# UNIVERSIDADE METROPOLITANA DE SANTOS

**“PROJETO INTEGRADO 1” CURSO GESTÃO COMERCIAL**

**DEIVI COSTA MACHADO**

**LUCAS EUGÊNIO GONÇALVES SILVA**

**MAICON ANTONIO SOUZA DE MORAES**

**OTÁVIO HENRIQUE GAMA PEREIRA**

**SANTOS/2020**

**INTRODUÇÃO**

Planejar é parte essencial de todas as áreas de uma empresa. O plano de vendas, como qualquer outro, visa estabelecer metas e traçar o caminho até elas para que grandes oportunidades possam aparecer.

Realizar o planejamento de vendas é uma prioridade. O cenário de vendas está competitivo como nunca. E o consumidor está cada vez mais exigente na hora de fechar uma compra. Por isso, o planejamento de vendas é importante para entender e decidir com antecipação o que deve ser feito por meio da análise interna e externa

Este “Projeto Integrado” do curso de Gestão Comercial, visa desenvolver um Plano de Vendas para a empresa “LuPe Acessórios e Make-up”, com segmento no ramo de acessórios, bijuterias e maquiagem.

É uma empresa de pequeno porte EPP e conta com um quadro societário de 2 pessoas. Atualmente sua equipe de vendas é composta de 4 funcionários, que se revezam para cumprir a carga horária permitida pela CLT.

Nossa empresa “LuPe Acessórios e Make-up” tem como Missão, Visão e Valores:

# Missão

A LuPe Acessórios e Make-up nasceu com o objetivo de oferecer uma experiência agradável e segura na compra de acessórios e maquiagem de qualidade. Produtos que encantam, embelezam e valorizam o estilo, elevando a autoestima de pessoas que querem deixar sua marca por onde passam. Trabalhamos para proporcionar um atendimento diferenciado pensando sempre na satisfação dos nossos clientes.

# Visão

Com investimento em produtos de qualidade, trabalharemos para sermos referência no segmento de revenda de acessórios e maquiagem, oferecendo variedade de produtos, qualidade e bom atendimento.

# Valores

Integridade, respeito, comprometimento, fé e amor são os valores que baseiam nosso trabalho, pois acreditamos que esses são os alicerces que norteiam nossa vida.

Os produtos oferecidos são bem variados, desde anéis, brincos, pulseiras, bolsas, acessórios para cabelos e uma variedade de produtos de maquiagem.

Atualmente o público alvo é o feminino e o infanto/juvenil feminino.

Por estar sempre antenada com o que há de mais atual no mercado de bijuterias e maquiagem e estocando nossa loja com esses produtos, nossas vendas permanecem durante o ano sem uma alteração significativa, a não ser em épocas específicas como dia das mães, dia das crianças e natal.

Podemos dizer que vender consiste em interagir com o cliente de tal forma que ele se sinta confortável e satisfeito com a interação, abrindo-se a ouvir o, que o vendedor tem a lhe apresentar.

Segundo especialistas em vendas, não existe mágica para fazer uma venda e sim, gostar de lidar com o cliente e entender as necessidades dele. “A venda deve ser uma parceria com o cliente”. Não precisa nem falar da importância do bom atendimento, aquele que é educado, cordial e bem feito. “Precisa criar um vínculo com o cliente e isso parte da comunicação certa”,

Nossos produtos atendem o público de uma maneira geral, devido ao preço acessível, pois temos produtos de R$1,90 à R$120,90 o que dá a condição de atender um público de classe A, B e C, abrindo assim um leque maior no mercado.

# Plano de Ação – Objetivos da Equipe de Vendas

Apresentadas todas as características da empresa, vamos elaborar o Plano de vendas para a “LuPe Acessórios e Make-up”.

De imediato iremos identificar as habilidades de cada vendedor, tais como comunicação, persuasão, negociação e relacionamento interpessoal.

Após identificadas, iremos dar um eixo norteador para cada um, pois entendemos que o vendedor é a principal ligação da empresa com o cliente e por isso deve ter uma importante estruturação na força da venda assim como objetivos e estratégias bem traçados.

Os profissionais de vendas constituem a força dinâmica do mundo dos negócios atuais. A eles, podemos atribuir o sucesso de novos produtos, a manutenção dos atuais e a base de surgimento de novas tendências com base nas informações extraídas dos clientes.

Orientações:

* Ser entusiasta na hora da venda;
* Manter impecável a apresentação pessoal. Fazer uso diário dos acessórios e das maquiagens da loja;
* Ser persistente sem constranger o cliente;
* Tentar exercitar a memória para identificar os clientes da loja;
* Tratar sempre o cliente com o devido respeito, não incluindo no repertório gírias. Usar a fala clara e fluente.
* Ter ambição. Entender que o trabalho bem feito pode gerar lucratividade financeira e profissional para ele;
* Ter tato;
* Vestir a camisa da empresa;
* Manter o autocontrole;
* Tentar ser o mais verdadeiro possível.
* Tentar entender a real necessidade do cliente e ajuda-lo a suprir essa necessidade.

A Equipe de vendas precisar de ter ciência do que a empresa espera:

* Conhecer a mercadoria. Procurar informações técnicas sobre cada produto e entender o que está sendo mais procurado no mercado;
* Criar sempre com o cliente uma abordagem inicial positiva;
* Descobrir a real necessidade do cliente;
* Apresentar os benefícios do produto vendido e, somente após isso, apresentar as características dele.
* Superar as objeções apresentadas pelo consumidor;
* Fechar a venda quando perceber que o produto atende à necessidade e aos desejos do cliente;
* Realizar venda adicional, alertando o consumidor sobre algo que possível ou eventualmente ele tenha se esquecido de pedir.

Todas essas orientações deverão levar os vendedores a entender a política da empresa e se engajar nela.

Para tanto, é necessário que eles se sintam motivados, para que consigam dar o retorno esperado.

A estratégia para essa motivação será apresentada a seguir:

* Treinamento constante para o desenvolvimento pessoal;
* Metas de vendas atingíveis, com a realidade de cada época;
* Comissão por vendas;
* Desenvolver graus de autonomia para fechamento das vendas;
* Benefícios extras.
* Permitir que cada vendedor tenha sua própria rotina;
* Realizar reuniões frequentes com a equipe;
* Incentiva-los a crescer na empresa;

# ORGANIZAÇÃO E LAYOUT DA LOJA

A primeira recomendação é que seja tirada a vitrine / porta principal da loja. Após alguns dias de observação, percebe-se que os clientes não se sentem motivados em entrar em lojas muito fechadas, dificultando também a visibilidade das mercadorias expostas.

Por ser uma loja de bijuterias e maquiagem, as prateleiras devem ser bem claras para poder realçar a beleza e as cores predominantes nessas peças.

Orientamos os vendedores que deem preferência a expor perto da entrada principal as peças que se encontram na “moda”, pois entendemos que será uma forma de atrair o cliente para o interior da loja.

# ESTRATÉGIA DA EQUIPE DE VENDAS

Por ser uma loja de revenda de acessórios e make-up, nossas vendas serão apenas internas.

Para o modo de abordagem, os vendedores deverão estar posicionados na entrada da loja, recepcionando os clientes e ali começando o vínculo para o fechamento da compra.

Analisando as estruturas de vendas, concluímos que a Estrutura Combinada será a melhor opção para a Villa Acessórios e Make-up. Usaremos o sistema de

ponta que combinado com o modo de abordagem será uma forma simplificada e eficaz de atendimento.

# FUNÇÕES PARA A GERÊNCIA DE VENDAS

DEFINIÇÃO DA QUOTA DE VENDAS

Quando se pensa em definir quotas de vendas é necessário acima de tudo que as metas sejam humanizadas, metas que não exijam dos vendedores o esforço além do possível. Ouvir a opinião da equipe é de suma importância, chegando assim mais perto da realidade.

Planejar promoções e treinamento da equipe (através de consultoria) lembrando sempre que os vendedores precisam de condições de trabalho adequadas as metas a serem alcançadas. O estoque deverá estar sempre com um mínimo definido nesse relatório.

Baseadas em análises e projeção financeira, levando se em conta que os últimos meses do ano são os melhores para as vendas, será definido a seguinte meta:

Venda janeiro: R$26.000,00 Venda fevereiro: R$32.800,00 Venda março: R$31.000,00 Venda abril: R$34.000,00 Venda maio: R$42.000,00 Venda junho: R$35.250,00 Venda julho: R$44.000,00 Venda agosto: R$33.900,00 Venda setembro: R$38.000,00 Venda outubro: R$43.800,00 Venda novembro: R$58.160,00 Venda dezembro: R$96.500,00

O estoque sempre será reposto semanalmente, de acordo com a venda do mês.

A equipe de vendas será aumentada de 4 para 6 vendedores nos meses de novembro e dezembro.

De acordo com a escolha do modelo de vendas, Estrutura Combinada, a porcentagem das vendas será dividida entre os vendedores.

A ideia é premiar vendedores de alta performance nas vendas.

Como não existe Gerente de Vendas na loja, todas as decisões em relação as vendas, serão tomadas pelos dois sócios.

Levando-se em consideração a meta mensal estabelecida, será criado um relatório de vendas diário (transformando em meta diária) onde os vendedores poderão acompanhar o desenvolvimento das vendas:

|  |
| --- |
| **LUPE ACESSÓRIOS E MAKE-UP / CONTROLE DE VENDAS DIÁRIO** |
| **MÊS / ANO: SETEMBRO 2020** | **META MENSAL: R$38.000,00** |
| **DI A** | **VENDA ACESSÓRIOS** | **VENDA MAQUIAGEM** | **META DIÁRIA** | **DIFERENÇA** | **OBSERVAÇÃO** |
| 01 | R$ 845,00 | R$ 422,00 | R$ 1.225,81 | R$ 41,19 | Positivo |
| 02 | R$ 963,50 | R$ 749,25 | R$ 1.225,81 | R$ 486,94 | Positivo |
| 03 | R$ 665,00 | R$ 532,80 | R$ 1.225,81 | -R$ 28,01 | Negativo |
| 04 | R$ 549,70 | R$ 586,40 | R$ 1.225,81 | -R$ 89,71 | Negativo |
| 05 | R$ 1.265,00 | R$ 623,00 | R$ 1.225,81 | R$ 662,19 | Positivo |
| 06 | R$ 1.879,00 | R$ 497,00 | R$ 1.225,81 | R$ 1.150,19 | Positivo |
| 07 | R$ 1.649,80 | R$ 985,00 | R$ 1.225,81 | R$ 1.408,99 | Positivo |
| 08 | R$ 1.111,00 | R$ 538,90 | R$ 1.225,81 | R$ 424,09 | Positivo |
| 09 | R$ 428,60 | R$ 335,00 | R$ 1.225,81 | -R$ 462,21 | Negativo |
| 10 | R$ 1.125,00 | R$ 1.088,50 | R$ 1.225,81 | R$ 987,69 | Positivo |
| 11 | R$ 623,00 | R$ 602,00 | R$ 1.225,81 | -R$ 0,81 | Negativo |
| 12 | R$ 875,00 | R$ 1.323,00 | R$ 1.225,81 | R$ 972,19 | Positivo |
| 13 | R$ 1.104,00 | R$ 647,90 | R$ 1.225,81 | R$ 526,09 | Positivo |
| 14 | R$ 723,00 | R$ 475,00 | R$ 1.225,81 | -R$ 27,81 | Negativo |
| 15 | R$ 799,00 | R$ 568,70 | R$ 1.225,81 | R$ 141,89 | Positivo |
| 16 |  |  | R$ 1.225,81 | -R$ 1.225,81 |  |
| 17 |  |  | R$ 1.225,81 | -R$ 1.225,81 |  |
| 18 |  |  | R$ 1.225,81 | -R$ 1.225,81 |  |
| 19 |  |  | R$ 1.225,81 | -R$ 1.225,81 |  |
| 20 |  |  | R$ 1.225,81 | -R$ 1.225,81 |  |
| 21 |  |  | R$ 1.225,81 | -R$ 1.225,81 |  |
| 22 |  |  | R$ 1.225,81 | -R$ 1.225,81 |  |
| 23 |  |  | R$ 1.225,81 | -R$ 1.225,81 |  |
| 24 |  |  | R$ 1.225,81 | -R$ 1.225,81 |  |
| 25 |  |  | R$ 1.225,81 | -R$ 1.225,81 |  |
| 26 |  |  | R$ 1.225,81 | -R$ 1.225,81 |  |
| 27 |  |  | R$ 1.225,81 | -R$ 1.225,81 |  |
| 28 |  |  | R$ 1.225,81 | -R$ 1.225,81 |  |
| 29 |  |  | R$ 1.225,81 | -R$ 1.225,81 |  |
| 30 |  |  | R$ 1.225,81 | -R$ 1.225,81 |  |
| 31 |  |  | R$ 1.225,81 | -R$ 1.225,81 |  |
|  | R$ 14.605,60 | R$ 9.974,45 | R$ 38.000,11 | -R$ 13.420,06 |  |

O estoque sempre será reposto semanalmente, de acordo com a venda do mês. Pra isso teremos um relatório diário da posição de estoque, conforme abaixo:

|  |
| --- |
| **LUPE ACESSÓRIOS E MAKE-UP SITUAÇÃO DO PRODUTO EM****15/09/2019** |
| **CÓDIG O** | **PRODUTO** | **ESTOQUE MÍNIMO** | **ESTOQUE ATUAL** | **STATUS** |
| 001 | Aneis pequenos | 200 | 120 | Estoque Baixo |
| 002 | Aneis Médios | 250 | 150 | Estoque Baixo |
| 003 | Anéis grandes | 150 | 85 | Estoque Baixo |
| 004 | Argola pequena | 280 | 350 | Estoque Moderado |
| 005 | Argola média | 350 | 425 | Estoque Moderado |
| 006 | Argola grande | 280 | 560 | Estoque Confortável |

A equipe de vendas será aumentada de 4 para 6 vendedores nos meses de novembro e dezembro.

De acordo com a escolha do modelo de vendas, Estrutura Combinada, a porcentagem das vendas será dividida entre os vendedores.

A ideia é premiar vendedores de alta performance nas vendas, conforme poderá ser identificado nesse relatório que ficará exposto:

|  |
| --- |
| LUPE ACESSÓRIOS E MAKE-UP VENDAS DIÁRIAS DATA / /  |
| NOME | REAL | META | TOTAL |
| LUIZ HENRIQUE FERNANDES | R$ 222,40 | R$ 245,15 | -R$ 22,75 |
| HELENA DE PAULO | R$ 447,90 | R$ 245,16 | R$ 202,74 |
| HANNA RODRIGUES | R$ 398,00 | R$ 367,74 | R$ 30,26 |
| CECILIA XISTO | R$ 247,50 | R$ 367,74 | -R$ 120,24 |

Como não existe Gerente de Vendas na loja, todas as decisões em relação as vendas, serão tomadas pelos dois sócios.

Após definidas todas as necessidades e metas do Plano de Vendas da empresa “LuPe Acessórios e Make-up”, apresentado na 1ª etapa da disciplina “Projeto Integrado”, chega a hora de analisar a fase da execução.

É nesta hora que colocamos todo o aprendizado em prática para que se caso haja erros possamos corrigir vindo a não os cometer mais. Agora é a hora de executar tudo que nos foi passado e pedido para a conclusão do projeto integrado.

É importante que nessa fase o que não saiu como o planejado inicialmente seja registrado. Dessa forma, é possível controlar melhor o andamento do seu objetivo e realizar mudanças quando necessárias.

Além disso, o registro possibilita que você crie um planejamento mais realista da próxima vez. Na fase de monitoramento é importante que você:

* Detecte falhas;
* Identifique as causas;
* Apresente soluções;
* Registre tudo o que não saiu como o planejado.
* Ajuste etapas do plano de ação quando necessário.

# Situação problema

**O Líder da Equipe está muito preocupado com o atendimento da sua loja. Sua equipe de vendedores não está dando a devida importância aos clientes, principalmente aos que possuem pouca informação sobre o produto da empresa.**

* **O Líder estava aflito com o seguinte caso: estavam duas mulheres em um ponto de ônibus, e uma delas comentou que estava muito cansada, pois desde o início da manhã procurava por produto que nossa empresa vende. Ela já havia andado em várias lojas e nenhuma vendia aquele tipo de material.**

**Detectando a falha.**

Se voltarmos a primeira etapa do Plano de Vendas para a empresa “LuPe Acessórios e Make-up” poderemos perceber que a parte onde estava

identificado o Objetivo da Equipe de Vendas não está sendo cumprido, especialmente onde está abordado:

*“A Equipe de vendas precisa de ter ciência do que a empresa espera:*

*- Conhecer a mercadoria. Procurar informações técnicas sobre cada produto e entender o que está sendo mais procurado no mercado;”*

Pode se dizer também que quando achamos o problema com o atendimento também achamos um outro problema de conhecimento pois a cliente que estava em um ponto de ônibus só ficou sabendo da loja porque ali havia uma vendedora, como ela mesmo relatou que já havia procurado em várias lojas e não achou o que ela desejava.

# Abordagem

Naquele exato momento do problema, quem se encontrava no ponto de ônibus, era uma das vendedoras da loja que após ouvir o comentário das duas senhoras, tentou reverter a situação da seguinte forma:

* Fez a abordagem, se apresentando como vendedora de uma loja que certamente teria a mercadoria que estavam procurando: uma maleta completa de maquiagem contendo todos os itens que iriam satisfazer as clientes.
* Fez a identificação da loja e ouviu uma das clientes dizendo: - Estivemos nessa loja, porém a vendedora que nos atendeu disse que esse produto estava em falta.
* Naquele momento a vendedora percebeu que se tivesse um plano de ação emergencial, poderia concretizar a venda e ainda fidelizar as clientes.
* Convidou as clientes para que retornassem à loja e ela iria acompanha-las e em troca da disponibilidade delas tentaria junto a gerência da loja, um desconto super especial.

Entende-se que nesse momento essa foi com certeza a melhor estratégia a ser utilizada.

Clientes captadas, chegou a hora de “Vender” a mercadoria.

1. Explicar para as clientes que por uma falha de uma de nossas vendedoras em não consultar o sistema de estoque, foi dada a informação que esse produto estava em falta;
2. Escutar atentamente a reclamação das clientes e tentar argumentar para cada dúvida que surgir, tendo sempre atenção e educação para falar;
3. Deixar claro para as clientes que a loja busca a melhor solução para aquele problema;
4. Argumentar que, por ser um produto que está com um excelente preço, tem uma saída muito rápida o que levou a vendedora a pensar que não teria mais no estoque. Nesse caso estaríamos agregando valor ao produto;
5. Apresentar para o cliente o custo benefício daquele produto, argumentando que poucas lojas trabalham com ele, por isso a dificuldade de ser encontrado;
6. Convidar as clientes a experimentar o produto;
7. Deixar as clientes entenderem que aquele produto irá satisfazer as suas necessidades.
8. Aproveitar o momento e informar para as clientes sobre a gama de produtos que a loja oferece.

Após esgotados todos os argumentos e a certeza que as clientes irão levar o produto, é chegada a hora de cumprir a promessa daquele “desconto”.

É de suma importância nesse momento a equipe de vendas ter a ciência que, uma venda menor, representa uma comissão menor, porém quando se consegue fidelizar uma cliente, nesse caso específico duas, o retorno é muito maior.

***Clientes bem atendidos são cartão de visitas para qualquer empresa.***

# Análise da causa do problema

Percebemos que o nosso Plano de Vendas precisa de atenção em alguns pontos.

Para isso implantamos um processo de Análise de Causa Raiz, que terá os seguintes critérios:

* Definir o problema;
* Identificar as possíveis causas;
* Verificar as reais causas;
* Propor uma solução para o problema;
* Implantar a solução;
* Analisar os resultados.

-Investir na divulgação de nossos produtos.

-Capacitar melhor nossos atendentes com treinamentos

Após essa análise, foi detectado que é necessário um maior treinamento dos nossos vendedores em relação as mercadorias disponíveis na loja e as informações sobre os produtos.

Será necessário criar também um setor de pós-venda, onde o contato com o cliente o faça sentir que ele é especial e que a loja se sente honrada em tê-lo como cliente. Algumas observações poderão ser usadas:

* Agradecer pela escolha da loja;
* O produto atendeu as expectativas;
* O atendimento do vendedor foi cordial;
* As informações sobre o produto foram apresentadas de forma clara e objetiva;
* Recomendaria nossa loja para outros clientes.

# Relacionamento com o cliente

Um bom relacionamento com clientes trará excelentes frutos para a empresa. Assim, quando estamos lidando com o cliente, a confiança é a base para um relacionamento saudável.

O relacionamento com um consumidor jamais termina quando ele efetua o pagamento pelo produto ou serviço adquirido. É fundamental fazer um bom pós- venda, se interessando verdadeiramente em saber como o cliente está no convívio com aquilo que adquiriu.

“Está tudo bem?”, e “Precisa de mais alguma coisa?”, são perguntas que ajudam a manter a confiança entre o cliente e nossa empresa, consequentemente, desenvolve uma relação prolongada, que será baseada em valores positivos vindo fidelizar a clientela.

Pois quando se consegue fidelizar clientes automaticamente se ganha mais clientes, pois quando se tem clientes satisfeitos eles indicam para mais pessoas que necessitam do produto.

# Como conhecer o cliente

Para conhecer o cliente é preciso que, por meio de pesquisa, a empresa colete o máximo de informação possível. Fazer levantamentos é importante para conhecer as características das pessoas, sendo elas:

* Sexo;
* Idade;
* Onde mora;
* Quanto costuma gastar;
* Quais os produtos preferidos;
* Quando procura a empresa;
* Quais são seus objetivos.

Conhecendo e entendendo melhor o consumidor, fica muito mais fácil encontrar formas de abordá-lo.

Essa abordagem deverá ser feita por meio do marketing, mas também com o atendimento personalizado, podendo ser por mensagens ou rede social. Isso ajudará a traçar um perfil mais profundo, criando um “cliente ideal”, aquilo que chamamos de persona, a levando em consideração sempre antes de criar cada estratégia.

# Como desenvolvemos o relacionamento de longo prazo:

Antes mesmo de entrar em nosso estabelecimento o cliente tem acesso a uma plataforma online, para que eles possam pesquisar se o que eles procuram temos em nossa loja. Assim dando a primeira impressão sobre nossos produtos. Para um melhor acesso dos clientes a plataforma, e para que mais e mais clientes possam conhecer nossos produtos podemos investir em uma boa divulgação.

Desde o primeiro contato com o cliente é importante um bom atendimento, pois esse é um ponto significativo na experiência do consumidor. Provavelmente, o que vai levá-lo a se tornar um cliente fiel. Mas é importantíssimo que ele seja consistente e adotado por toda a equipe. Nesse sentido, é essencial criar protocolos de atendimento que transmitam cordialidade, disponibilidade e simpatia. Por meio deles, toda a equipe terá condições de atender com a mesma qualidade.

Outro fato importante é sempre **oferecer uma experiência completa e resultados em tempo hábil,** o cliente não pode perder tempo, treinamos nossa equipe para sempre pensar lá na frente e estar sempre preparado para qualquer tipo de contratempo, caso o cliente já traga o problema de imediato, já lhe oferecemos a solução e sempre com mais de uma opção, para que assim ele se sinta seguro e dentro do poder de escolha, com isso trazemos outro ponto árduo em um bom relacionamento no pós venda e na solução de problemas o nosso **Feedback,** com esse contato com o cliente logo se acontecer algo de

errado com o produto e ele retornar a loja nossa equipe já tem o conhecimento do problema e já estuda nas soluções que será apresentada para o cliente.

# Recursos utilizados no processo de fidelização do cliente:

Por fim, quando finalmente conquistamos um cliente, devemos mantê-lo, ou seja, criar um vínculo de fidelidade dos clientes por nossos produtos. A fidelização dos clientes da LuPe Acessórios e Make-up se dá a estratégias de recompensa ao cliente.

# Programas de fidelização:

* Oferecer cupom de desconto para o cliente que retornar;
* Oferecer um produto gratuito depois que ele realizar um número x de compras;
* Incentivar o cliente a divulgar a marca em trocas de brindes;
* Dar brindes que demostram o quanto você valoriza um consumidor que está sempre com você;
* Fazer parcerias.
* Oferecer serviços de fidelidade (exemplo a cada 10 compras na loja ganha 20% de desconto).
* A cada cliente indicado por um cliente fidelizado ganha 5% de desconto em suas compras.

# Conclusão

Portanto, um bom relacionamento com o cliente é de suma importância, pois a confiança gera fidelização, custando menos que conseguir novos clientes, sendo que as relações duradouras facilitam na hora de fechar negócio. Oura razão para mantermos a um bom relacionamento com os clientes é o fato de que isso impacta diretamente na reputação da LuPe Acessórios e Make-up, que passa a ser positiva, nos tornando uma empresa que passa a ser mais lembrada com frequência.

A primeira parte do planejamento de vendas para a empresa LuPe Acessórios e Make-up foi muito importante para agregar conhecimentos a respeito de um assunto tão importante na área empresarial. Tendo em vista o crescimento mercadológico e a ascensão do processo de economia de vendas se fazem mais do que necessário ter conhecimentos dentro dessa área.

Trabalhar com vendas nunca será uma tarefa assim tão fácil, porém cabe aos profissionais aprimorarem conhecimento por meio de especialização na área. Fatores relacionados aos cálculos de vendas, análises por regiões e a viabilização de meios que possibilitem dados específicos para a compreensão do trabalho com vendas são primordiais no processo do planejamento. Para a empresa é importante o planejamento de vendas, pois ele será um instrumento a ser seguido com o intuito de alavancar a receita. No decorrer do estudo foi possível perceber que um fator importante a ser seguido é de que toda a empresa, ou seja, todos os funcionários que atuam nela, devem priorizar as estratégias de conhecimento em vendas e assim buscar ser um vendedor dentro

da empresa, promovendo qualidade, praticidade e favorecendo a empresa como um todo. Os dados obtidos por meio da pesquisa possibilitaram a compreensão do conceito de planejamento e a sua importância no processo de previsão e realização das vendas.

O propósito de um plano de vendas nos ajuda a definir estratégias e planejar como vamos gerenciar a parte de vendas de um negócio é a definição dos objetivos propostos a equipe.

Mas, no meio do caminho algumas coisas fogem do planejamento. Nesse momento é hora de realinhar as estratégias. Utilizando a gestão do conhecimento da empresa, o plano de Vendas pode e deve ser mudado sim, quantas vezes se fizerem necessárias até que fique perto do ideal, deixando assim a empresa em um lugar confortável e realizar seus objetivos de forma mais assertiva.