

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;
- **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;
- 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. É sócio da Actavox, consultoria empresarial especializada em geração de demanda: gestão comercial, marketing e estratégia.