

DIVERSAS MANEIRAS DE COMMISSIONAR A SUA EQUIPE DE VENDAS

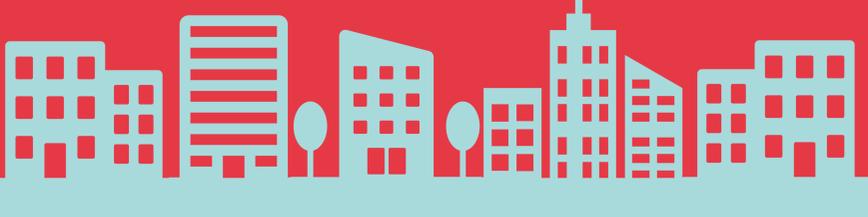


ESTÁ PENSANDO EM OFERECER COMISSÕES PARA OS SEUS VENDEDORES?

Um dos ganhos com o uso desta estratégia é permitir que o vendedor tenha sua lista de clientes e a utilize para potencializar as suas vendas. Para o empresário, ter funcionários comissionados, fazendo parte da equipe, possibilita que a empresa tenha ganhos nas vendas e uma maior presença no mercado.

A comissão sobre vendas destinada aos colaboradores é uma forma de reconhecimento e motivação que, via de regra, gera maior número nas vendas de uma empresa.

A remuneração precisa ser justa e baseada em uma política objetiva, em que empresa e colaboradores possam crescer juntos.



MAS QUAIS SÃO OS DIFERENTES TIPOS DE COMISSÃO POR VENDAS QUE PODEM SER ADOTADAS POR UMA EMPRESA?

COMISSÃO POR META BATIDA

Essa forma de comissionamento é paga somente quando a meta estipulada é batida pelo vendedor, o que acaba gerando contradição, pois, embora esse método possa gerar estímulo para que os vendedores trabalhem tendo em vista atingir o objetivo (meta), por outro lado, pode ser desmotivador caso o valor estipulado seja visto como inatingível, e assim gerar estresse e ansiedade em cada possível venda.



COMISSÃO EM PERCENTUAL FIXO

Muito comum, esse é o tipo mais adotado por grande parte das empresas lojistas e por representantes do comércio em geral. Esse modelo fixo de comissão é calculado a partir do valor bruto de um produto, seja ele vendido em pouca ou grande quantidade e independe da forma de pagamento, o que facilita ao vendedor fazer um cálculo prévio da sua comissão. Ela também é interessante porque o vendedor terá sua comissão garantida, independente do resultado geral obtido nas vendas.

COMISSÃO IGUALITÁRIA

Trata-se de um dos modelos menos usados pelas empresas. Ele é considerado de risco, bem como o comissionamento por meta batida, visto que quando é adotado esse estilo de gratificação, tem-se a intenção de afastar eventuais competições entre os vendedores, uma vez que receberão o mesmo valor. Entretanto, existe o risco daquele colaborador dedicado, que se destaca nas vendas, sentir-se desmotivado por receber a mesma comissão dos que não vendem tanto quanto ele.



COMISSÃO POR RECEBIMENTO MENSAL

Geralmente, adotada por empresas que possuem crediário próprio como forma de recebimento, isto é, aquelas que não obtêm suas parcelas adiantadas e garantias pelos cartões de crédito, por exemplo. Portanto, a fim de não correr riscos, como o de transferir para o vendedor a comissão de uma venda não recebida, a empresa adota esse estilo de comissão.

COMISSÃO MISTA

Ainda é possível adotar um modelo misto de gratificações, em que existem tanto premiações quanto valores em dinheiro. Vale lembrar que esse método precisa fazer sentido para a empresa. Por exemplo, se o ramo de vendas são produtos eletrônicos, pode ser adotado um modelo de comissões que o vendedor receba tanto em dinheiro quanto em produtos.



COMISSÃO POR FATURAMENTO BRUTO

A comissão por faturamento bruto leva em consideração toda a receita bruta da empresa. Nessa modalidade, todas as vendas do mês anterior contam para a comissão, sem retirar os custos, que então é distribuída igualmente entre todos os vendedores. Nesse caso, o percentual da comissão costuma ser um pouco mais baixo, por se tratar do faturamento bruto da empresa.



Uma empresa precisa saber onde e como quer chegar. É importante sempre reforçar a missão e o propósito pelo qual todos trabalham. Partindo desse ponto de vista, além de motivar os colaboradores, será possível eleger uma forma justa de comissão de vendas.

EM CASO DE DÚVIDAS, PROCURE O SEBRAE!