

OPERAÇÃO VENDAS 20



PLANO DE AÇÃO PARA DESTRAVAR O DEPARTAMENTO COMERCIAL
Thiago Concer & Fabio Oliveira

 **SALESCUBE**

ÍNDICE

1

1ª FASE: CONTRATAÇÃO

Como recrutar bons vendedores para sua equipe se transformar em um esquadrão de vendas.

2

2ª FASE: REMUNERAÇÃO

Como calcular o comissionamento correto do seu time. Acesse uma planilha secreta para definir de forma simples e transparente os critérios de remuneração.

3

3ª FASE: OPERAÇÃO MADURA

Como montar uma estrutura sólida e eficiente com profissionais de Sales Enablement e Sales Operations para amadurecer seus processos comerciais.

1ª FASE: CONTRATAÇÃO

Como recrutar **bons vendedores** para sua equipe se transformar em um esquadrão de vendas



A contratação pode ser a solução que você procurava para aumentar a produtividade e o volume de vendas quando o seu time não está dando conta do recado. Porém, para não errar na hora de escolher o candidato perfeito, é preciso se preparar com as melhores perguntas para contratar vendedor.

Como sabemos que formar uma equipe de vendas matadora não é tarefa fácil, preparamos esse guia com dicas de entrevista de emprego com as 25 principais perguntas para contratar vendedor.

25

PERGUNTAS PARA ENTREVISTAR VENDEDORES

Perguntas:

1. No seu trabalho passado, me fala sobre um feedback que você recebeu e que te fez evoluir. Qual foi seu processo para implementar esse feedback?
2. No que você quer se aprimorar/melhorar nos próximos meses?

Curiosidade

3. Você entrou no site da nossa empresa? O que aprendeu sobre o nosso negócio?
4. Você tem alguma dúvida sobre a nossa empresa que eu possa responder?

Motivação e ambição

5. Quais seus objetivos de carreira no médio prazo? Ou participou de algum projeto na faculdade?
6. O que você quer aprimorar na sua abordagem comercial nos próximos meses?
7. Tinhas alguma estratégia para se tornar um top vendedor no seu último emprego?

Sucesso anterior

8. Quais eram as suas metas comerciais na empresa onde trabalhava?
9. Em que % do tempo você atingiu a meta?
10. O que você considera como sua principal conquista pessoal até agora?
11. O que você acha que a nossa empresa poderia fazer melhor?
12. Como é seu processo de tomada de decisão? Como compraria um carro, por exemplo?
13. Digamos que a gente queira melhorar a taxa de conversão do processo de vendas. Por onde você começaria?

25

PERGUNTAS PARA ENTREVISTAR VENDEDORES

Ética no trabalho

14. Como você ajudaria um colega que não está atingindo suas metas?
15. Conta uma situação, profissional ou não, onde o trabalho em equipe te ajudou a alcançar um bom resultado.

Inteligência / Raciocínio crítico, Resiliência

16. Você vai levar de 70% a 80% de “Não”, antes de ouvir um “Sim”. Por que você quer esse tipo de trabalho?
17. Dá um exemplo de retomada após uma situação de falha ou fracasso...

Autoconfiança

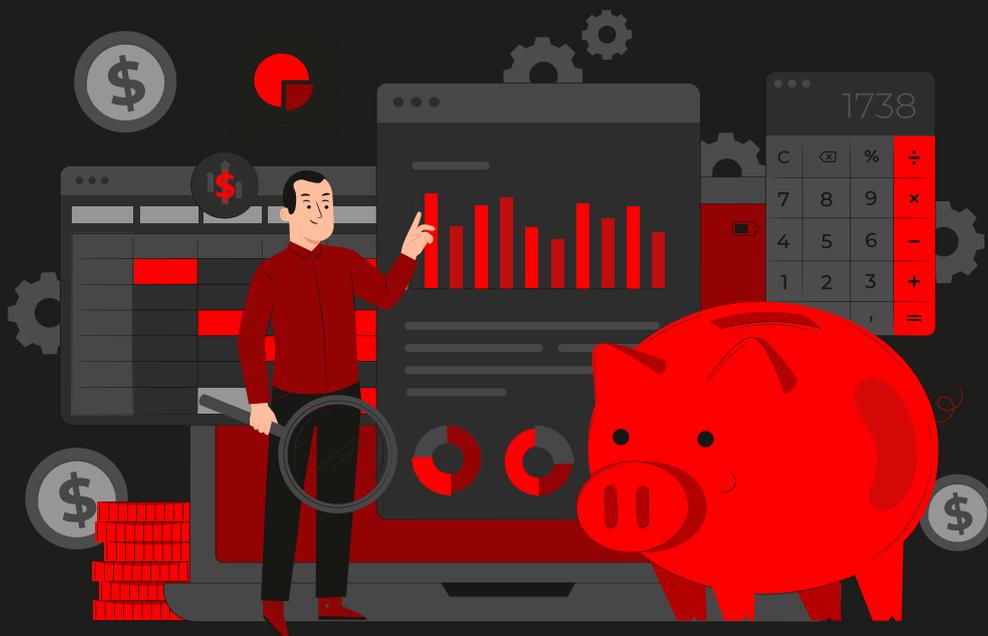
18. Em Vendas existe pressão por meta batida. Como isso é para você, como se encaixa nesse processo?
19. O que faz de você um bom vendedor?
20. Como você avalia seu trabalho e sua experiência profissional até aqui?

Cultura (Traço nato X Traço adquirido)

21. Quais são as três coisas mais importantes para você no ambiente de trabalho?
22. O que faria você escolher a nossa empresa em vez de outra?
23. Que tipo de conversa você tinha com seus pais quando criança/adolescente?
24. No que eles te aconselhavam?
25. Como vocês falavam sobre dinheiro em casa?

2ª FASE: REMUNERAÇÃO

Como calcular o comissionamento correto do seu time. Acesse uma planilha secreta para definir de forma simples e transparente os critérios de remuneração



Como funciona a remuneração em vendas?

É importante que o gestor tenha um plano de remuneração em vendas bem definido. Esse plano compreende o salário fixo, o comissionamento, as variáveis e também os incentivos da empresa.

É importante que você saiba que os planos de remuneração podem variar de acordo com o orçamento da empresa, a estrutura da equipe e também das metas.

Mas como assim?

Por exemplo, uma empresa pode oferecer um salário fixo mais baixo, porém com comissões mais agressivas. Mas também, outra empresa pode oferecer outra combinação, como salário mediano, plano de carreira e metas competitivas. Esses são apenas alguns exemplos, pois esses planos de remuneração tendem sempre a variar.

Um bom cenário teria os gestores comerciais compreendendo as expectativas dos vendedores, e assim apresentando uma remuneração mais atrativa e que incentiva a atuação com melhor desempenho.



Tipos de comissionamento

Voltando a atenção para o comissionamento, é preciso que o gestor entenda que a estrutura das comissões deve incentivar os vendedores a bater metas para receber uma merecida recompensa.



Os principais tipos de comissão de vendedores:

COMISSÃO POR PRODUTIVIDADE
COMISSIONAMENTO RECORRENTE
COMISSIONAMENTO DE VENDEDORES POR META DA EQUIPE
COMISSIONAMENTO DE VENDAS ESCALONADO

Comissão por **produtividade**:



Aqui a empresa vai reconhecer o desempenho do vendedor e irá compensá-lo com uma comissão, se conseguir alcançar o resultado esperado.

Comissionamento **recorrente**:



Esse tipo de comissionamento é voltado para empresas com receita recorrente. Se a empresa recebe um valor pequeno, mas constante, assim também será a comissão.

Comissionamento de vendedores por **meta da equipe**:



Nesse modelo, a comissão só é paga se toda equipe atingir a meta definida. Tem como objetivo o trabalho colaborativo, mas na prática muita das vezes acaba não funcionando. Por isso, é importante que esse não seja o único comissionamento, e sim um incentivo extra.





Tipos de comissionamento

Comissionamento de **vendas escalonado**:

Nesse caso é definida uma meta de vendas e uma porcentagem de comissão.

Por exemplo: Vendendo menos de 60%, você não irá receber a comissão. Agora, se você vender de 60% a 80%, sua comissão será de 70%. Contudo, vendendo de 81% a 99%, você irá tirar 85% da comissão. Mas se você conseguir vender entre 100% e 120% da meta, você irá receber 100% de comissão. Só que você também poderá receber 150% de comissão, caso venda mais de 120%.

Para realizar o cálculo de remuneração, temos vários pontos que são levados em consideração, como a complexidade da operação, o tipo de remuneração, o seu cargo e a sua senioridade. E isso vale para todo o processo, seja no fixo, na variável ou na comissão em si.

Por exemplo: a remuneração fixa, a variável e o comissionamento de um SDR será diferente da de um Closer, assim como a remuneração fixa, a variável e o comissionamento de um BDR Jr. será diferente da de um BDR Pleno.



Ou seja, a remuneração será diferente para cada tipo de função, nível de senioridade e complexidade da operação.

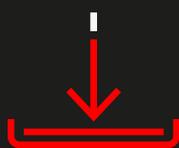
Quando falo do fixo, estou me referindo ao valor acordado na hora da sua contratação, aquele que não muda, mesmo que você não atinja a meta.

Já quando falamos em variável, diz respeito às atividades que você realiza, muita das vezes sendo levado em conta a produtividade. Elas são definidas de acordo com o escopo da operação, ou seja, depende da atividade para qual você foi designado, o cargo que você ocupa e o seu nível de experiência.

E por fim, quando falamos da comissão, é o cálculo feito em cima dos seus ganhos.

Lembrando que nos dois últimos pontos, cada profissional ou cada operação vai ter suas próprias métricas, pois elas podem variar.

Agora é só somar tudo que está incluso dentro do seu tipo de remuneração.



Faça o download da planilha de remuneração e mantenha seu time louco por resultados

A Ferramenta de OTE ajudará a você a calcular o pagamento total esperado que um funcionário pode receber depois de atingir todas as metas necessárias, além de servir como um motor motivador para os seus vendedores.

A planilha de remuneração em vendas, permite calcular de maneira fácil, automática e descomplicada a remuneração fixa e variável dos seus vendedores.



3ª FASE: OPERAÇÃO MADURA

Os profissionais que formam uma estrutura sólida e eficiente de **Sales Enablement** e **Sales Operations** para amadurecer seus processos comerciais

Conheça as nomenclaturas e o que faz cada profissional das vendas de uma operação madura

Sales Enablement

Área ou profissional responsável pelo onboarding, treinamento, reciclagem. Esta área é encarregada de gerir e executar treinamentos e desenvolvimento do time.

Sales Operations

Também conhecido como Sales Ops, significa planejamento das operações e vendas. Esta operação é a função que auxilia os Heads de Vendas no plano estratégico e tático de uma corporação, ao “minerar” métricas e montar os melhores KPI's a serem analisados dia a dia.

Sales Development

[SDR] Foca majoritariamente na qualificação de leads gerados via Inbound, movendo os leads pelo funil de vendas e qualificando-os segundo a jornada de compra. Nesse modelo é o responsável pelo agendamento de reuniões para vendedores.

Business Development

[BDR] foca majoritariamente em prospecção de leads outbound, utilizando cold e-mail, cold calling, social selling e networking.

Sales Rep. ou Closer

Sales Representative, ou apenas Rep, é o termo utilizado para designar o vendedor em um processo de vendas. Em um processo que inclui pré-vendas, o Rep é o responsável por fechar as vendas. Nesse caso, também pode ser chamado de Closer.

Sales Farmer

Mais focados em vendas de relacionamento e atentos às oportunidades de novas vendas, os farmers são ótimos para atender a base de clientes, normalmente atuam na área de customer success.



Conhecendo os perfis de vendedores



Sales Development & Business Development

HUNTER - Perfil caçador que abre portas, persistente e resiliente na prospecção de clientes. Tem maior facilidade nas etapas iniciais da venda, desde a mineração até a conexão com os leads.

Esse profissional não atuará tão bem nas etapas de demonstração e fechamento, podendo perder negócios se colocado com essa função.

Sales Representante

CLOSER - Perfil mais negociador e persuasivo. Esse profissional lida bem com a etapa de negociação e é muito mais produtivo fechando clientes.

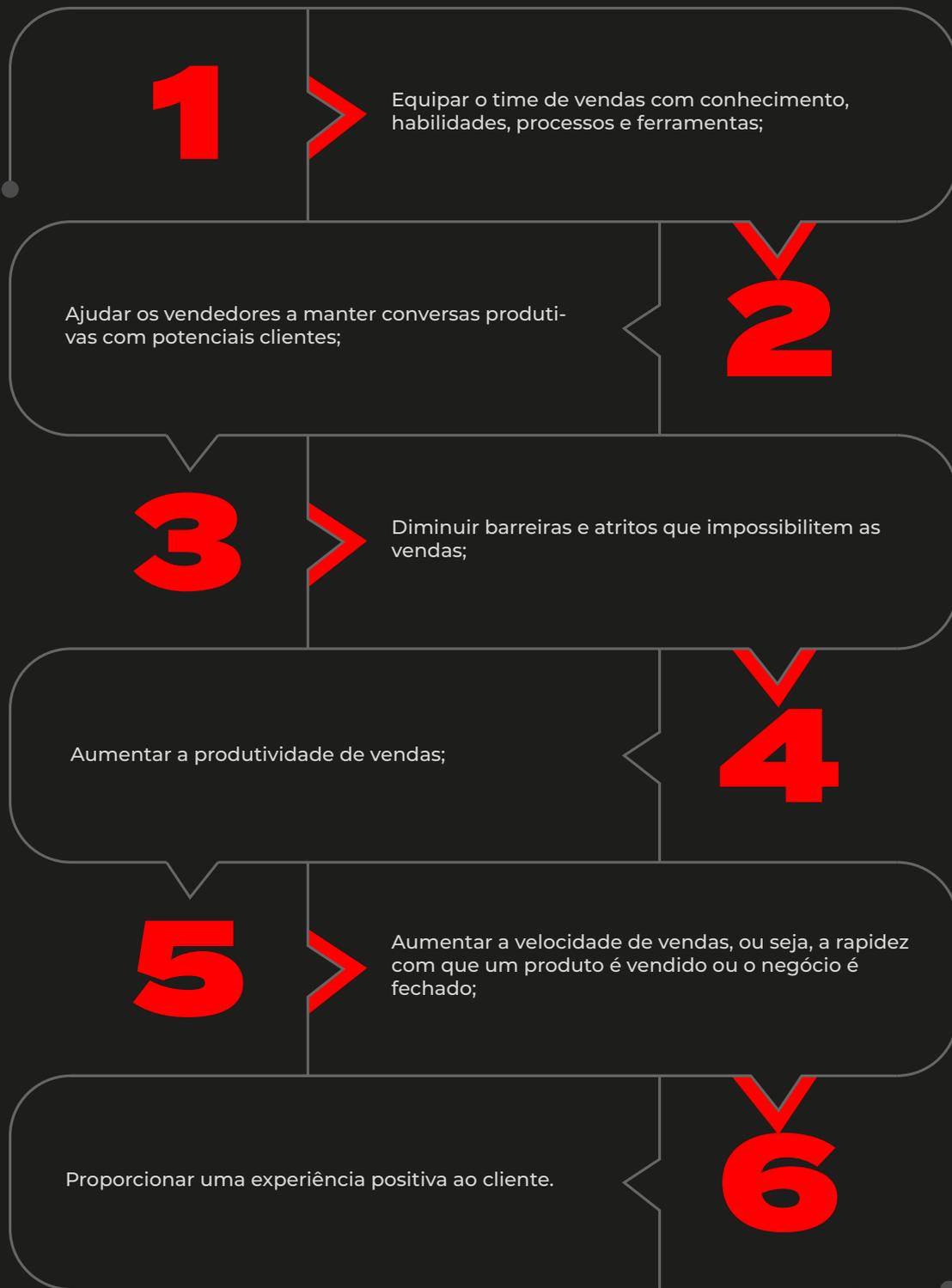
Esse profissional normalmente não será bom nas etapas de prospecção, podendo não ter resiliência, perdendo a motivação realizando esse trabalho.

Sales Farm

FARMER - Perfil fazendeiro, de quem cultiva o relacionamento com o cliente. Não é o tipo de vendedor que faz venda de impacto, portanto são profissionais que atuam muito cuidando de carteira de clientes já conquistados.

Esse profissional não performará bem na venda de impacto, pois prioriza e cultiva manter relacionamento.

Benefícios da área de Sales Enablement



Conecte-se com o Sales Clube em
todas as plataformas:



Clique nos ícones para interagir



OPERAÇÃO

VENDAS

