

DIFERENÇAS ENTRE GESTÃO COMERCIAL E GESTÃO DE VENDAS

Cláudio Tomanini | Tomanini Consultoria

17/09/2021

Basicamente, é possível dizer que a diferença principal está no fato como a gestão comercial e a gestão de vendas atua. Enquanto a primeira planeja, a segunda executa. Ou seja, a gestão comercial é estratégica e, por isso, determina as ações mais adequadas para cada momento, já que para vender com sucesso é preciso levar em consideração diferentes aspectos.

Já a gestão de vendas possui uma função tática, que é a de colocar em prática a estratégia de ação do setor comercial, bem como atingir as metas de vendas propostas. Para tanto, o gestor de vendas deve coordenar de forma direta a equipe de vendas, oferecendo todos os recursos necessários que cada integrante necessita.

O que faz o gestor comercial da empresa

Para fazer uma gestão comercial de sucesso, o gestor desse setor e a sua equipe devem conhecer muito bem o mercado no qual atuam e o seu público alvo, bem como definir pontos de vendas, estratégias de vendas e de demanda e muitas outras atividades. Entre elas, sempre estar reavaliando esses parâmetros para saber quando as mudanças devem ser feitas.

A gestão comercial pode trabalhar ainda em conjunto com a equipe de marketing, de modo a colaborar nas campanhas publicitárias, a fim de direcionar as vendas, mas também para se suprir de informações. Com esses dados, o gestor consegue definir de modo mais assertivo os preços dos produtos a serem praticados.

Ele também pode definir os planos de comunicação para direcionar o trabalho dos vendedores em campo. O gestor comercial necessita ainda aumentar a eficácia nas vendas e a lucratividade, bem como reduzir gastos. Isso quer dizer que as suas ações devem estar em sintonia com a administração do negócio.

O que faz o gestor de vendas da empresa

Já para entender mais sobre a diferença entre as duas gestões, em relação ao gestor de vendas é possível dizer que ele deve garantir a excelência do processo comercial. Isso pode ser feito realizando as vendas, efetuando as entregas e registrando tudo de modo adequado.

É importante ainda saber que quando há confusão entre a gestão de vendas e a comercial, não raro são destinados aos gerentes funções que, na verdade, não lhe cabem. Isso pode causar desentendimentos entre os setores e até mesmo prejuízo para a sua empresa. Um exemplo de função delegada de maneira errada é em relação ao estoque.

Em uma empresa bem estruturada, ambos os gestores podem participar da gestão do estoque. No entanto, é o gerente comercial quem fornece os insumos necessários, adquirindo os produtos que serão revendidos ou a matéria prima para que as mercadorias sejam fabricadas e, posteriormente, vendidas.

Além disso, o gestor comercial também faz as ligações do estoque com os demais setores da empresa que devem participar da gestão do estoque. Afinal, o estoque também pode fazer às vezes

de almoxarifado, de acordo com o tipo de estrutura de cada negócio. Mesmo assim, o gestor de vendas deve participar do plano de compras, pois é ele quem tem a visão de campo.

Isso porque é ele quem está junto com a sua equipe, próximo do consumidor final, e sabe o que é mais vendido, qual a preferência dos clientes, etc. Isso quer dizer que ele deve participar da gestão de estoque, informando o que não pode faltar, o que tem registrado mais saída e demais informações relevantes.

Como tornar a gestão de vendas e comercial mais eficiente

Além de diferenças, a gestão comercial e a gestão de vendas também possuem alguns aspectos em comuns, além de possuírem o objetivo de vender mais. Ou seja, ambas precisam contar com dados da empresa sempre atualizados. Afinal, a tomada de decisões deve se basear em informações reunidas em relatórios e levantamentos.

E a melhor forma de ter isso é contar com um histórico, que pode indicar as características de cada período do ano, gastos previstos, quando se vende mais, quando é normal uma baixa nas vendas, etc. Para ter esse histórico é preciso registrar todas as movimentações da empresa, tanto as finanças, como as de vendas e do estoque.

Quanto maior for esse banco de dados, melhor, já que assim é possível ter um panorama geral e completo do desempenho do seu negócio nos últimos anos e prever como serão os próximos meses. Planejamento e conhecimento são essenciais para a gestão comercial e para a gestão de vendas.

Tecnologia para gestão de vendas e comercial

Com o grande fluxo de informações que as empresas mesmo de pequeno porte precisam lidar todos os dias, é necessário contar com a tecnologia para contar com um histórico que reflita a realidade do seu negócio. Os softwares de gestão comercial são ferramentas que colaboram com essa e demais atividades.

Controlar de forma manual ou mesmo em simples planilhas a quantidade de atividades e controles de vendas pode ser uma tarefa árdua, por exemplo, com grandes chances de ocorrerem erros. Mas com um CRM é possível atualizar de forma rápida e prática as informações, fornecendo aos gestores números praticamente em tempo real. CRM é uma ferramenta de gestão de relacionamento com cliente. Vai muito além de uma plataforma de um software. É uma ferramenta que ajuda a antecipar necessidades, otimizar rentabilidade e interagir com clientes.

Isso faz com que a sua equipe trabalhe com mais eficiência, podendo acessar o sistema de qualquer lugar e a qualquer momento, pois é online, além de garantir a mais alta segurança dos seus dados.

Lembre-se, vendas não é um evento. Vendas é um processo

Vendas é mais sobre quem compra que sobre quem vende

E se não acreditar nisso, continue dizendo que o cliente só quer preço ou que seu produto está caro.