

RENNOVÁVEIS



Guia Prático

DIAGNÓSTICO DE PERFORMANCE COMERCIAL

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	03
CAPÍTULO 01: Mapele o Funil de Vendas	04
CAPÍTULO 02: Análise o Ponto Fraco	06
CAPÍTULO 03: Crie Ações Baseadas em Dados	08
SOBRE A RH RENOVÁVEIS	10

Introdução

Todo gestor já passou por isso: olhar para os números e pensar “meu time de vendas não está entregando resultado”. A reação automática é buscar culpados: o vendedor, o mercado, a meta “fora da realidade”.

Só que esse reflexo esconde a pergunta que realmente move resultados: **onde está o gargalo?**

Performance comercial não é um bicho de sete cabeças, mas também não nasce do acaso. Ela é fruto de um conjunto de engrenagens: perfil do cliente, metas bem desenhadas, estrutura que funciona e, claro, ações de venda que fazem sentido para o jogo que a empresa está jogando.

Este guia existe para isso: **te ajudar a enxergar**, com precisão cirúrgica, o que está travando o seu crescimento. E, a partir daí, montar uma estratégia simples, objetiva e aplicável para virar o jogo.

Vamos transformar a forma como você enxerga a performance comercial e garantir que seu time tenha exatamente as ferramentas e o suporte necessários para gerar impacto de verdade.

Boa leitura!

Capítulo 01: Mapeie o Funil de Vendas

Monte o seu funil com quatro etapas básicas:



✓ Leads

Considere todo contato que entrou no radar comercial — inbound ou outbound.

Separe por canal de entrada (indicação, Instagram, Google, LinkedIn, lista, prospecção ativa etc.).

Isso evita leituras ilusórias (“temos muitos leads”) e permite análises reais de origem, custo, qualidade e taxa de conversão por canal.

✓ Oportunidades

São os leads que demonstraram interesse real e abriram conversa qualificada com o time comercial.

Registre: origem, histórico da conversa e motivo da conversão para oportunidade.

Quanto mais claro, mais fácil identificar o que realmente faz alguém avançar.

✓ **Propostas**

Aqui entram apenas os leads que receberam proposta formal, não “promessa de enviar”.

Registre data, valor, prazo e objeções levantadas.

Isso ajuda a detectar gargalos como demora no envio ou propostas desalinhadas.

✓ **Contratos**

A fase final: negócios fechados.

Marque ticket, prazo, origem, vendedor, tempo total do ciclo e motivo da escolha pelo seu produto/serviço.

Esses dados são essenciais para descobrir o padrão dos seus fechamentos e ajustar o que funciona.

Em seguida, calcule as três taxas de conversão:

1. **Leads → Oportunidades**
2. **Oportunidades → Propostas**
3. **Propostas → Contratos**

Essas porcentagens vão te mostrar **onde o desempenho cai**. Compare as taxas de um vendedor com o outro ou com uma referência conhecida (benchmark interno ou externo). Assim você identifica onde está o problema real.

Capítulo 02: **Analise o Ponto Fraco**

Agora que você sabe qual taxa está mais baixa, entenda o que isso significa:

- ✓ **Se todas as taxas são boas, mas o resultado final ainda é ruim:**

O problema pode estar na geração de leads — você precisa de mais entrada no funil.

- ✓ **Se o problema está na 1ª taxa (Leads → Oportunidades):**

O gargalo é a abordagem inicial.

Faça **testes A/B** com diferentes modelos de abordagem e veja qual gera mais resposta.

Exemplos de variação:

- Mensagens com **gatilho de escassez** (“últimas vagas”, “oferta limitada”)

- Mensagens com **autoridade** (“já atendemos empresas como a sua”)
- **Prova social** (“95% dos nossos clientes relatam...”)
- **Medo ou perda** (“você pode estar deixando dinheiro na mesa”)
- **Benefício direto** (“reduza custos em até 20%”)

Teste versões mais curtas e diretas versus mais consultivas e detalhadas. Avalie as taxas de resposta e mantenha o modelo com melhor performance.

✓ **Se o problema está na 2ª taxa (Oportunidades → Propostas):**

O desafio está na **apresentação da solução**.

Isso significa que o lead se interessa, mas não vê valor suficiente para avançar.

Reforce a clareza da proposta, demonstre ROI e personalize o discurso.

Mostre **como sua solução resolve dores específicas** e não apenas o que ela faz.

✓ **Se o problema está na 3ª taxa (Propostas → Contratos):**

O problema é o **fechamento**.

Pode estar no argumento, no preço ou na percepção de valor.

Faça uma análise simples:

- **Pergunte aos clientes que fecharam:** “O que fez você escolher a nossa empresa?”
- **Pergunte aos que não fecharam:** “O que precisaria mudar para você avançar?”

Essas respostas vão mostrar **o que realmente influencia a decisão** e onde ajustar o discurso comercial.

Capítulo 03: Crie Ações Baseadas em Dados

Não tome decisões baseadas em achismos. Use as taxas de conversão e os feedbacks dos clientes para criar testes e melhorias contínuas.

Cada ação deve ter um objetivo claro: aumentar uma taxa específica do funil.

E, quando uma melhora acontecer, registre o que foi feito, isso vira aprendizado interno e padrão de excelência.

Uma boa estratégia comercial começa com **diagnóstico**, não com **palpite**.

Quando você entende onde está a queda do funil, sabe exatamente **o que ajustar, em quem treinar e o que testar**.

Esse é o modelo correto de avaliação: baseado em dados, testes e aprendizado constante.

Sobre a RH Renováveis

Uma empresa que transforma negócios através das pessoas.

A **RH Renováveis** nasceu com um propósito claro: ajudar empresas a estruturarem e otimizarem seus processos de gestão de pessoas, garantindo que tenham times preparados, engajados e alinhados com seus objetivos estratégicos.

Com mais de 4 anos de experiência no mercado, desenvolvemos metodologias próprias que garantem processos de recrutamento, seleção e *performance comercial* altamente eficientes. Nossa abordagem combina tecnologia, inovação e conhecimento profundo em comportamento humano, proporcionando aos nossos clientes estratégias personalizadas para a atração, retenção e desenvolvimento de talentos.

Atendemos empresas de diversos setores, com foco especial no setor de energia e renováveis, ajudando gestores e líderes a construírem times de alto desempenho e a transformarem suas equipes em ativos estratégicos para o crescimento do negócio.

Pedro Drumond - CEO

À frente da RH Renováveis está Pedro Drumond Jr., engenheiro eletricista, gerente de projetos certificado pelo PMI, mestre e doutor em Planejamento Energético. Com uma trajetória consolidada no setor elétrico, Pedro atuou por 10 anos no mercado de energia, aprofundando seus conhecimentos em planejamento e gestão estratégica.

Desde 2015, direcionou sua expertise para o setor solar fotovoltaico, compreendendo a crescente demanda por profissionais qualificados e processos estruturados para sustentar a expansão desse mercado. Foi com essa visão que, em 2020, fundou a RH Renováveis, com a missão de ajudar empresas e profissionais a desenvolverem seu maior patrimônio: o capital humano.

Pedro acredita que o diferencial competitivo de qualquer organização está nas pessoas e que a gestão eficiente de talentos é a chave para a inovação, produtividade e crescimento sustentável das empresas. Sua abordagem estratégica une conhecimento técnico, gestão de projetos e desenvolvimento humano, criando soluções personalizadas para o recrutamento, integração e capacitação de profissionais do setor de energia e renováveis.



•••
RH RENOVÁVEIS



Guia Prático

DIAGNÓSTICO DE PERFORMANCE COMERCIAL



@rhrenovaveis

rhrenovaveis.com.br