

METAS DE VENDAS PARA PEQUENAS EMPRESAS: OS PRIMEIROS PASSOS PARA DEFINIR

Não importa o porte ou segmento, toda empresa precisa vender. Essa é a condição básica para a sua sobrevivência. Por consequência, definir metas de vendas sustentáveis e que viabilizem o crescimento do empreendimento é fundamental. E como fazer essa definição nas pequenas empresas? Confira alguns passos que podem ajudar.

1. Estude o mercado

Uma característica imprescindível das metas de vendas é a sustentabilidade. Por isso, o primeiro passo é estudar o mercado no qual a sua empresa está inserida.

- Qual é o Ticket médio praticado pela concorrência?
- Qual foi a porcentagem de crescimento do setor nos últimos anos?
- Quais são as estimativas de crescimento para um futuro próximo?
- Como está o equilíbrio entre a oferta e a demanda?

Esse primeiro passo vai ajudar você a determinar metas que sejam condizentes com a realidade do mercado e, portanto, atingíveis.

2. Mensure a sua capacidade de entrega

A sua empresa é capaz de produzir/vender quantas unidades daquele produto em um mês? Ou então, quantos clientes consegue absorver ao mesmo tempo para prestar o seu serviço? A determinação das metas precisa levar em conta a capacidade que o empreendimento tem de atendê-las.

Se a sua projeção de vendas pretende aumentar progressivamente, é preciso traçar em paralelo uma estratégia para elevar a sua capacidade de produção/venda/entrega.

3. Defina indicadores intermediários

Normalmente, a meta de vendas é colocada em valores, por exemplo, vender o equivalente a R\$ 10 mil em um mês. Mas é importante ter indicadores intermediários, ou seja, para que isso seja possível, quantas ligações o vendedor vai ter que fazer no decorrer do mês? Qual deve ser a quantidade mínima de prospecções? Quantas propostas devem ser enviadas?

Esse processo faz com que uma grande meta seja desmembrada em etapas menores, mais palpáveis, criando uma sensação de proximidade. Principalmente para as empresas que têm um time de vendas, isso ajuda os profissionais a visualizarem o caminho que devem percorrer.

Metas SMART

Ao definir suas metas de vendas, aposte no conceito Smart. Isto é, sua meta deve ser específica, mensurável, atingível, relevante e temporal. Certifique-se de que ela atende a todos esses critérios e, se atender, já tem uma grande probabilidade de ser uma meta adequada!