



GESTÃO DE VENDAS E A TECNOLOGIA

Beatriz de Moraes D'Arce ROPELLI ¹
Fernanda de Lima BAGLI ²

Com o avanço da tecnologia, os sistemas informativos e de gestão tornaram-se fundamentais e grandes aliados para as empresas, possibilitando a análise estratégica e gerencial no que tange o acompanhamento das operações diárias em e geração de informações relevantes no processo decisório. Na gestão de vendas, os relatórios são fontes de informação, e se dividem em planos de atividades e relatórios de atividades, auxiliando o gestor na tomada de decisão, além de possibilitar a análise particular da empresa e uma análise global, comparando o valor alcançado pela empresa e o que ela representa frente ao mercado, proporcionando agilidade na resolução de problemas que surjam na venda e entrega dos produtos. A fim de apresentar o impacto da tecnologia na gestão de vendas, observou-se o processo de vendas na empresa Sorvete Mágico (nome fictício). Nota-se que com a implementação de relatórios de vendas, que são fontes de informação e se dividem em planos de atividades e relatórios de atividades, a empresa conseguiu de forma assertiva, estabelecer ações que favorecessem o processo de vendas. Para isso, foram realizadas comparações dos resultados obtidos com os resultados esperados no planejamento de vendas para um mesmo período. Essa análise possibilitou que a empresa identificasse os grupos importantes e estratégicos, direcionando suas campanhas de marketing. À partir dos resultados alcançados por meio da análise, foram implementadas estratégias de construção de relacionamento com os clientes, melhorarias no processo de jornada de compra, como: percepção (experiência do cliente com a empresa - abordagem, processo de compra atrativo, atencioso; compra em si, processo de entrega e ainda constante reciclagem dos vendedores. Conclui-se que o uso da tecnologia na empresa estudada foi eficiente no gerenciamento e no processo de venda. A permanência de um empreendimento no mercado correlaciona-se com a adequada gestão de venda, visto que a venda é a forma de gerar renda para empresa, envolvendo ações de gerenciamento voltadas ao crescimento comercial de um negócio. Assim, o emprego da tecnologia corrobora com o referido crescimento devido ao fornecimento de informações assertivas para tomada de decisão no gerenciamento de vendas.

Palavras-chave: Gestão de Vendas. Tecnologia. Tomada de decisão.

¹ Discente do 2º ano do curso de Gestão Comercial do Centro Universitário Antônio Eufrásio de Toledo de Presidente Prudente. beatrizropelli@toledoprudente.edu.br

² Docente dos cursos de Negócios do Centro Universitário Antônio Eufrásio de Toledo de Presidente Prudente. Mestre em Administração pelo Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. fernandabagli@toledoprudente.edu.br. Orientador do trabalho.