

# 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](mailto:mail@janunescarneiro.pt)

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

Versão 3.0 (Maio 2019)