



COMO INCREMENTAR KPIs DE VENDA



ESTRATÉGIAS PRÁTICAS PARA
IMPULSIONAR RESULTADOS
E ACELERAR O CRESCIMENTO

MARCELO DE FAZZIO

Introdução: Triplique Sua Comissão com Estratégia

Este e-book foi desenvolvido para profissionais de vendas que buscam otimizar seus resultados e alcançar um novo patamar de sucesso. Através da análise e aplicação estratégica de Key Performance Indicators (KPIs) essenciais – Ticket Médio, Frequência de Compra e Positivização de Clientes – você aprenderá a identificar oportunidades, implementar ações eficazes e, conseqüentemente, impulsionar suas vendas e comissões.

Com as estratégias apresentadas, você poderá não apenas atingir, mas superar seus objetivos, transformando seu desempenho em vendas e consolidando sua posição como um vendedor de alta performance. Prepare-se para uma jornada de aprendizado que o capacitará a dominar as métricas que realmente importam e a aplicar táticas comprovadas para resultados extraordinários.

1. Ticket Médio: Aumentando o Valor de Cada Venda

O **Ticket Médio** é um dos KPIs mais importantes para qualquer vendedor, pois representa o valor médio de cada transação. Aumentá-lo significa maximizar o retorno sobre cada interação com o cliente, sem necessariamente precisar de um volume maior de vendas.

Impacto do Ticket Médio no Resultado

O gráfico abaixo ilustra o impacto direto do aumento do Ticket Médio na comissão. Ao elevar o valor médio por venda, a comissão estimada cresce significativamente, demonstrando o poder dessa estratégia.



Ações para Alavancar o Ticket Médio:

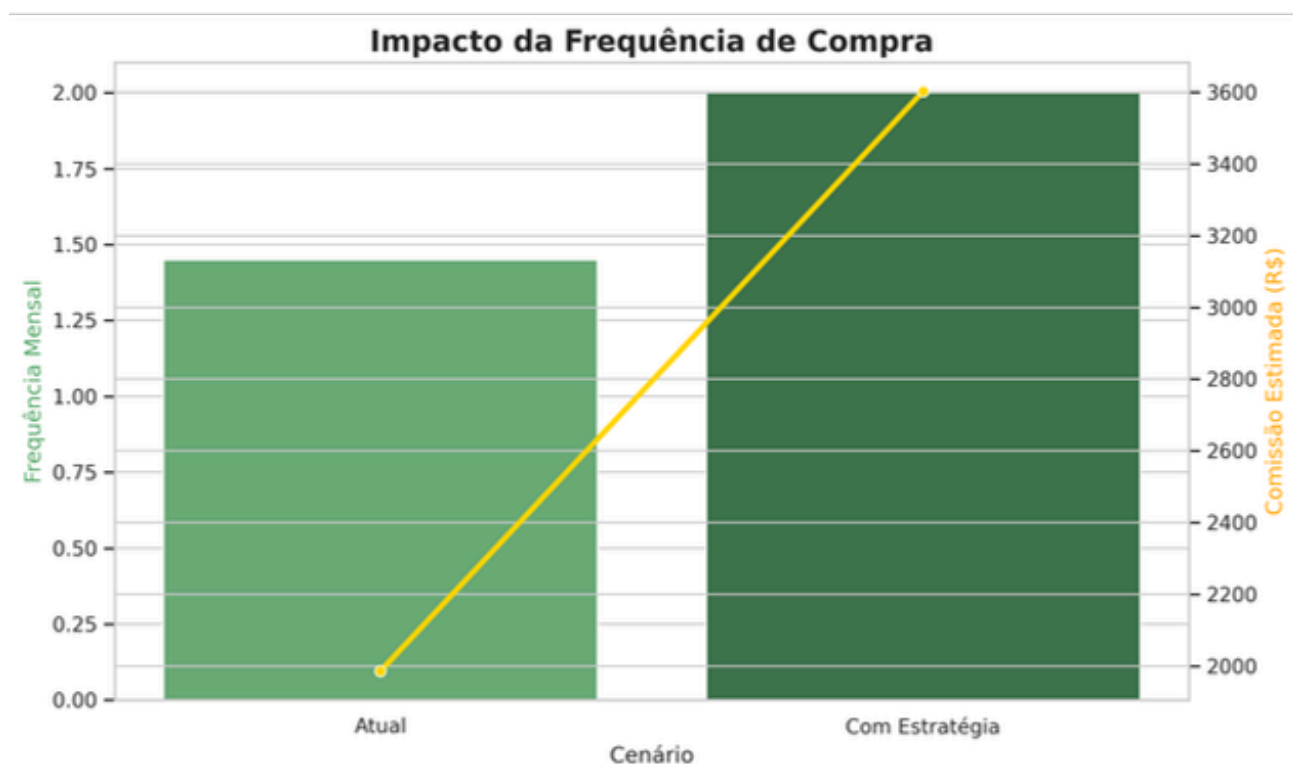
- **Oferecendo novos produtos que agreguem valor ao negócio do cliente:** Explore produtos do catálogo de exclusividade que não passam por cotação. Estes representam um “dinheiro novo” para o negócio do cliente e uma oportunidade de aumentar o valor da venda.
- **Introduzir produtos compostos em display (exemplo: maquiagem):** Apresentar produtos de forma agrupada ou em kits incentiva a compra de múltiplos itens, elevando o valor total da transação.
- **Incentivando a compra de volumes maiores para se conseguir melhores preços:** Desenvolva estratégias de precificação que recompensem compras em maior quantidade, como descontos progressivos ou pacotes especiais.
- **Estimulando promoções que aumentem o giro e consequentemente a demanda de compra:** Crie campanhas promocionais focadas em produtos complementares ou de maior valor para impulsionar a saída de produtos e o ticket médio.

2. Frequência: Fidelizando e Gerando Recompra

A **Frequência de Compra** mede quantas vezes um cliente realiza compras em um determinado período. Aumentar a frequência é crucial para construir relacionamentos duradouros e garantir um fluxo de receita consistente.

Impacto da Frequência de Compra

O gráfico a seguir demonstra como o aumento da frequência de compra impacta positivamente a comissão. Clientes que compram com mais regularidade contribuem para um crescimento sustentável da receita.



Ações para Alavancar a Frequência:

- **Aproveitar as visitas presenciais para experimentação (com amostras):** Utilize as visitas para demonstrar novos produtos e apresentar lançamentos, criando desejo e necessidade de recompra.
- **Se utilizar do WhatsApp para reposição dos produtos demonstrados, e indicar promoções e oportunidades:** Mantenha um contato ativo e estratégico com o cliente, oferecendo reposição de produtos e informando sobre promoções relevantes.

- **Criar demanda programada:** Tire pedidos menores que demandam espaço para estoque, repetindo a frequência de compras e incluindo produtos oportunos que o cliente possa precisar regularmente.

O que evitar nas ações de Frequência:

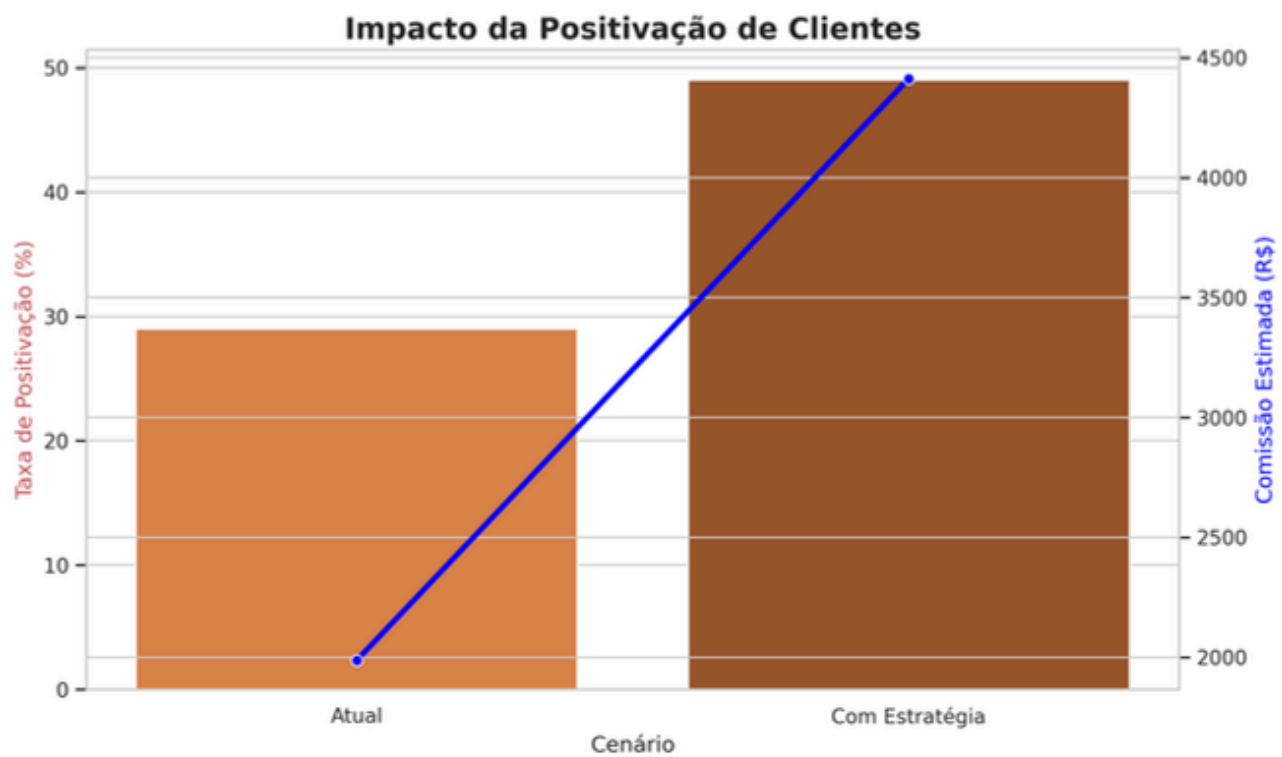
- **Enviar produtos de ofertas no WhatsApp que não fazem sentido para o cliente:** Isso dispersa o foco e desvia da reposição efetiva. É crucial entender o mix de produtos do cliente, suas necessidades e demandas oportunas para oferecer o que realmente interessa.
- **Enviar produtos que requerem explicação e demonstração sem o contexto adequado:** O que não é compreendido tende a ser evitado. Isso pode provocar perda de relacionamento e interesse por parte do cliente. Priorize a clareza e o suporte necessário.

3. Positivção: Expandindo Sua Base de Clientes Ativos

A **Positivção de Clientes** refere-se à porcentagem de clientes ativos que realizaram pelo menos uma compra em um determinado período. Aumentar a positivção significa expandir sua base de clientes que realmente geram receita.

Impacto da Positivção de Clientes

O gráfico abaixo ilustra como o aumento da taxa de positivção de clientes se traduz em um crescimento significativo da comissão. Quanto mais clientes ativos, maior o potencial de vendas.



Ações para Alavancar a Positivção:

- **Usar dicas, instruções e lista de cobertura do supervisor:** Aproveite o conhecimento e as ferramentas disponíveis da sua liderança para identificar e abordar novos clientes ou reativar inativos.
- **Planejar rota para fazer ou reativar clientes próximos às visitas de rotina:** Otimize seu tempo e esforço, incluindo clientes potenciais ou inativos em suas rotas já estabelecidas.
- **Revisitar e instruir clientes difíceis:** Apresente novas oportunidades e soluções para clientes que historicamente foram desafiadores, buscando reverter a situação.
- **Reativar clientes inativos com oportunidades:** Entenda a situação que levou à inatividade, exponha novas possibilidades e mostre oportunidades exclusivas para trazê-los de volta.
- **Fazer novos clientes:** Realize busca e mapeamento de novos clientes, explorando também a venda em novos segmentos de mercado.

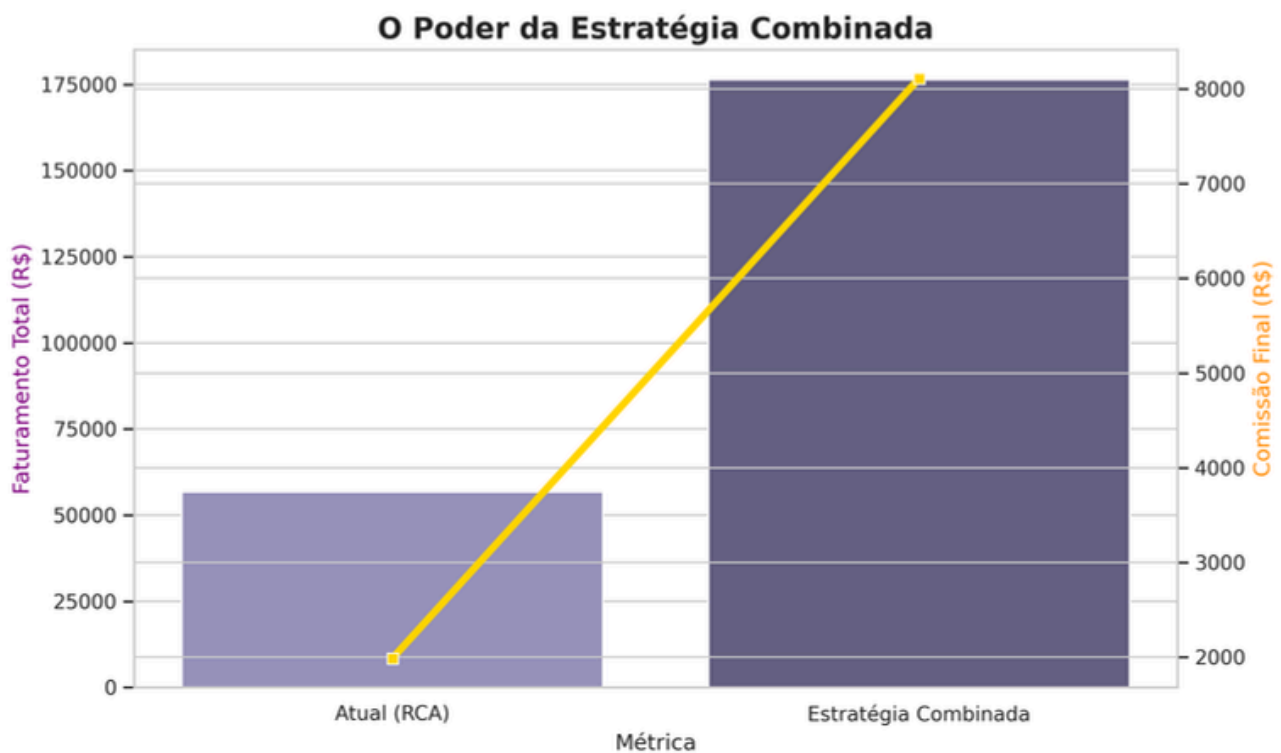
4. O Poder da Estratégia Combinada: Ticket Médio x Frequência x Positivção

O verdadeiro potencial de crescimento é alcançado quando as estratégias de Ticket Médio, Frequência e Positivção são aplicadas de forma combinada. A sinergia entre esses KPIs pode gerar um impacto exponencial nos resultados.

Comparativo de Resultados

A tabela e o gráfico a seguir demonstram o poder da estratégia combinada, comparando o cenário atual com o potencial de comissão ao otimizar todos os três KPIs.

KPI	Ativos	Positivados	%	Tick. Médio	Freq	Resultado Total (R\$)	Comissão Estimada (R\$)
Atual (RCA)	90	26	29%	R\$1.500,00	1,45	56.767,50	1.986,86
Ticket Médio	90	26	29%	R\$1.999,00	1,45	75.652,16	3.480,00
Frequência	90	26	29%	R\$1.500,00	2,00	78.300,00	3.601,80
Positivção	90	44	49%	R\$1.500,00	1,45	95.917,50	4.412,21
Estratégia Combinada	90	44	49%	R\$1.999,00	2,00	176.311,80	8.110,34



Conclusão: Seja um Consultor, Não um Tirador de Pedidos

- **USEM ESSA DIVERSIDADE A SEU FAVOR!** São mais de 4.000 SKUs à disposição. Conheça-os e utilize-os para agregar valor.
- **NÃO SEJAM TIRADORES DE PEDIDOS** que tentam empurrar produtos e criam dificuldades e dissabores para os clientes. Essa abordagem gera resistência e prejudica o relacionamento a longo prazo.
- **SEJAM CONSULTORES** que ajudam, indicam e orientam seus clientes, fortaleçam relacionamentos. Construa confiança e torne-se um parceiro estratégico para o sucesso do seu cliente.

VENDEDORES ESTRELA CADENTE, QUANDO PASSAM NA FRENTE DO CLIENTE, ELE FAZ UM PEDIDO!



Junte-se a nós nas redes!



é só clicar!