

PLANO DE GESTÃO COMERCIAL

Nome da EMPRESA

Logotipo

Plano de Gestão Comercial | Sumário

PARTE 1: Contexto

1. Mercado(s)

- 1.1 Análise histórica
- 1.2 Perfil: Clientes e Consumos
- 1.3 Tendências mais Relevantes
- 1.4 Evolução previsível

2. Sector(es)

- 2.1 Volume de Negócios do Sector
- 2.2 Principais Actores
- 2.3 Perfil da Competição
- 2.4 Outros Aspectos

3. Empresa

- 3.1 Factores de Competitividade
- 3.2 Competências da Empresa
- 3.3 Recursos
- 3.4 Áreas de Negócio
- 3.5 Vendas por Área de Negócio
- 3.6 Vendas por Tipo de Cliente/Mercado
- 3.7 Vendas por Tipo de Produto/Serviço

Plano de Gestão Comercial | Sumário

PARTE 2: Objectivos

1. Globais

1.1 Objectivos Qualitativos da Empresa

1.2 Objectivos Quantitativos da Empresa

1.3 Outros objectivos

Plano de Gestão Comercial | Sumário

PARTE 3: Organização

1. Equipa Comercial

1.1 Dimensão e Perfil

1.2 Composição e Experiência

1.3 Modelo de Organização

2. Objectivos da Equipa Comercial

2.1 Objectivos Qualitativos da Equipa

2.2 Objectivos Quantitativos da Equipa

2.3 Objectivos individuais

2.4 Avaliação de Desempenho

2.5 Desenvolvimento Pessoal e Carreira

2.6 Outros Objectivos

3. Serviço ao Cliente

3.1 Tipo e nível de serviço (processos/indicadores)

3.2 Serviços de Pré-Venda/Projecto

3.3 Atendimento, Negociação e Venda

3.4 Pós-Venda e Gestão de Reclamações

Plano de Gestão Comercial | Sumário

PARTE 4: Acções

1. Acções Regulares
2. Acções de Específicas
3. Campanhas
4. Cronograma

PARTE 5: Sistema de Remunerações

1. Política Global de Remunerações
2. Remunerações Base
3. Remunerações Variáveis
 - 3.1 Comissões
 - 3.2 Prémios
 - 3.3 Incentivos
 - 3.4 Outras

Plano de Gestão Comercial | Sumário

PARTE 6: Orçamento

1. Previsão de Receitas
2. Previsão de Despesas
3. Investimentos
4. Resultados

PARTE 7: Controle, Avaliação, Revisão e Plano de Contingência

1. Momentos de Avaliação/Revisão
2. Principais Indicadores
3. Plano de Contingência

PARTE 8: ANEXOS

Anexo 1: Xxxx

Anexo 2: Xxxx

Anexo 3: XxxX

PLANO DE GESTÃO COMERCIAL

Contexto

PARTE **1**

1. MERCADOS

1.1 Análise Histórica

1.2 Perfil: Clientes e Consumos

1.3 Tendências mais Relevantes

1.4 Evolução previsível

2. SECTORES

2.1 Volume de Negócios do Sector

2.2 Principais Actores

2.3 Perfil da Competição

2.4 Outros indicadores

3. EMPRESA

3.1 Factores de Competitividade

3.2 Competências da Empresa

3.3 Recursos

3.4 Áreas de Negócio

3.5 Vendas por Área de Negócio

3.6 Vendas por Tipo de Cliente/Mercado

3.7 Vendas por Tipo de Produto/Serviço

Objetivos

PARTE **2**

1. GLOBALIS

1.1 Objectivos Qualitativos da Empresa

- Prospecção de novos clientes ou segmentos
- Lançamento de produtos/serviços
- Digitalização de processos
- ...

1.2 Objectivos Quantitativos da Empresa

- Vendas por Área de Negócios
- Vendas por Tipo de Cliente/Mercado
- Vendas por Tipo Produto/Serviço
- Vendas...
- Margens...
- Taxa de Retenção de clientes
- ...

Organização

PARTE **3**

1. EQUIPA COMERCIAL

1.1 Dimensão e Perfil

1.2 Composição e Experiência

1.3 Modelo de Organização

2. OBJECTIVOS DA EQUIPA COMERCIAL

2.1 Objectivos Qualitativos da Equipa

2.2 Objectivos Quantitativos da Equipa

2.3 Objectivos Individuais

Membro 1

Membro 2

Membro X

2.4 Avaliação de desempenho

Membro 1

Membro 2

Membro X

2.5 Desenvolvimento Pessoal e Carreira

Membro 1

Membro 2

Membro X

2.5 Desenvolvimento Pessoal e Carreira

2.6 Outros Objectivos

3. SERVIÇO AO CLIENTE

3.1 Tipo e nível de Serviço (processos/Indicadores)

3.2 Serviços de Pré-Venda/Projecto

3.3 Atendimento, Negociação e Venda

3.4 Pós-Venda e Gestão de Reclamações

Acções

PARTE **4**

1. ACÇÕES REGULARES

ACÇÃO 1

ACÇÃO 2

ACÇÃO 3

ACÇÃO 4

ACÇÃO XX

2. ACÇÕES ESPECÍFICAS

ACÇÃO 1

ACÇÃO 2

ACÇÃO 3

ACÇÃO 4

ACÇÃO XX

3. CAMPANHAS

CAMPANHA XX

CAMPANHA XX

4. CRONOGRAMA

Cronograma

Janeiro

Fevereiro

Cronograma

Março

Abril

Cronograma

Maio

Junho

Cronograma

Julho

Agosto

Cronograma

Setembro

Outubro

Cronograma

Novembro

Dezembro

Sistema de Remunerações

PARTE **5**

1. POLÍTICA GLOBAL DE REMUNERAÇÕES

2. REMUNERAÇÕES BASE

3. REMUNERAÇÕES VARIÁVEIS

3.1 Comissões

3.2 Prémios

3.3 Incentivos

3.4 Outras

Orçamento

PARTE 6

1. PREVISÃO DE RECEITAS

2. PREVISÃO DE DESPESAS

3. INVESTIMENTOS

4. RESULTADOS

Controlo, Avaliação e Revisão

PARTE **7**

1. MOMENTOS DE AVALIAÇÃO/REVISÃO

Avaliação

Acções	Objectivo 1	Objectivo 2	Objectivo 3	Objectivo 4	Orçamento
1	XXX	X		X	10
2		XXX		XXX	125
3	X				500
4		XX		XX	2345
5			X		
6	XXX	XXX			
...					

2. PRINCIPAIS INDICADORES

3. PLANO DE CONTINGÊNCIA

Anexos

PARTE **8**

ANEXO 1

ANEXO 2

ANEXO 3

PLANO DE GESTÃO COMERCIAL

- Responsável pela Elaboração:
 - ◆ Nome:
 - ◆ Função:
 - ◆ Data:
- Validação
 - ◆ Nome:
 - ◆ Função:
 - ◆ Data:
- Data de Revisão (previsão)
 - ◆ Nome
 - ◆ Função

Concepção do Modelo

J. A. NUNES CARNEIRO

Consultor

mail@janunescarneiro.pt

[**www.janunescarneiro.pt**](http://www.janunescarneiro.pt)

Versão 3.0 (Maio 2019)