distribuída entre os participantes.

Da mesma forma, podem ser estipuladas **metas de visitas, metas de reuniões, metas de e-mails etc.**, que, se batidas, valem algum bônus ou prêmio.



Para diferentes funções, diferentes critérios de comissionamento devem ser usados

3- Modelo de comissão de vendas misto

É uma mistura do sistema de comissões pessoais como o sistema de premiações por equipe e metas da empresa.

Apesar de **parecer uma excelente ideia** para deixar todo mundo contente, premiar as comissões dos vendedores (mesmo se as metas da equipe ou da empresa não se concretizarem) pode acabar **saindo mais caro**. Isso porque será preciso premiar novamente os vendedores que já bateram suas metas pessoais quando a **equipe bater as metas coletivas** e a empresa atingir seus objetivos.

Pense nisso antes de tomar qualquer decisão!__

4- Comissões com teto máximo

Já foi demonstrado em [estudos](#) (confira o artigo da Harvard Business Review) que definir um valor máximo para a comissão paga para um vendedor pode desmotivar vendas ou fazê-lo **registrar-las somente no mês seguinte**.

Algumas empresas usam isso para evitar, por exemplo, que um vendedor extremamente bem-sucedido em um determinado mês ganhe um montante, incluindo fixo mais variável, de R\$ 20 mil ou R\$ 30 mil, às vezes **superior ao salário de um diretor** da sua ou de outras áreas, como contabilidade ou produção.

Há controvérsias sobre a justiça dessa ideia e, como dissemos, desestimula as vendas.

5- Comissões mais campanhas de incentivo

Muitas empresas **integram as comissões a um sistema mais lúdico de premiação**, como dar viagens, smartphones, laptops e até carros para os vendedores que se destacam.

Isso pode sair caro e precisa de **critérios justos**, uma campanha de **endomarketing** clara e caprichada, bons **sistemas eletrônicos e online de acompanhamento**, mas, por outro lado, realmente **deixa a equipe muito animada!**

Confira esta postagem de nosso blog sobre comunicação interna: [**Objetivo do endomarketing: alcançar as metas do negócio.**](#)



Comissões em conjunto com campanhas de incentivo têm grande efeito motivacional!

Já decidiu qual desses planos de comissão de vendas é mais adequado para seu negócio? Então [**baixe nossa planilha de comissão de vendas**](#) e inicie o trabalho de motivação da equipe para alcançar melhores resultados.