MÉTODO **CLIENTAR**

E-BOOK GRATUITO



PARA DONO DE REVENDA E INDÚSTRIA

Da Meta ao Resultado

Como montar o **Plano de Ação em Vendas** da sua equipe em 5 passos, com o modelo **PAV** e a ferramenta **5W2H**

P	A	V
METAS O QUÊ	ATIVIDADES COMO	PRAZO QUANDO

PA

PAULO ARAÚJO

Mentor em gestão comercial B2B · Fundador da Clientar CRM

CARTA DE ABERTURA

Meta sem plano de ação é só desejo



Olá! Eu sou o Paulo Araújo. Trabalho com vendas B2B há mais de 30 anos, escrevi 8 livros e já ajudei mais de 500 empresas a organizar a área comercial. E existe uma cena que eu vejo se repetir em quase todas elas.

Começa o mês, o dono reúne a equipe, apresenta a meta com entusiasmo e todo mundo sai motivado da reunião. Duas semanas depois, cada vendedor está fazendo exatamente o que sempre fez. A meta virou um número bonito na parede.

Não é falta de vontade. Quase nunca é. O que falta é a ponte entre o número e a rotina: **quem faz o quê, como, até quando** e como a gente vai saber se está funcionando.

Essa ponte tem nome: **Plano de Ação em Vendas**. Neste e-book eu mostro como montar o seu em 5 passos, usando o mesmo modelo que aplico nas mentorias, o **PAV**, e a ferramenta **5W2H** para detalhar cada ação.

A boa notícia é que dá para começar ainda esta semana, com uma planilha e uma reunião de 30 minutos. Vamos juntos?

Paulo Araújo

SUMÁRIO

O que você vai encontrar

01 **A meta na parede** — O problema real 04

02 **O que é um plano de ação** — E onde entra o PAV 05

03 **Passo 1** — Organize a operação 06

04 **Passo 2** — Defina objetivos claros 07

05 **Passo 3** — Escolha as estratégias 08

06 **O quadro PAV** — O quê, como e quando 09

07 **Passo 4** — Detalhe com 5W2H 10

08 **Na prática** — A planilha do Plano de Ação 11

09 **Passo 5** — Acompanhe toda semana 12

10 **Modelo para preencher** — Sua planilha pronta para usar 13

11 **Checklist final** — Antes de apresentar à equipe 15

01 · O PROBLEMA REAL

Fim do mês chega e a meta vai pra parede

Todo mundo na equipe sabe o número. Mas pergunte a um vendedor o que ele vai fazer na segunda-feira de manhã para chegar nele e a resposta costuma ser: "vou atender bem os meus clientes e ver o que aparece".

O resultado é previsível. A equipe atende quem liga, o vendedor visita quem ele gosta de visitar, e o cliente que parou de comprar há três meses continua parado, porque ninguém tinha a tarefa de ligar para ele. Quando o fim do mês chega, a meta vira só um número na parede.

Por que as soluções comuns não resolvem

- **Cobrar mais forte.** Pressão sem direção gera ansiedade, não venda.
- **Contratar mais vendedores.** Mais gente fazendo a mesma coisa sem plano multiplica o custo, não o resultado.
- **Dar desconto no fim do mês.** Salva o número de hoje e ensina o cliente a esperar o próximo desconto.
- **Fazer um plano bonito e guardar na gaveta.** Plano sem acompanhamento é só papel.

> A meta diz **aonde** você quer chegar. O plano de ação diz **como** a equipe vai chegar lá, um passo de cada vez.

02 · O MECANISMO

O que é um Plano de Ação em Vendas

É o documento que transforma a meta em **tarefas**. Cada tarefa tem três coisas: **um dono, um prazo e uma forma de medir**. Se faltar uma delas, não é tarefa, é intenção.

Plano de vendas

Define **metas e estratégias**. Responde "aonde vamos e por qual caminho".

Plano de ação

Detalha **as tarefas** para executar as estratégias. Responde "quem faz o quê, como e quando".

O modelo PAV

Nas mentorias do Método Clientar eu uso um modelo simples, que cabe numa folha, chamado **PAV**:

P

Metas

O QUÊ

O resultado que você quer, com número.

A

Atividades

COMO

As ações que levam até ele.

V

Prazo

QUANDO

A data ou a frequência de cada ação.

Nas próximas páginas você vai montar o seu em 5 passos.

1 Organize a operação

Antes de definir para onde ir, descubra onde você está. Todo bom plano começa com a casa em ordem. Confira se a sua operação tem estas três bases:

Carteira de clientes bem definida
Cada cliente tem um vendedor responsável. Você sabe quem são os clientes A, B e C, quem está ativo, quem está esfriando e quem parou de comprar.

Meta de vendas e taxa de conversão na cabeça
Cada vendedor sabe a sua meta e quantos orçamentos precisa fazer para chegar nela. De cada 10 orçamentos, quantos viram pedido?

Equipe comercial com rotina criada
Cada vendedor sabe o que fazer em cada dia da semana: ligar, visitar, fazer follow-up de orçamento, atender a carteira.

Comece pelo que os números e fatos mostram. Muitas vezes a maior oportunidade não está em cliente novo, está na carteira que você já tem.

2 Defina objetivos claros

Uma meta de faturamento **anual e mensal** que dá para **medir e atingir**. Nada de achismos ou números sem fundamento! A meta nasce do histórico de vendas, da carteira e do potencial de cada vendedor.

Quebrar a meta mês a mês é o que permite enxergar o gap cedo, enquanto ainda dá tempo de corrigir a rota.

Meta anual **Faturamento anual: R$ _____** Prazo: ___ / ___

	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Total
Meta													
Realizado													
Diferença %													
Gap em R$													
Acumulado													

- ✓ **Meta** e **Realizado:** o que você planejou e o que de fato vendeu.
- ✓ **Diferença %** e **Gap em R$:** quanto faltou (ou sobrou) no mês.
- ✓ **Acumulado** e **Total:** mostram se o ano está no rumo, mesmo com um mês fraco.

3 Escolha as estratégias de acordo com o momento de cada vendedor

Cada vendedor vive um momento diferente. Quem tem carteira pequena precisa prospectar. Quem tem muitos clientes parados precisa recuperar. Quem tem uma carteira madura precisa crescer dentro dela. O PAV trabalha com três grandes frentes:

01 **Prospectar novos clientes**
Empresas do seu perfil ideal que ainda não compram de você. Exige lista, rotina de contato e paciência.

02 **Recuperar clientes inativos**
Quem já comprou e parou. Costuma ser a venda mais rápida: o cliente já conhece sua empresa e seus produtos.

03 **Aumentar as vendas nos clientes ativos**
Mix de produtos, mais itens por pedido e mais recorrência. Crescer dentro da carteira que já confia em você.

06 · O QUADRO PAV

O quê, como e quando, numa folha só

Agora junte tudo no quadro. Na coluna P vai a meta de cada estratégia. Na A, a lista de clientes e as ações para cada um. Na V, o prazo ou a frequência.

P · Metas o quê	**A · Atividades** como	**V · Prazo** quando
Prospectar XX clientes	Lista de clientes e ações	**Até 30/11**
Recuperar XX inativos	Lista de clientes e ações	**Até 30/11**
Aumentar vendas em XX ativos	Lista de clientes e ações (mix de produtos e *share of wallet*)	**Todo mês**

Share of wallet é a fatia das compras do cliente que fica com você. Se ele compra R$ 100 mil por ano desse tipo de produto e R$ 30 mil é com a sua empresa, o seu share of wallet é de 30%. Ainda tem R$ 70 mil para conquistar.

> Troque os "XX" pelos números que saíram do seu diagnóstico. Cada vendedor tem o seu próprio PAV, olhando para a própria carteira.

4 Detalhe cada ação com 5W2H

O **5W2H** é uma ferramenta de gestão que ajuda no **planejamento** e na **execução** de ações de forma clara, objetiva e eficiente. Ele responde 7 perguntas fundamentais. Veja cada uma com o exemplo de reativar clientes A e B:

PERGUNTA	O QUE RESPONDE	EXEMPLO
What O QUÊ?	Qual é a ação ou problema que será tratado?	**Reativar clientes inativos A e B**
Why POR QUÊ?	Qual é o objetivo dessa ação?	**Recuperar o faturamento perdido**
Where ONDE?	Onde a ação será realizada?	**Telefone, WhatsApp e visita**
When QUANDO?	Quando a ação será iniciada e finalizada?	**Até 30 de novembro**
Who QUEM?	Quem será o responsável ou envolvido?	**Cada vendedor, na sua carteira**
How COMO?	Como a ação será executada?	**Roteiro + oferta de retorno**
How much QUANTO CUSTA?	Quanto custará para realizar essa ação?	**Custo da oferta + horas da equipe**

Ao responder essas perguntas, sua equipe ganha clareza, alinhamento e muito mais eficiência.

A planilha do Plano de Ação de Vendas

Na planilha completa, cada ação ganha também **quanto custa**, um **responsável** e um **status**. Veja o exemplo de um vendedor, o Pedro:

P · Metas o que	**D · Atividades** como · quanto custa	**C · Responsável** quem	**Quando**	**A · Ação final**
Prospectar segmento XX	Entrar em contato com os 50 clientes da lista XYZ; pré-qualificar os prospects; levantar concorrentes; ofertar a linha A	**Pedro**	**30/12/2026**	
Recuperar 10 clientes. São eles: ABC Ltda, XWZ AS	Levantar a curva ABC de inativos; realizar visitas pessoais nos da curva A; levantar gargalos e novas necessidades	**Pedro**	**30/12/2026**	
Aumentar a média de vendas dos clientes curva A. São eles: Casa 2 Irmãos, Petrogás	Realizar visitas pessoais nos clientes A; ofertar plano de compra programada; oferecer treinamento na linha Y	**Pedro**	**30/12/2026**	
Outras ações		**Pedro**	**30/12/2026**	

Legenda da ação final: Em andamento · Finalizada · Atrasada

Repare: a meta tem nome de cliente. "Recuperar 10 clientes" vira uma lista com quem são eles. É isso que tira a meta da parede.

5 Acompanhe toda semana

Aqui é onde a maioria dos planos morre. O plano é feito no começo do ano e só reaparece no fim, para explicar por que a meta não veio. Plano sem acompanhamento é só papel.

A regra é simples: **na reunião comercial, o plano sai da gaveta**. Uma sugestão de pauta de 30 minutos:

1. **Números da semana.** Realizado x meta e o gap acumulado do mês.
2. **Ações do plano.** O status de cada uma: em andamento, finalizada ou atrasada.
3. **Ajustes.** O que mudar na próxima semana: atividade, prazo ou responsável.
4. **Compromissos.** Cada vendedor sai com as suas 3 prioridades da semana.

> Se a ação não está funcionando, troque a ação, não a meta. E quando precisar, traga ajuda de quem já fez isso antes.

Plano de Ação de Vendas

Empresa: _____ **Vendedor:** _____

Meta anual **Faturamento anual: R$ _____** Prazo: ___ / ___

Metas mensais

	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Total
Meta													
Realizado													
Diferença %													
Gap em R$													
Acumulado													

Imprima esta página e a próxima, ou copie para uma planilha. Preencha junto com cada vendedor.

P · Metas o que	**D · Atividades** como · quanto custa	**C · Responsável** quem	**Quando**	**A · Ação final**
Prospectar ___ clientes				
Recuperar ___ clientes inativos. São eles:				
Aumentar as vendas em ___ clientes ativos. São eles:				
Outras ações				

Ação final: Em andamento Finalizada Atrasada

11 · CHECKLIST FINAL

Antes de apresentar o plano à equipe

- [ ] A carteira de clientes está definida, com um vendedor responsável por cada cliente.
- [ ] Cada vendedor sabe a sua meta e a sua taxa de conversão.
- [ ] A meta anual e mensal tem fundamento, e não é achismo.
- [ ] Escolhi as estratégias de acordo com o momento de cada vendedor.
- [ ] Cada meta do PAV tem a lista de clientes e as ações.
- [ ] As ações mais importantes estão detalhadas com 5W2H.
- [ ] Toda ação tem responsável, prazo e status.
- [ ] A revisão semanal está na agenda, com dia e horário fixos.

Marcou tudo? Então sua meta deixou de ser um desejo e virou um plano.



E AGORA?

Imagine a segunda-feira de manhã com o plano rodando

Cada vendedor abre a semana sabendo exatamente quem ligar, quem visitar e o que oferecer. Você acompanha o gap toda semana, e não só no fim do mês. O cliente que estava esfriando recebe uma ligação antes de virar inativo.

É isso que a **Mentoria Método Clientar** faz junto com você: estrutura o processo comercial, monta o plano de ação de cada vendedor e acompanha a execução até o resultado aparecer. E o **Clientar CRM** mostra, todos os dias, quem está esfriando, quem parou de comprar e o que cada vendedor deve fazer hoje.

Quer montar o seu plano com a ajuda de quem já fez isso em mais de 500 empresas?

Conheça a Mentoria Método Clientar →

metodoclientar.replit.app

> *Uma meta sem plano de ação é só desejo. E um plano sem acompanhamento é só papel.*

PAULO ARAÚJO

NESTE E-BOOK VOCÊ APRENDEU

- Os 5 passos para tirar a meta da parede
- O modelo PAV: metas, atividades e prazos
- Como detalhar cada ação com 5W2H
- A pauta da reunião semanal de acompanhamento



Paulo Araújo

Mentor em gestão comercial B2B, fundador da Clientar CRM e criador do Método Clientar. Mais de 30 anos em vendas B2B, autor de 8 livros e mais de 500 empresas B2B assessoradas no Brasil.

---

pauloaraujo.com.br
clientarcrm.com.br
@pauloaraujopalestrante

MENTORIA
MÉTODO CLIENTAR