

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 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.

Agora que está claro o que é pipeline e o que é gestão de pipeline, surgem as seguintes perguntas:

- Para que serve o pipeline?
 - Quais os benefícios para a linha de frente?
 - Quais os benefícios para os gestores da área comercial?
 - Quais os benefícios para a empresa?
- O que significa “fazer uma boa gestão de pipeline”?
- Como fazer uma boa gestão de pipeline?
 - Para que não deve ser utilizado o pipeline?
 - Quais os pontos de atenção? Quais os erros mais comuns?

Estas perguntas serão respondidas nos próximos artigos. Aguardem!

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.