



Dicas para Captação de Clientes

Artigo 10

O Que é Pipeline de Vendas? *Neste artigo explicaremos o que é ciclo de vendas, pipeline de vendas e gestão de pipeline. Mostraremos também quais os fatores críticos de sucesso para a utilização desta ferramenta.*

Para se entender o que é "pipeline de vendas" é necessário entender o que é "ciclo de vendas". Para isso, vamos dar um exemplo simples, do vendedor no semáforo. Quem vende algo em um semáforo tem um ciclo de vendas bastante curto. Dura no máximo o tempo que o semáforo fica vermelho. Durante este período, o vendedor precisa identificar seu "prospect", chamar sua atenção, despertar o interesse e o desejo pelo seu produto, eventualmente negociar e finalmente fechar a venda. Todas estas etapas formam o tal do ciclo de vendas. Este ciclo pode ser curto, como no exemplo acima, mas pode também ser muito mais longo. Temos dois clientes da área de construção civil, por exemplo, com ciclos bastante longos onde oportunidades de vendas podem levar vários anos desde o início do processo até o fechamento do contrato. É para este tipo de venda, a de ciclo longo, que o pipeline é mais útil. Quanto mais longo o ciclo de vendas, mais importante fazer uma boa "gestão de pipeline". Como regra geral, se um determinado canal de vendas leva mais que uma a duas semanas para fechar uma venda, o pipeline já trará benefícios importantes. "Pipeline" é, portanto, nada mais que o mapeamento das etapas que formam o ciclo de vendas de um determinado canal de vendas. Pipeline é um termo em inglês que significa "oleoduto", "cano". Costuma ser chamado também de "funil de vendas". São duas analogias que procuram mostrar que uma venda só está concluída depois de passar por um processo, por um conjunto de ações de responsabilidade de um vendedor. "Gestão de Pipeline" é como se denomina um conjunto de conceitos e ferramentas de gestão de vendas que traz grande visibilidade, objetividade e eficácia à administração das oportunidades de vendas que



Dicas para Captação de Clientes

estão sendo tratadas neste momento pela linha de frente. Uma boa gestão de pipeline começa no mapeamento do ciclo de vendas. Cada empresa tem seu ciclo de vendas. Da mesma forma, cada canal de vendas, cada segmento, cada setor de mercado, também têm ciclos distintos. As etapas que definem este ciclo também podem ser diferentes. Como exemplo, temos um cliente com ciclo de vendas de 17 etapas, outro com 12 etapas e outro com 3 etapas; e todos realizam uma boa gestão de pipeline. Muita gente imagina que para se fazer uma boa gestão de pipeline basta adquirir um sistema de automação de vendas no mercado. Na verdade, o sistema é apenas uma ferramenta, que precisa ser bem customizada, parametrizada e corretamente utilizada pela linha de frente e pelos gestores. Uma planilha Excel bem montada, por exemplo, é muito mais útil que um sistema caríssimo mal configurado e mal utilizado. O sucesso de uma gestão de pipeline depende então de 3 fatores básicos:

- 1- O mapeamento do ciclo de vendas e a compreensão das peculiaridades do processo de cada canal de vendas da empresa;
- 2- A escolha e o desenvolvimento da ferramenta que apoiará a linha de frente e os gestores;
- 3- Uma eficaz gestão de pipeline, ou seja, a utilização correta desta valiosa ferramenta;

O fracasso da gestão de pipeline pode ocorrer em qualquer uma (ou mais de uma) das etapas acima.



Dicas para Captação de Clientes

Gestão de Pipeline

Do momento em que você identifica um potencial cliente até o fechamento da venda, existem diferentes etapas que merecem atenção e posturas diferenciadas

Este conjunto de etapas é chamado de "Funil de Vendas" ou "Pipeline". Cada empresa, produto ou serviço, possui um ciclo de vendas diferente.

Vantagens que a Gestão de Pipeline oferece

Para a linha de frente de vendas

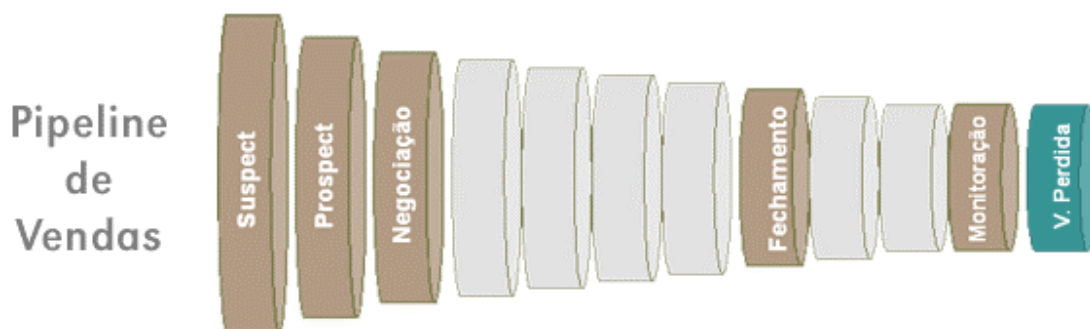
- Melhor controle das oportunidades de venda;
- Ajuda a decidir corretamente o que priorizar;
- Facilita o planejamento do tempo;
- Ajuda a fechar negócios (e conseqüentemente aumentar os ganhos);

Para os gestores de vendas

- Ajuda a revisar oportunidade de vendas;
- Oferece uma melhor visão da receita em negociação;
- Controle sobre ações e prioridades da equipe;
- Facilita comunicação por gerar uma linguagem comum;



Dicas para Captação de Clientes



Para que serve a Gestão de Pipeline?

A Gestão de Pipeline é uma ferramenta capaz de ajudá-lo a encurtar o ciclo de vendas (vender mais rápido), melhorar a taxa de conversão, identificar e aproveitar as melhores oportunidades e, conseqüentemente, perder menos vendas.

Ela ainda permite medir a performance individual assim como de toda a equipe, pois nos possibilita ter uma visão geral do processo, facilitando a compreensão e permitindo acelerar o ciclo de vendas através do mapeamento de cada uma das etapas envolvidas.

Qual a importância e utilidade da Gestão de Pipeline?

É comum encontrar vendedores e gerentes desorientados sobre qual o "próximo passo", o que realmente deve ser feito a seguir para se caminhar para o fechamento de uma venda.

A Gestão de Pipeline é capaz de indicar que caminho seguir. Ajuda-o na tomada de decisões, facilita o planejamento do tempo e, conseqüentemente, a fechar negócios.



Dicas para Captação de Clientes

No âmbito gerencial, oferece uma melhor visão sobre as oportunidades de venda, maior controle sobre as ações e prioridades da equipe, além de facilitar a comunicação por gerar uma linguagem comum.



Dicas para Captação de Clientes

Terminologia – Comunicação e o Pipeline de Vendas

Nos artigos anteriores explicamos o que é o pipeline de vendas e gestão de pipeline, seus principais benefícios e como usar a ferramenta. Neste artigo listaremos os principais termos utilizados no dia a dia de utilização do pipeline.

Um dos grandes benefícios de se implementar uma cultura de gestão de pipeline em uma empresa refere-se à comunicação. Quando o foco da empresa (ou pelo menos da área comercial) passa a ser o pipeline, a empresa ganha muito em “agressividade comercial” e a gestão comercial ganha muito em objetividade. Discute-se com mais frequência as variáveis diretamente relacionadas às novas vendas e perde-se menos tempo com questões que impactam menos o resultado comercial. Os termos mais comumente utilizados quando se trabalha com o pipeline estão descritos abaixo:

- **Lead:** Um lead é uma possível oportunidade de vendas. Lead significa “guia”, “pista”, “indício”;
- **Suspect:** Suspect é praticamente um sinônimo de lead, com uma ênfase maior no fato de que ainda não se sabe se realmente existe uma oportunidade de vendas;
- **Qualificação de um lead/suspect:** qualificar um lead é verificar se realmente existe uma oportunidade de vendas. Geralmente a qualificação é feita por telefone para evitar perda de produtividade dos vendedores de campo. Muitas empresas separam a qualificação de leads da força de vendas principal, justamente para evitar que profissionais mais qualificados (e caros para a empresa) percam tempo em visitas/chamadas frias e improdutivas;



Dicas para Captação de Clientes

- **Prospect:** um suspect ou lead qualificado torna-se um prospect, uma real oportunidade de vendas que passará a fazer parte de nosso pipeline, ou seja, que entrará em nosso processo de vendas para que passemos a tentar converter este prospect em uma venda fechada;
- **Pipeline:** mapeamento das fases que formam o ciclo de vendas;
- **Fase do pipeline:** etapas do ciclo de vendas que foram eleitas para visualização no pipeline;
- **Atividade:** ações típicas de cada fase do pipeline;
- **Taxa de conversão:** Conforme explicado em artigo anterior, a taxa de conversão também pode ser chamada de taxa de positivação, taxa de sucesso ou outros nomes similares. Mostra simplesmente quantas oportunidades são fechadas para cada número de oportunidades abertas. Uma taxa de conversão é de 12%, por exemplo, significa que em média para cada 100 oportunidades iniciadas, Obtém-se sucesso em 12 delas. Esta taxa de conversão também pode ser calculada por fase do pipeline, o que permite fazer outras projeções mais detalhadas. Normalmente calcula-se também a taxa de conversão em valores monetários, em reais ou dólares, por exemplo;
- **Ciclo de vendas:** tempo que se leva entre a identificação de uma oportunidade até o fechamento da venda. Normalmente medido em dias.
- **Funil de vendas:** o mesmo que pipeline;



Dicas para Captação de Clientes

- **Venda fechada ou venda ganha:** quando o prospect se transforma em cliente ou quando a oportunidade de vendas é convertida em receita;
- **Venda perdida:** oportunidade de vendas que em qualquer ponto do ciclo de vendas foi descartada, seja qual for o motivo. Normalmente oportunidades adiadas também são classificadas como perdidas, sendo "adiamento" o motivo da perda;

Estes e alguns outros termos de vendas comporão cada vez mais nosso "jargão". Boas vendas!

Sobre o autor: Victor Hugo Ferreira Jr é consultor de empresas, professor e palestrante.



Dicas para Captação de Clientes

Suas Anotações