

Luciano Thomé e Castro
Marcos Fava Neves



ADMINISTRAÇÃO DE VENDAS

Planejamento, Estratégia
e Gestão

atlas



Resumo de Administração de Vendas. Planejamento, Estratégia e Gestão

Seguramente, o papel do vendedor tem mudado com a crescente exigência dos clientes e da concorrência. Espera-se hoje um consultor de negócios ao invés de um simples entregador de produtos ou "tirador de pedidos".

No entanto, para conseguir de fato mudar a atuação comercial de uma empresa neste sentido é necessário repensar pontos cruciais de gestão de vendas. Resultado de pesquisas nacionais e internacionais dos autores, este livro baseia-se em trabalhos de planejamento e gestão de vendas em grandes empresas brasileiras.

Possui uma seqüência estruturada de decisões cruciais na área. Algumas delas envolvem o entendimento das necessidades de um cliente, o papel estratégico de vendas no esforço de marketing da empresa, a análise da concorrência em vendas, o tamanho de uma equipe de vendas, a questão do uso de representantes comerciais autônomos, a definição de um plano de remuneração em vendas, o uso de tecnologia de informação, o desenho de gerenciamento de territórios, a contratação, treinamento e controle dos vendedores e dos resultados de vendas.

Todos esses pontos irão influenciar o comportamento e o desempenho final de uma equipe de vendedores e, por fim, o desempenho de toda a empresa.

[Acesse aqui a versão completa deste livro](#)