

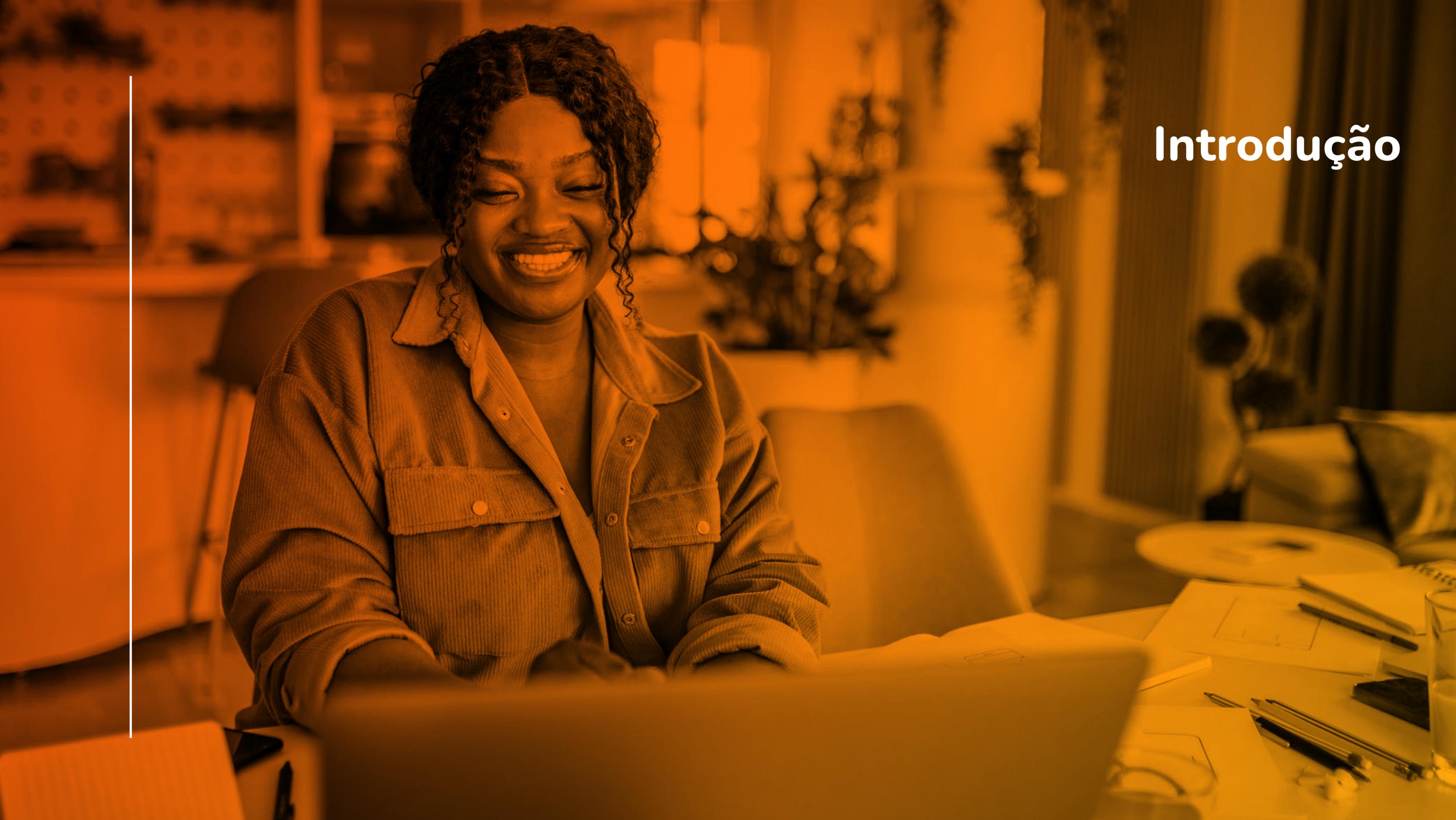


**PLANEJAMENTO DE
VENDAS PARA 2024:
COMO ALCANÇAR
METAS E SUPERAR
AS EXPECTATIVAS**

Granito
Vendeu, recebeu

INTRODUÇÃO.....	3
POR QUE ANALISAR O CENÁRIO ATUAL?	5
COMO FAZER UM BOM PLANEJAMENTO DE VENDAS?.....	10
COMO IMPLEMENTAR O SEU PLANEJAMENTO DE VENDAS?	15
COMO MONITORAR O SEU PLANO DE VENDAS?.....	19
CONCLUSÃO.....	21
SOBRE A GRANITO.....	23

Introdução



Para alcançar grandes resultados em 2024, vale a pena criar um bom planejamento de vendas. Afinal, alcançar novos consumidores é fundamental para manter sua empresa ativa e com condições para se desenvolver no longo prazo.

Mesmo para micro e pequenas empresas, implementar um bom plano é crucial para expandir os negócios e escalar suas operações. Como vendas e gestão são as áreas de maior dificuldade no comando de uma empresa, há necessidade de investir um bom tempo para entender quais são as melhorias possíveis.

Se você quer saber como estruturar um planejamento de vendas alinhado com as possibilidades do seu negócio, continue a leitura e confira nosso conteúdo!





Por que analisar o cenário atual?



O primeiro passo para ter um planejamento de vendas adequado para 2024 é entender o cenário atual da sua empresa. Explicamos os principais motivos para realizar esse diagnóstico, a seguir.

AJUDA A COMPREENDER O MERCADO

A partir do entendimento do cenário atual do nicho em que a sua empresa atua, você tem uma noção mais ampla do que está acontecendo. Ou seja, pode **verificar as tendências de mercado, inovações que podem ser implementadas, desafios que tendem a surgir e muito mais.**

Além disso, ajuda a compreender a demanda dos consumidores e comportamentos de compra atuais. Com isso, a sua empresa tem tudo o que precisa para antecipar mudanças e ajustar estratégias para atender às expectativas do mercado.

PERMITE ENTENDER OPORTUNIDADES E DESAFIOS

A segunda razão para investir em uma avaliação do cenário atual é para compreender oportunidades e desafios que podem surgir. Por exemplo, ao fazer um estudo das estratégias atuais, **você identifica pontos fortes e fracos da empresa**. Assim, basta realizar ajustes para melhorar a performance.

Além do mais, esse estudo ajuda na hora de planejar as mudanças que podem ocorrer, seja por mudanças na legislação, seja por avanços tecnológicos ou comportamentos do consumidor. Desse modo, **essa avaliação orienta a empresa na tomada de decisões proativas e na mitigação de riscos**.

AUXILIA NA DEFINIÇÃO DO POSICIONAMENTO

A partir de uma avaliação antecipada, é possível compreender como os outros competidores estão posicionados em seu mercado. Esse ponto é essencial para encontrar maneiras de agregar valor aos clientes e se diferenciar dos concorrentes.

Assim, você se posiciona como **uma empresa única no seu nicho**. Dessa forma, fica mais simples adequar a sua precificação para aumentar a lucratividade da empresa e assegurar melhores resultados.

COLABORA COM AJUSTES NECESSÁRIOS

Também vale mencionar que um bom planejamento de negócios precisa partir de um entendimento da realidade atual para definir os ajustes necessários e, desse modo, alcançar as metas no próximo ano.

Essa necessidade surge porque o ambiente de negócios está constantemente mudando, devido às condições econômicas, aos aspectos políticos e até mesmo sociais. Uma análise cuidadosa do cenário atual capacita a empresa a se adaptar prontamente a essas mudanças, ajustando suas estratégias de vendas conforme necessário.





MELHORA A ALOCAÇÃO DE RECURSOS

Para que o seu planejamento dê resultados, é essencial alocar os dinheiro da empresa em investimentos que façam sentido. A avaliação prévia ajuda a compreender como investir o capital da empresa e ter um bom custo-benefício.

Ou seja, ao priorizar investimentos com base no impacto percebido e na análise cuidadosa de custos-benefícios, **é viável direcionar recursos financeiros, humanos e tecnológicos para áreas estratégicas que impulsionam o sucesso nas vendas.**

Dessa forma, a empresa pode não apenas alcançar eficiência operacional, mas também garantir uma utilização eficaz do dinheiro, fundamentando seu crescimento sustentável e a lucratividade.

A woman with curly hair and glasses, wearing a patterned blazer, is smiling and looking at a laptop screen. A man with glasses and a beard, wearing a striped shirt, is also smiling and looking at the screen. They are in an office environment with a desk, a laptop, and some papers. The image has a warm, orange-toned overlay.

Como fazer um bom planejamento de vendas?

Como você viu no tópico anterior, é preciso avaliar o cenário atual da sua empresa para começar o planejamento. Ele vai trazer os dados necessários para tomar decisões inteligentes. Vale, também, aplicar as dicas que vamos apresentar a seguir.

DEFINA OS OBJETIVOS

Uma etapa que não pode ficar de fora do seu planejamento de vendas para o próximo ano é a definição de objetivos. Para isso, utilize os dados que foram coletados durante os anos passados para traçar metas realistas e alcançáveis.

Lembre, ainda, que elas devem ser mensuráveis e com um prazo bem estipulado, além de alinhadas aos objetivos gerais da empresa. Essa fase é essencial, pois ajuda a definir um plano de ação para cumprir todos os objetivos.

Entre os objetivos que você pode estipular, estão o crescimento desejado, o aumento da participação de mercado, a captação de mais clientes e a otimização da lucratividade por meio das estratégias de vendas.



ANALISE O MERCADO

Fazer a análise de mercado também é essencial na hora de definir o planejamento de vendas para 2024. É preciso entender as nuances que moldam o ambiente comercial para ter um plano de ação adequado.

Para isso, **é preciso que você avalie as tendências do mercado que fazem sentido de serem aplicadas na empresa**, estude a concorrência e aprofunde o seu conhecimento sobre o perfil do cliente da sua empresa.

Todos esses fatores vão permitir identificar as melhores estratégias e os canais mais adequados para potencializar os resultados. Ademais, são importantes para definir o posicionamento que será adotado para maximizar as vendas.

INVISTA EM TECNOLOGIA

Investir em tecnologia é uma decisão estratégica vital para impulsionar o sucesso no cenário de vendas. Por exemplo, **a implementação de ferramentas tecnológicas avançadas, como sistemas de Customer Relationship Management (CRM), ajuda a melhorar a gestão dessa área e otimizar as estratégias.**

Há, ainda, plataformas de análise de dados e automação de marketing, que proporcionam eficiência operacional e insights valiosos. Vale, também, adotar integração das tecnologias para manter o gerenciamento adequado e eficaz.

Ao investir em tecnologia, as empresas podem aperfeiçoar processos, aumentar a produtividade da equipe de vendas e, ao mesmo tempo, manter-se ágeis para se adaptar às demandas em constante mudança.



UTILIZE ABORDAGENS DE VENDAS

Ter abordagens de vendas adequadas para manter a sua empresa competitiva em 2024 é um ponto essencial no seu planejamento. Por isso, é preciso investir em estudos para entender o que é tendência e adotar em seu negócio.

Por exemplo, a personalização nas vendas, entendendo as características e necessidades específicas de cada cliente, é crucial. Nesse sentido, usar uma abordagem consultiva, que tenta compreender o que o cliente precisa para fazer ofertas adequadas, é uma ótima opção para o ano de 2024.

Adotar uma abordagem multicanal que combina o que há de melhor no digital e no ambiente físico também é uma ação que deve estar nos planos para o próximo ano. Ao implementar abordagens de vendas inovadoras e alinhadas ao contexto atual, **é factível fortalecer sua posição competitiva e impulsionar o crescimento sustentável.**

AVALIE OS CANAIS DE VENDAS

Vale a pena fazer uma análise dos canais de vendas que estão sendo utilizados pela empresa. Esse cuidado vai ajudar a entender adaptações que podem ser feitas e oportunidades que sua empresa não está explorando.

Por exemplo, o uso das redes sociais para efetuar vendas é cada vez mais comum em companhias altamente competitivas. Elas apresentam diversos recursos importantes, como a possibilidade de desenvolver um relacionamento mais forte com os clientes e até mesmo utilizar publicidade paga para aumentar o alcance do negócio.

Além do mais, **é fundamental identificar os canais já existentes e entender como melhorá-los**. Isso pode ser feito nas vendas diretas, no estudo de distribuidores e até para encontrar novas parcerias estratégicas.

IMPLEMENTE NOVAS ESTRATÉGIAS DE VENDAS

Assim como boas abordagens de vendas podem ajudar, também existem estratégias que podem ser usadas para melhorar indicadores da área de vendas, como o ticket médio e o nível de satisfação dos clientes.

Por exemplo, fazer estratégias de upsell, oferecendo produtos melhores, ou de cross-sell, apresentando itens complementares para melhorar a experiência de compra, é uma ótima forma de vender mais.

Para isso, é preciso treinar a sua equipe para que saiba como aplicá-las. Além disso, é fundamental implementar práticas de acompanhamento pós-venda. Esse cuidado é relevante para garantir a satisfação do cliente e cultivar relacionamentos a longo prazo. Buscar outras estratégias e manter uma rotina de aprendizado contínuo é essencial.



Como implementar o seu planejamento de vendas?

Implementar o plano de vendas de maneira eficaz envolve uma série de etapas importantes para alcançar grandes resultados. Veja, a seguir, quais passos podem simplificar a adoção de uma metodologia eficiente para as vendas.

CONVERSE COM SUA EQUIPE

Após determinar metas e objetivos alcançáveis, é hora de comunicar a equipe sobre a implementação do plano de vendas, explicando cada etapa para os envolvidos. Além do que, é fundamental realizar reuniões constantes para manter a equipe alinhada, além de investir no treinamento dos vendedores.

Como o processo de vendas é bastante particular, **vale a pena investir em treinamento para a equipe, a fim de desenvolver as habilidades necessárias em termos de negociação.** Essa preparação deve contar com orientações sobre os produtos, técnicas de persuasão e habilidades de comunicação.



MANTENHA SEU TIME MOTIVADO

As vendas acontecem diante da interação da empresa com o público. Essa comunicação tende a ser mais complexa do que apenas a apresentação dos benefícios de sua marca. Por isso, manter o time engajado e com muita disposição é indispensável para proporcionar boas interações com o público.

Criar programas de incentivo é crucial para manter a equipe de vendas engajada. Eles podem ser desenvolvidos tanto por meio de recompensas tangíveis, quanto pelo reconhecimento da contribuição de cada um para os resultados da empresa.

FOQUE NO CLIENTE

A ideia de um planejamento de vendas é sempre aumentar os resultados da empresa, mas também a satisfação dos clientes. Afinal, a fidelização do público é um elemento primordial para o sucesso de qualquer marca.

Então, vale a pena certificar-se de que a equipe compreende as necessidades e os interesses dos clientes. Isso contribui para que as sugestões estejam mais alinhadas com os objetivos do público, aumentando a satisfação dos consumidores.



FAÇA AJUSTES CONSTANTES

Outra dica relevante na hora de implementar o seu planejamento e alcançar os resultados necessários é realizar avaliações e ajustes constantemente.

Para isso, **é indispensável definir indicadores-chave para a área de vendas**, como:

- Taxa de Conversão;
- Ticket Médio;
- Número de Novos Clientes;
- Retenção de Clientes;
- Tempo Médio de Ciclo de Vendas;

O uso da tecnologia é essencial para acompanhar esses indicadores. Com um bom software, inclusive, você consegue montar relatórios estratégicos que vão auxiliar a compreender o desempenho da empresa.



**Como monitorar o seu
plano de vendas?**

O monitoramento constante das estratégias é basilar para entender a realidade de sua empresa, seja ele de pequeno, médio ou grande porte. Depois de ter metas claras sobre os objetivos de vendas, **é necessário usar ferramentas tecnológicas para acessar essas informações em tempo real.**

Seja por meio de um CRM, seja de uma plataforma de vendas associada a seus meios de pagamento, é necessário verificar o histórico de vendas, os movimentos sazonais do público e as principais demandas dos produtos ou serviços disponibilizados.

Com os dados em mãos, é hora de seguir para as métricas e os indicadores de desempenho (KPIs). Medidas como a taxa de conversão, ticket médio, margem de lucro e LTV são importantes para fazer uma análise de vendas mais precisa.

Você também pode **analisar os dados conforme campanhas específicas**, comparando as estratégias de marketing que são mais eficientes — por meio da análise do ROI —, os canais que trouxeram novos clientes e mecanismos que favoreceram os resultados obtidos.



Conclusão





Ao implementar as dicas apresentadas, você consegue adaptar uma estrutura mais formal para a gestão da sua empresa. Esse tipo de atenção é crucial para quem deseja expandir seus projetos em 2024 e fazer com que suas soluções alcancem ainda mais pessoas. Portanto, não deixe de investir em conhecimento e boas ferramentas para potencializar o alcance da marca.

Granito



Somos uma empresa brasileira, pioneira em recebimento por meio de transações eletrônicas, com soluções customizadas e atendimento completo.

Fundada em 2015, a Granito nasceu para responder às necessidades dos empreendedores que desejavam aumentar suas vendas, reduzindo seus impostos, ou que precisavam de soluções customizadas nunca antes vistas, integradas em sua máquina de cartão, “embutidas” em um meio de pagamento.