MATERIAL GRATUITO · PARA DONOS DE EMPRESA QUE JÁ VENDEM

AS CONTAS QUE A GENTE FAZ ANTES DE QUALQUER META

O Mapa do Dinheiro

As contas que mostram, com os números da sua empresa, de onde vem cada venda, onde ela se perde e quanto sobra no caixa. Faça com os dados dos últimos 90 dias.

Luiz Enderle
Co-founder da Assessoria OST e criador da centr

centr. | OST

Faturamento = contatos x conversão x ticket.

É a conta mais simples da empresa e a que menos gente faz com os próprios números. Comece por ela: o resto do mapa explica por que a sua conversão é a que é.

EXEMPLO

Contatos por mês	**300**
Conversão	**10%**
Vendas	**30**
Ticket médio	**R$ 3.500**
Faturamento	**R$ 105.000**

Com 15% de conversão e os mesmos 300 contatos: **R$ 157.500**. São R$ 52.500 a mais por mês, R$ 630 mil por ano.

A SUA CONTA

Contatos que chegaram no mês WhatsApp, Direct, formulário, ligação	
Vendas fechadas no mês	
Conversão vendas ÷ contatos	%
Ticket médio faturamento ÷ vendas	R$
Faturamento do mês	R$
Com 5 pontos a mais de conversão	R$

Para ter uma referência

Em 236 empresas brasileiras, a conversão média de negociação em venda foi de 17%. As 25% piores convertem 5%, e as 25% melhores, 36%. Use como ordem de grandeza: o seu mercado pode ser diferente.

Meetime, Inside Sales Benchmark Brasil 2021, dados de 2020.

Se você não conseguiu preencher

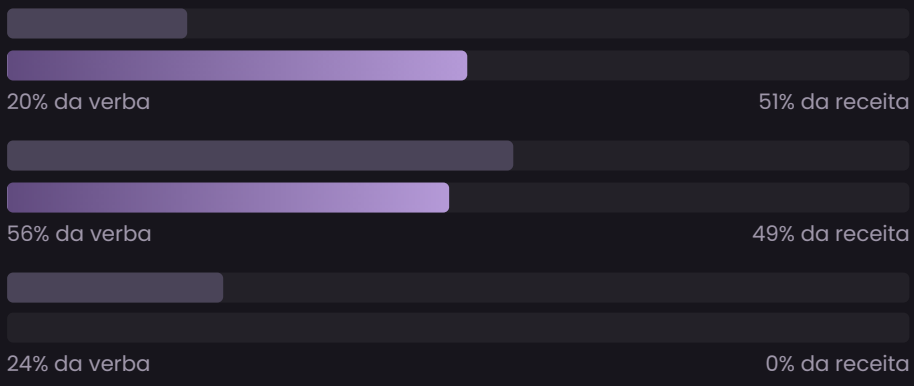
Esse já é o primeiro achado do mapa. Sem saber quantos contatos chegaram e quantos compraram, toda decisão de verba, equipe e meta vira palpite.

De onde vem cada venda?

É aqui que a Lei de Pareto aparece na prática: poucas origens costumam trazer a maior parte do faturamento. A pergunta é se o seu tempo e o seu dinheiro estão indo para elas.

ORIGEM	VENDAS	FATURAMENTO	% DO TOTAL	% DA VERBA E DO TEMPO
Indicação				
Cliente que voltou a comprar				
Anúncio Instagram e Facebook				
Anúncio Google				
Instagram orgânico				
Sem origem registrada				
Outra: _____				

Como fica numa tela de demonstração da centr



Dados fictícios da clínica de demonstração da centr. A barra cinza é a verba; a roxa, a receita.

Como ler a sua tabela

- [ ] **% do faturamento bem maior que % da verba:** essa origem merece mais verba e mais atenção.
- [ ] **Origem que consome verba e tempo e não fecha venda:** é a primeira a revisar.
- [ ] **Venda sem origem registrada:** é o número que mais custa, porque esconde o que está dando certo.

Quantos follow-ups a sua venda precisa até fechar?

Pegue as últimas 20 vendas e conte em qual tentativa de contato cada uma fechou. Depois compare com o quanto a sua equipe insiste antes de desistir de um contato.

FECHOU NA TENTATIVA	VENDAS	% DAS 20
1ª		
2ª		
3ª		
4ª		
5ª		
6ª a 8ª		
9ª ou mais		

Quantas tentativas a sua equipe faz antes de desistir de um contato?

No mercado

19%

dos negócios ganhos fecharam na primeira tentativa. Até a quinta, 79%. Até a oitava, 93%.

Base de clientes da Meetime, Inside Sales Benchmark Brasil 2021. Operações de venda B2B.

Como ler

- **Quase todas as vendas fecham na 1ª ou na 2ª?** Olhe o outro lado: quantos contatos receberam uma 3ª tentativa. Venda que não aparece depois da 5ª pode ser venda que ninguém tentou.
- **Cada tentativa precisa de um motivo novo.** "E aí, conseguiu ver?" não conta como follow-up.
- **Troque o canal quando o texto travar:** WhatsApp, ligação curta, áudio, Direct. Respondeu, a sequência para e a conversa segue com uma pessoa.

Quantos clientes compram de novo?

Quem já comprou conhece a empresa, já confiou e já pagou uma vez. É o dinheiro mais perto do caixa, e o único que não depende de anúncio novo.

A SUA BASE NOS ÚLTIMOS 12 MESES

Clientes que compraram	
Desses, quantos compraram de novo	
Taxa de recompra compraram de novo ÷ total	%
Quantos foram chamados depois da compra	
Quantos nunca foram chamados	
Ticket médio	R$
Parado na base nunca chamados × ticket médio	R$

O último número não é promessa de venda. É o tamanho do que ninguém está indo buscar.

Numa operação que a gente acompanhou

A base de clientes foi acionada em julho, e o mês fechou com **R$ 105.237,05 a mais** que junho: de R$ 136.317,42 para R$ 241.554,47.

Faturamento. Relatório publicado em getcentr.co, cliente não identificado.

Como acionar sem virar disparo

1. Separe a base por quando a pessoa comprou e pelo que ela comprou.
2. Escreva um motivo diferente para cada grupo voltar a conversar.
3. Defina quem fala, em quantos dias e o que fazer quando a pessoa não responde.

Quanto foi vendido, e quanto entrou no caixa?

É a conta que mostra margem e solidez, não só número por número. Venda fechada não é dinheiro no banco, e faturamento não é lucro.

EXEMPLO

Vendido no mês	**R$ 150.000**
Entrou no caixa	**R$ 112.000**
Custos do mês	**R$ 84.000**
Sobrou no caixa	**R$ 28.000**

No relatório de vendas, o mês foi de R$ 150 mil. No caixa, sobraram R$ 28 mil.

A SUA CONTA DO MÊS

Vendido no mês	R$
Entrou no caixa	R$
Diferença parcelas, atrasos, cancelamentos, descontos	R$
Custo de entregar o que vendeu	R$
Equipe e comissões	R$
Mídia	R$
Custos fixos	R$
Sobrou entrou no caixa menos custos	R$
Margem sobrou ÷ entrou no caixa	%

Como ler

- ☐ **A diferença entre vendido e recebido cresce mês a mês?** A empresa está vendendo mais e ficando mais frágil.
- ☐ **Faturamento alto e margem baixa?** O problema não é vender. É o custo de entregar ou o desconto que fecha a venda.
- ☐ **Parcela que atrasa e ninguém cobra** é dinheiro vendido que nunca chega ao caixa.

O seu Mapa do Dinheiro em uma página.

Passe os números das páginas anteriores para cá. O que estiver pior é por onde começar.

CONTA	SEU NÚMERO	SE ESTIVER RUIM, COMECE POR
Conversão		Responder rápido, chamar de novo até a 5ª tentativa, confirmar a reunião e retomar a proposta.
Origem		Tirar verba e tempo do que não vende e reforçar o que traz receita.
Follow-up		Uma sequência com dia, canal e mensagem para cada tentativa.
Recompra		Acionar a base por grupo, com responsável e prazo.
Vendido x recebido		Cobrança, condição de pagamento e desconto.

A ordem que a gente usa

Primeiro o dinheiro mais perto do caixa: a base de clientes e o que já foi vendido e não entrou. Depois o que entra e se perde: conversão e follow-up. Só então o que ainda não entrou: aquisição. Comprar mais contato antes de arrumar o resto é colocar mais gente na mesma conversão.

Quer fazer o Mapa do Dinheiro da sua empresa com a gente?

A Assessoria OST faz a análise de crescimento do seu negócio: olhamos a jornada do contato ao dinheiro recebido, origem por origem, para encontrar onde a venda está vazando e dizer o que dá para implementar nos próximos 90 dias.

Para quem é: empresas que já vendem, faturam acima de R$ 100 mil por mês e querem crescer com processo, não com sorte. Se a sua empresa ainda não está nesse ponto, use este mapa todo mês: ele mostra onde mexer primeiro.

FALAR NO WHATSAPP



Luiz Enderle
Co-founder da Assessoria OST e criador da centr. Mais de R$ 50 milhões gerados estruturando processos que conectam marketing e comercial.
@luizenderle

Os exemplos são ilustrativos e os números da tela de demonstração da centr são fictícios. Referências de mercado com a fonte na própria página. Nenhum número neste material é promessa de resultado.