



# Planilha de Vendas: como fazer a gestão e controle + modelos gratuitos

Você já deve estar cansado de ouvir que o modo de vender mudou. Que o acesso à tecnologia transformou o comportamento do consumidor e que nunca foi tão importante acompanhar seus clientes em todo o processo de decisão de compra. *Mas como fazer isso, na prática?* Criar e utilizar uma planilha de vendas é uma das respostas para essa pergunta.

*Mas por onde começar a desenvolver essa planilha de vendas? Quais informações devem estar presentes?*

*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* □

Essas são perguntas comuns por isso, criamos este artigo. Aqui reunimos uma série de **modelos de planilha de vendas**, já prontos. Basta você baixar e começar a realizar o controle de suas negociações.

A seguir, você irá encontrar:

- Planilha para planejamento de vendas;
- Planilha de controle de vendas e clientes;
- Planilha de prospecção de clientes;
- Planilha de produtividade em vendas;
- Planilha de despesas e relatório de visitas;
- Planilha de diagnóstico de vendas;
- Planilha de comissão de vendas.

Entretanto, além de ter as planilhas em mãos, é importante que você compreenda como usá-las. Pensando nisso, a seguir também preparamos uma explicação sobre:

- O que é cada planilha;
- O que pode ser acompanhado;
- Como usar;
- As vantagens de aplicar cada uma no dia a dia do seu negócio.

Para completar e fechar com chave de ouro este guia, vamos apresentar a você o que é um **software de CRM** e como ele pode agilizar o controle de vendas, por meio da tecnologia intuitiva que possui.

*Ufa!* Como você pode ver temos um longo caminho pela frente, então vamos começar!

# Planilha para planejamento de vendas

O [planejamento estratégico de vendas](#) começa com a **coleta de dados** sobre o histórico da empresa, bem como a **definição de cenários e previsão** de vendas.

Dessa forma, uma planilha de planejamento de vendas deve permitir que você insira parte do histórico de vendas da sua empresa e, a partir disso, bem como de outros fatores relacionados ao seu planejamento estratégico, crie uma [previsão de faturamento](#) e para os meses seguintes.

É fundamental que uma planilha de planejamento de vendas permita que você insira o **percentual de crescimento** desejado em um ano, bem como deve considerar a sazonalidade de vendas de cada mês.

A partir dessa primeira análise um planejamento de vendas deve considerar:

- objetivos de crescimento;
- definição de alocação de recursos.

Em suma, uma planilha de vendas, focada no planejamento, deve estabelecer quais são os objetivos gerais para a equipe de venda e, a partir disso, definir informações como:

- meta de reuniões e ligações mensais;
- quantidade de vendedores necessários; e mais.

Tudo isso ajuda você a entender se o seu objetivo é ou não é alcançável e o que deve ser feito para atingi-lo.

Você não precisa se preocupar em criar essa planilha de vendas do zero. Você pode ter acesso a ela gratuitamente, já com as fórmulas e dados necessários, dentro do nosso [Kit de planilhas de vendas](#), que também inclui:

- planilha de controle de vendas e clientes;
- planilha de prospecção de clientes.

Se você ainda não tem um planejamento para suas vendas, é hora de criar um! Ele vai ajudar a guiar sua equipe e sua estratégia rumo aos objetivos do seu negócio. Para isso acesse o artigo; [“Como elaborar um plano de vendas para empresa”](#).

## Planilha de controle de vendas e clientes

Quando falamos de planilha de controle de vendas e clientes estamos nos referindo a uma planilha que organiza os dados dos clientes e as informações sobre as etapas que já foram realizadas dentro da negociação entre sua empresa e o lead.

Esse modelo de planilha de vendas é importante para garantir que nenhum cliente seja esquecido ou que seus dados se percam entre vendedores. Também é usada por gestores para acompanharem em qual etapa cada cliente está e como seus vendedores estão lidando com a evolução do cliente dentro da [jornada do consumidor](#).

## Planilha de prospecção de clientes

Da mesma forma que é importante acompanhar os clientes que já estão em contato com sua empresa e que chegaram até ela por meio das diferentes [estratégias de marketing para vendas](#) usadas pela sua empresa, também se faz necessário criar uma planilha para acompanhar a prospecção de clientes.

Mesmo com tantas ações de marketing disponíveis e o sucesso do **Inside Sales** nas estratégias de empresas B2B, é ainda bastante comum que as organizações realizem uma [prospecção ativa](#) em busca de clientes, seja por meio de contatos por telefone, e-mail, redes sociais como o LinkedIn ou outros canais.

Para que gestores e equipe de vendas possam acompanhar quais empresas já foram prospectadas e as informações relevantes sobre cada organização a ser **prospectada**, a planilha de vendas se mostra bastante útil para organizar essa **fase das vendas**.

Por meio dessa planilha, também é possível organizar, além dos dados de contato, informações como:

- as etapas de [follow-up](#);
- o [pipeline de vendas](#).

Uma planilha de vendas tem o objetivo de auxiliar no **controle e na gestão de vendas e clientes**, realizando o acompanhamento e monitoramento desde o primeiro contato entre o cliente e sua empresa (quando ele se torna um leads) até a realização da venda.

Não sabe o que é Inside Sales nem conhece a diferença entre esse modelo e a prospecção direta? Acesse o artigo; **[“Inside Sales: o que é e como implementar?”](#)** e veja o que você pode estar perdendo ao não investir nessa estratégia.

## Planilha de produtividade em vendas

Medir os resultados das ações realizadas com o objetivo de converter vendas, bem como analisar o rendimento de uma equipe de vendas, faz parte do controle necessário para uma empresa alcançar o sucesso em prospecção e conversão de contatos em clientes.



Esse tipo de acompanhamento também é importante para a identificação de possíveis gargalos que estão atrapalhando a execução ideal das atividades.

Algumas [métricas e indicadores](#) de produtividade em vendas incluem dados como:

- número de ligações;
- reuniões;
- propostas;
- vendas realizadas.

Acesse nosso modelo de [planilha de produtividade em vendas](#) e comece a acompanhar os gráficos de indicadores, o rendimento de sua equipe e de cada vendedor.

## Planilha de despesas e relatório de visitas

*Quanto custa para um vendedor da sua equipe converter um contato em cliente?*

Por meio de uma planilha de despesas e controle de vendas, você é capaz de identificar **quanto cada vendedor gasta** para converter um cliente, quais são os clientes mais caros e identificar se esse custo está sendo compensado por **mais e melhores vendas**.

Esse tipo de planilha de vendas pode identificar que você está gastando muito para converter poucos clientes ou clientes com baixo [ticket médio](#). Essa compreensão ajudará sua equipe a pensar em possíveis mudanças nas [etapas do processo de vendas](#).

O constante acompanhamento dos resultados de sua abordagem de vendas é um fator estratégico para manter sua empresa e crescimento contínuo.

A abordagem que está dando certo hoje pode parar de funcionar em poucos meses, por isso acompanhar esses requisitos é um trabalho constante.

Faça o download gratuito da [planilha de despesas e relatório de visitas](#) e comece a usar já!

# Planilha de diagnóstico de vendas

Como estávamos falando acima, é fundamental para um gestor e para toda a equipe de vendas olhar para o interior da própria estrutura e buscar identificar **erros e acertos** que indiquem se o caminho percorrido está funcionando ou precisa de melhorias.

Esse é o primeiro passo para a melhoria de resultados e desempenho de sua empresa.

Uma planilha de diagnóstico de vendas é usada para uma autoavaliação do departamento e das práticas que estão sendo executadas. A planilha vai te guiar para:

- entender quais são os pontos fracos e fortes de seu processo comercial;
- avaliar se é preciso melhorar o desempenho do time;
- identificar a necessidade de adoção de uma ferramenta de automação comercial e mais.

Se você precisa melhorar os resultados de suas vendas, mas não sabe como, uma planilha de vendas para diagnóstico pode ser a saída ideal. Baixe nossa planilha de [diagnóstico de vendas](#) gratuitamente.

## Planilha de comissão de vendas

Esse é um ponto muito delicado de todas as equipes de vendas, afinal, controlar a comissão de cada vendedor pode **ocupar um tempo precioso do gestor**. Por isso, uma das formas de otimizar o trabalho do líder de vendas, dando mais tempo para ele se ocupar com atividades mais estratégicas, é o uso de planilha de comissão de vendas.



Ela permite que você organize a comissão geral e para cada vendedor, bem como permite analisar qual é o melhor tipo de

comissionamento para sua empresa e tipo de negócio.

Se você ainda tem dúvidas sobre a melhor forma de distribuir a comissão indicamos que acesse o artigo; **[“Planilha de comissão de vendas: qual seu plano?”](#)** e conheça as 5 maneiras de **trabalhar um plano de comissões de vendas.**

Você não vai precisar quebrar a cabeça para criar essa planilha de vendas. Nossa equipe organizou uma planilha de comissão pronta para você usar. Faça o download [aqui](#).

## Implementação de um software de gestão de vendas | CRM

Gerar negócios é o grande objetivo de uma empresa, seja ela de qualquer setor ou tamanho. É por meio das vendas, seja de produtos ou serviços, que sua empresa é capaz de manter o [capital de giro](#) saudável, o [fluxo de caixa](#) em dia e crescer!

Por isso, a gestão de vendas é um aspecto tão estratégico dentro da organização de uma empresa. Sem ela, seu departamento pode até gerar negócios, mas provavelmente **não está aproveitando todo o potencial** que possui. Isso porque as práticas de gestão tem como foco:

- a [melhoria de processos](#);
- o aumento da eficiência do trabalho.

Em suma, o objetivo é aumentar a produtividade de vendas, eliminando gargalos, para que você venda mais, melhor e em menor espaço de tempo.

Como você viu até aqui, o acompanhamento das atividades, práticas e resultados das ações de vendas é fundamental para a verificação do real sucesso de sua empresa, entretanto, o acompanhamento por meio de **planilhas pode ser burocrático e demandar tempo** de sua equipe de vendas e do líder do setor.





“Tempo é dinheiro” e essa é uma afirmação que se encaixa ainda melhor no departamento de vendas de qualquer empresa. Por isso, cada dia mais empresas adotam um [software de CRM](#) em seu processo de gestão da área.

*Mas, o que é CRM?*

CRM ou Customer Relationship Management ou **Gestão do Relacionamento com o Cliente** é uma nova forma de enxergar os processos de vendas, colocando o cliente no centro de cada estratégia e não os produtos ou serviços que sua empresa comercializa.

Uma estratégia CRM é diferente de um software CRM. Enquanto o primeiro diz respeito a um plano de ação centrado nas necessidades do cliente, o segundo é sobre um sistema que ajuda a colocar o plano em prática.

Antes de falarmos sobre o sistema CRM é importante entender, mesmo rapidamente, [o que é CRM](#).

Uma estratégia CRM considera todas as etapas do funil de vendas para cada uma das personas de um negócio. A partir disso busca entender o que cada cliente precisa e oferece a eles essa solução.

Um software CRM não é apenas uma planilha com tecnologia que controla os clientes que entraram e saíram da empresa ou em que fase de negociação o consumidor está. Ele também permite a identificação da etapa do [funil de vendas](#) que o lead se encontra e quais são suas dúvidas e necessidades.

Além disso, um software de CRM possui funcionalidades que permitem:

- a coleta de informações dos leads;
- a mensuração de dados e KPIs;
- acompanhamento e controle de resultados;

- organização dos contatos com os clientes.

*E porque escolher um software de CRM ao invés de uma planilha de vendas?*

Porque além de permitir a realização de [segmentação de clientes](#) e leads, bem como a identificação das necessidades de cada um – o que proporciona uma venda mais direcionada e estratégica -, o CRM ainda realiza as tarefas de todas as planilhas em um único sistema, bem como o faz de maneira **automatizada**.

O resultado é uma gestão de clientes mais eficaz, rápida e centralizada, onde equipe e gestores acompanham em tempo real cada atividade realizada junto ao cliente e ainda podem acompanhar resultados e métricas sem a necessidade de cálculos extras ou outras planilhas.

Quer aprofundar seu conhecimento sobre como implantação de CRM para equipes de vendas pode potencializar seus resultados de vendas? Baixe a nova edição do nosso [Guia para o sucesso com CRM](#).

Em suma, entre os benefícios de inserir um software de CRM em sua estrutura de vendas, estão:

- a possibilidade de **registrar todo contato entre empresa e cliente**;
- **centralizar as informações** de vendas;
- **segmentação** de leads;
- a possibilidade de uma **visão geral e/ou individualizada** sobre os contatos;
- acompanhamento de **custos e [indicadores de venda](#)** de maneira automatizada;
- a **identificação de contatos que estão mais perto de realizar uma compra** ou fechar um contrato ([leads qualificados](#) ou quentes). Isso é especialmente valioso para que a equipe não deixe o cliente esfriar enquanto lida com contatos que estão nas fases iniciais da

jornada de compra e mais.



Fonte: The Sales Management Association

E aí, ficou interessado em conhecer na prática como funciona um software de CRM e entender porque ele é uma opção mais completa do que as planilhas de vendas?

Algumas empresas normalmente descartam a utilização de sistemas como software de CRM por acharem que o custo estará acima de suas possibilidades. Esse é, principalmente, o caso de **pequenas empresas**. Entretanto, você pode encontrar opções *freemium*, ou seja, opções gratuitas de software CRM.

O **Agendor** possui um [sistema CRM grátis](#) em português com funcionalidades que vão ajudar você a realizar uma gestão de vendas eficaz. Além desta versão gratuita, você também encontra outros planos e a sua escolha vai variar de acordo com o modelo de negócio da sua empresa.

Antes de encerrarmos este guia sobre planilhas de vendas e CRM, e para você ter a certeza de que o Agendor pode te ajudar, que tal assistir ao vídeo que apresenta o aplicativo de vendas do Agendor para smartphones, IOS e Android? Confira abaixo:

Agora que você conhece os benefícios do CRM e sabe como ele pode ser um divisor de águas na sua empresa, *que tal aprender como implementar o CRM na sua equipe de vendas?*

Para isso, indicamos que você faça o download do **Ebook [CRM: Atraia, Fidelize e Satisfaça mais Clientes](#)** e aproveite as dicas para colocar em prática o que falamos até aqui! Se precisar de ajuda nossa equipe estará a disposição com um suporte especial para você e sua empresa.