

# Guia do Dashboard BI de Metas

MSI Distribuidora - Documento Interno

---

## Introducao

O Dashboard BI e a ferramenta visual que mostra, em tempo real, como esta o desempenho das vendas em relacao as metas definidas. Ele transforma numeros em graficos e indicadores faceis de interpretar, permitindo que voce tome decisoes rapidas e baseadas em dados concretos. Este guia ensina a acessar, interpretar e agir com base no que o dashboard mostra.

---

## 1. Como acessar o Dashboard

Passo a passo:

- Abra o navegador do celular ou computador.
- Acesse o endereco fornecido pelo gestor (sera informado pela equipe de TI).
- Faça login com seu usuario e senha (os mesmos do Sollus, caso integrado, ou credenciais especificas).
- Na tela inicial, voce vera o painel geral com os indicadores principais.
- Use o filtro no topo da tela para selecionar: periodo (mes atual, mes anterior, trimestre), vendedor (seu nome) e regioao.

Dica: salve o endereco do dashboard nos favoritos do navegador para acesso rapido. Se possivel, adicione um atalho na tela inicial do celular.

---

## 2. Indicadores principais e como interpretar

O dashboard apresenta os seguintes indicadores. Entender cada um e fundamental para saber onde voce esta indo bem e onde precisa ajustar.

Meta vs Realizado:

- O que mostra: quanto voce vendeu em relacao a meta definida para o periodo.
- Como ler: barra de progresso ou grafico de barras. Verde significa acima de 90% da meta, amarelo entre 70% e 90%, vermelho abaixo de 70%.
- O que fazer:
  - Verde: manter o ritmo e buscar superar a meta.
  - Amarelo: intensificar visitas, focar em clientes de maior potencial, oferecer mix complementar.
  - Vermelho: reunir com o gestor para revisar a estrategia, priorizar clientes A, verificar se ha problemas de estoque ou preco travando as vendas.

Ticket medio:

- O que mostra: valor medio de cada pedido (faturamento total dividido pelo numero de pedidos).
- Como ler: numero em reais, comparado com o ticket medio do mes anterior e a media da equipe.
- Ticket medio subindo: voce esta vendendo mais por pedido (bom sinal, pode indicar sucesso em cross-selling).
- Ticket medio caindo: os pedidos estao menores. Pode indicar que os clientes estao comprando menos itens ou que voce esta perdendo venda de itens de maior valor.

- O que fazer se estiver caindo: revise o mix oferecido, sugira produtos complementares em cada visita, verifique se houve mudança de preço que afastou o cliente.

Mix de produtos:

- O que mostra: proporção de vendas por linha de produto (Baby Club, Turma do Soninho, Institucional, etc.).
- Como ler: gráfico de pizza ou barras empilhadas mostrando o percentual de cada linha.
- Por que importa: um mix equilibrado reduz a dependência de uma única linha e aumenta a penetração nos clientes.
- O que fazer: se uma linha está com participação muito baixa, priorize a apresentação dela nas próximas visitas. Leve amostras, destaque os diferenciais e as margens para o lojista.

Positivacao:

- O que mostra: percentual de clientes da sua carteira que realizaram pelo menos uma compra no período.
- Como ler: percentual, geralmente comparado com a meta de positivacao.
- Exemplo: se você tem 100 clientes na carteira e 65 compraram no mês, sua positivacao é 65%.
- Meta típica: acima de 70% para carteiras consolidadas, acima de 50% para carteiras em formacao.
- O que fazer se estiver baixa: identifique os clientes que não compraram, entre em contato por WhatsApp ou telefone, agende visita. Clientes que param de comprar podem estar migrando para concorrente.

---

### 3. Indicadores complementares

Alem dos quatro indicadores principais, o dashboard pode trazer:

Ranking de vendedores:

- Mostra sua posicao em relacao a equipe.
- Use como motivacao, não como pressao. Se está abaixo do esperado, analise o que os colegas melhor posicionados estão fazendo de diferente.

Evolucao mensal:

- Gráfico de linha mostrando o faturamento mês a mês.
- Permite identificar sazonalidade (meses mais fortes e mais fracos) e tendencias (crescimento ou queda).

Inadimplencia da carteira:

- Percentual de titulos vencidos dos seus clientes.
- Inadimplencia alta trava novos pedidos e afeta sua comissao.
- Acao: trabalhe junto com o financeiro para cobrar clientes em atraso antes de tentar vender novamente.

Produtos mais vendidos:

- Lista dos itens com maior volume de venda no período.
- Use para reforçar a oferta dos campeoes e para identificar oportunidades de venda de itens complementares.

Clientes novos vs perdidos:

- Quantos clientes novos entraram na carteira vs quantos pararam de comprar.

- O saldo deve ser positivo. Se está perdendo mais do que ganhando, há um problema de retenção.

Meta de clientes novos:

- O que mostra: quantos clientes novos você abriu no período vs a meta de prospecção.
  - Meta típica: 3 a 5 clientes novos por mês (varia conforme a carteira e a região).
  - Por que importa: carteira que não cresce envelhece. Clientes saem naturalmente (fecham, mudam de ramo, vão para concorrente). Se você não abre clientes novos, sua carteira encolhe todo mês.
  - O que fazer: reserve pelo menos 1 dia por semana para prospecção pura (clientes que nunca compraram). Use o Google Maps para identificar PDVs potenciais na sua rota.
- 

## 4. Como filtrar e personalizar a visualização

Filtros disponíveis (podem variar conforme a configuração):

- Período: dia, semana, mês, trimestre, ano, ou período personalizado.
- Vendedor: seu nome (filtro padrão) ou "todos" para comparação com a equipe.
- Região: por cidade, estado ou zona de atendimento.
- Linha de produto: Baby Club, Turma do Soninho, etc.
- Cliente: busca específica para ver o histórico de um cliente.

Dica: no início de cada semana, filtre o mês atual e veja seu acumulado. Compare com o mesmo período do mês anterior para saber se está no ritmo.

---

## 5. Ações baseadas nos dados

O dashboard só tem valor se você transformar os números em ações concretas. Veja as situações mais comuns:

Situação 1 - Meta abaixo de 70% na metade do mês:

- Ação: priorize visitas a clientes A que ainda não compraram no mês.
- Oferte condições especiais vigentes.
- Aumente o número de visitas diárias.

Situação 2 - Positivação abaixo de 50%:

- Ação: liste os clientes inativos do mês.
- Faça contato por WhatsApp ou telefone.
- Agende visitas de recuperação.

Situação 3 - Ticket médio caindo por três meses consecutivos:

- Ação: revise seu pitch de vendas.
- Apresente itens de maior valor agregado.
- Trabalhe cross-selling (oferecer produtos complementares ao que o cliente já compra).

Situação 4 - Mix concentrado em uma única linha:

- Ação: leve amostras das outras linhas.
- Prepare argumentos de margem para o lojista.
- Identifique quais clientes têm potencial para as linhas menos vendidas.

Situação 5 - Inadimplência acima de 15%:

- Ação: entre em contato com os clientes inadimplentes.

- Alinhe com o financeiro antes de visitar para cobrar.
  - Evite novos pedidos para clientes com titulos vencidos.
- 

## **6. Frequencia de consulta recomendada**

- Diaria: verifique o acumulado do mes e se os pedidos do dia anterior foram faturados.
  - Semanal: analise a evolucao da meta, positivacao e ticket medio. Ajuste o plano da semana seguinte.
  - Mensal: faca uma analise completa de todos os indicadores. Prepare-se para a reuniao de resultados com dados concretos.
- 

## **Como usar este material**

Acesse o dashboard agora e identifique seus quatro indicadores principais: meta vs realizado, ticket medio, mix de produtos e positivacao. Anote os numeros atuais e defina uma meta pessoal de melhoria para cada um. Consulte o dashboard diariamente e, toda segunda-feira, faca uma analise semanal usando as orientacoes da secao 5 para definir acoes concretas. Traga os dados do dashboard para as reunioes de equipe - isso demonstra profissionalismo e dominio da sua carteira.