PLAYBOOK GRATUITO · MAGNUS GUERIOS · PERFORMANCE COMERCIAL

Planejamento Comercial 2027

O passo a passo para o dono de empresa começar o ano sabendo de onde vem cada real da meta, quem vai buscar e como acompanhar toda semana.

Magnus Guerios
PERFORMANCE COMERCIAL

© 2026 Magnus Guerios · Magnus Performance Comercial. Todos os direitos reservados. Material gratuito para uso na sua empresa. Proibida a reprodução, distribuição ou comercialização sem autorização prévia e por escrito do autor (Lei nº 9.610/1998).



QUEM ESCREVE

Já estive do outro lado da mesa.

Fui vendedor, gestor, diretor e dono. Sei o que é ter meta para bater e folha para pagar.

30+ anos	de vendedor a CEO, com 80+ empresas atendidas pela consultoria
R$ 2 bi	em vendas por ano na Nestlé-Garoto, com mais de 1.000 pessoas na operação. Antes, Ambev.
100+ unidades	redes de franquia próprias e master franqueador
Método	criador do Método M90 e do AVANCE+, aplicados em indústrias, distribuidoras, serviços e varejo

Por que escrevi este playbook

Todo fim de ano eu vejo a mesma cena: o dono define um número para o ano seguinte, divide por 12 e entrega para o time. Em março a meta já virou desculpa. Não é falta de vontade de ninguém: é que um número sozinho não diz **de onde vem a venda, quem vai buscar e como saber, na terceira semana do mês, se vai dar**.

Este material é o roteiro que uso com meus clientes para montar o plano comercial do ano. Faça com calma, de preferência com seu sócio ou seu gestor comercial.

© 2026 Magnus Guerios · Magnus Performance Comercial. Todos os direitos reservados. Material gratuito para uso na sua empresa. Proibida a reprodução, distribuição ou comercialização sem autorização prévia e por escrito do autor (Lei nº 9.610/1998).

COMO USAR

7 capítulos, 1 planilha e umas 2 horas de trabalho.

Cada capítulo termina com um exercício. Use a **Planilha de Metas 2027** que acompanha este playbook para fazer as contas.

01 O retrato de 2026 5

02 Meta com origem: de onde vem cada real 7

03 Meta 1 e Meta 2, por mês, linha e vendedor 9

04 A carteira: o dinheiro mais perto de você 12

05 Prospecção com cadência 15

06 Rotina semanal, indicadores e placar 17

07 Os primeiros 90 dias de 2027 22

Checklist final e próximos passos 24

Regra de ouro

Um plano comercial bom cabe numa folha e é revisto toda semana. Se ele só aparece em janeiro e em dezembro, não é um plano: é um desejo.

© 2026 Magnus Guerios · Magnus Performance Comercial. Todos os direitos reservados. Material gratuito para uso na sua empresa. Proibida a reprodução, distribuição ou comercialização sem autorização prévia e por escrito do autor (Lei nº 9.610/1998).

ANTES DE COMEÇAR

Por que a maioria dos planos comerciais não passa de março

Quase nunca é o mercado. Quase sempre é um destes quatro pontos.

1. Meta sem origem

"Crescer 20%" não diz se a venda vem de cliente novo, de quem já compra ou de produto novo. Sem origem, ninguém sabe o que fazer na segunda-feira.

2. Meta sem dono

A meta é da empresa, mas a venda é feita por pessoas. Se cada vendedor não tem o seu número, ninguém se sente dono do resultado.

3. Meta sem ritmo

Quem só olha o faturamento no fim do mês descobre o problema quando já não dá para fazer nada. O resultado precisa ser acompanhado toda semana.

4. Meta sem atividade

Ninguém controla o faturamento diretamente. Controla ligações, visitas, propostas e follow-ups. Se o plano não diz quantas, ele não muda o comportamento.

> **Plano comercial = meta com origem + dono para cada parte + atividade medida + ritmo semanal.**

Os próximos capítulos montam cada uma dessas peças, na ordem.

© 2026 Magnus Guerios · Magnus Performance Comercial. Todos os direitos reservados. Material gratuito para uso na sua empresa. Proibida a reprodução, distribuição ou comercialização sem autorização prévia e por escrito do autor (Lei nº 9.610/1998).

CAPÍTULO 01

O retrato de 2026

Não existe plano bom em cima de número chutado. Antes de pensar em 2027, levante como 2026 realmente aconteceu.

Os números que você precisa ter na mão

- **Faturamento mês a mês** dos últimos 24 meses. É ele que mostra a sazonalidade.
- **Venda por linha de produto ou serviço**, e a margem de cada linha.
- **Venda por vendedor**, mês a mês.
- **Clientes ativos** (compraram nos últimos 12 meses) e **inativos** (compraram antes e pararam).
- **Ticket médio** e **número de pedidos** por mês.
- **Conversão**: de cada 10 propostas ou orçamentos, quantos fecham.
- **De onde vieram os clientes novos**: indicação, prospecção, internet, representante.

O que procurar nesses números

- Os meses fortes e fracos se repetem? Então a meta mensal não pode ser a anual dividida por 12.
- Qual linha cresce e qual encolhe? Qual dá mais margem?
- Quanto do faturamento depende de um único vendedor ou de poucos clientes?
- Quantos clientes compraram em 2025 e não voltaram em 2026?

© 2026 Magnus Guerios · Magnus Performance Comercial. Todos os direitos reservados. Material gratuito para uso na sua empresa. Proibida a reprodução, distribuição ou comercialização sem autorização prévia e por escrito do autor (Lei nº 9.610/1998).

EXERCÍCIO 1 · RETRATO DE 2026

Preencha com os números reais. Onde não houver dado, anote "não temos": isso já é um achado.

Indicador	2025	2026
Faturamento do ano		
Melhor mês (qual e quanto)		
Pior mês (qual e quanto)		
Clientes ativos no ano		
Clientes que pararam de comprar		
Clientes novos		
Ticket médio		
Conversão de propostas (%)		
% da venda nos 3 maiores clientes		
% da venda no melhor vendedor		

Três perguntas para responder com o seu sócio

1. O que mais nos ajudou a vender em 2026?

2. Onde perdemos venda que era nossa?

3. Se nada mudar, quanto faturamos em 2027?

Dica: a resposta da pergunta 3 é o seu ponto de partida honesto. Tudo o que você quiser acima dele precisa ter origem, e é isso que vamos montar no próximo capítulo.

© 2026 Magnus Guerios · Magnus Performance Comercial. Todos os direitos reservados. Material gratuito para uso na sua empresa. Proibida a reprodução, distribuição ou comercialização sem autorização prévia e por escrito do autor (Lei nº 9.610/1998).

CAPÍTULO 02

Meta com origem: de onde vem cada real

A meta de 2027 não é um número. É uma soma de partes, e cada parte tem uma origem e um dono.

Meta 2027 = base que se repete + recuperação de inativos + aumento nos clientes atuais + clientes novos

Base que se repete

O que os clientes atuais compram se você não fizer nada diferente. Desconte quem deve parar de comprar.

Recuperação de inativos

Clientes que já compraram e pararam. É a venda mais barata que existe: eles já conhecem você.

Aumento nos clientes atuais

Mais frequência, mais itens por pedido, outra linha de produto, preço ajustado.

Clientes novos

Prospecção e indicação. Costuma ser a parte mais lenta e mais cara: o ciclo de venda é maior.

Exemplo ilustrativo

Uma empresa fatura R$ 4,8 milhões por ano e quer R$ 6 milhões em 2027. O gap é de R$ 1,2 milhão. Em vez de "crescer 25%", o plano fica assim:

Origem	Como	Valor no ano
Recuperação de inativos	200 clientes parados, 30% voltam, R$ 6 mil cada	R$ 360 mil
Aumento nos atuais	+10% de ticket nos 150 maiores clientes	R$ 300 mil
Clientes novos	3 por mês, R$ 15 mil no ano cada	R$ 540 mil
Total do gap		**R$ 1,2 milhão**

Números de exemplo, para mostrar a conta. Use os seus.

© 2026 Magnus Guerios · Magnus Performance Comercial. Todos os direitos reservados. Material gratuito para uso na sua empresa. Proibida a reprodução, distribuição ou comercialização sem autorização prévia e por escrito do autor (Lei nº 9.610/1998).

EXERCÍCIO 2 · A ORIGEM DA SUA META

Origem	Premissa (como vamos buscar)	Valor no ano	Dono
Base que se repete			
Recuperação de inativos			
Aumento nos atuais			
Clientes novos			
Meta 2027			

Teste de realidade

- A maior parte do gap está em clientes novos? Cuidado: é a parte mais lenta. Reforce carteira e inativos.
- Cada premissa tem um número que dá para conferir (quantos clientes, quanto cada)?
- Cada linha tem um nome de pessoa como dono?
- A operação aguenta? Se entrar 30% mais pedido, o que aperta: estoque, produção, entrega, atendimento?

Antes de seguir: qual é a nota do seu comercial?

10 perguntas, 3 minutos. Você recebe a nota de 0 a 100 no Índice de Performance Comercial e os 3 gargalos que mais travam suas vendas.

Fazer o diagnóstico →

© 2026 Magnus Guerios · Magnus Performance Comercial. Todos os direitos reservados. Material gratuito para uso na sua empresa. Proibida a reprodução, distribuição ou comercialização sem autorização prévia e por escrito do autor (Lei nº 9.610/1998).

CAPÍTULO 03

Meta 1 e Meta 2: piso e desafio

Uma meta só cria dois problemas: se é fácil, ninguém se esforça; se é difícil, todo mundo desiste em março. Trabalhe com duas.

Meta 1 · o piso

A média do mesmo mês nos últimos anos, ajustada pelo que você sabe que vai mudar. É o que mantém a empresa de pé. Não bater a Meta 1 acende o alerta na mesma semana.

Meta 2 · o desafio

A Meta 1 mais a parte do gap do capítulo 2 que cabe naquele mês. É a que paga o prêmio maior e a que você comemora com o time.

Três regras para distribuir a meta

1. **Pela sazonalidade, nunca dividida por 12.** Se março historicamente vende 12% do ano, a meta de março é 12% da meta anual.
2. **Por linha de produto.** Cada linha tem o seu peso, que pode mudar mês a mês. A linha de maior margem deve puxar mais do desafio.
3. **Por vendedor.** Cada um tem Meta 1 e Meta 2 nas suas linhas, de acordo com a carteira e o potencial. Sem isso, a meta é da empresa e ninguém é dono.

Amarre na remuneração

Bateu a Meta 1: comissão normal. Bateu a Meta 2: comissão acelerada. Abaixo da Meta 1: defina antes, por escrito, o que acontece. Meta que não mexe no bolso vira enfeite na parede.

© 2026 Magnus Guerios · Magnus Performance Comercial. Todos os direitos reservados. Material gratuito para uso na sua empresa. Proibida a reprodução, distribuição ou comercialização sem autorização prévia e por escrito do autor (Lei nº 9.610/1998).

EXERCÍCIO 3 · METAS DO 1o TRIMESTRE

Faça na planilha que acompanha este playbook. Aqui, anote o resultado do primeiro trimestre.

Mês	Meta 1 (piso)	Meta 2 (desafio)	% do ano
Janeiro			
Fevereiro			
Março			

Vendedor	Carteira (no clientes)	Meta 1 jan	Meta 2 jan

Como a planilha ajuda

- Você cola o faturamento mês a mês e o peso de cada linha.
- Ela calcula a Meta 1 e a Meta 2 por mês, por linha e por vendedor.
- A aba Placar do mês mostra, a cada semana, quanto falta e o ritmo diário para chegar.

© 2026 Magnus Guerios · Magnus Performance Comercial. Todos os direitos reservados. Material gratuito para uso na sua empresa. Proibida a reprodução, distribuição ou comercialização sem autorização prévia e por escrito do autor (Lei nº 9.610/1998).

UMA PAUSA

Se você chegou até aqui, já está à frente da maioria.

Meta com origem e meta por vendedor são o que separa o plano que vira resultado do plano que vira slide. Daqui para a frente, o playbook fala de execução: carteira, prospecção e rotina.

Se em algum ponto você travar, ou quiser que eu olhe os seus números junto com você, é só chamar.

Falar com o Magnus no WhatsApp

(41) 98776-8171 · a mensagem já vai pronta

Chamar no WhatsApp →

© 2026 Magnus Guerios · Magnus Performance Comercial. Todos os direitos reservados. Material gratuito para uso na sua empresa. Proibida a reprodução, distribuição ou comercialização sem autorização prévia e por escrito do autor (Lei nº 9.610/1998).

CAPÍTULO 04

A carteira: o dinheiro mais perto de você

Conquistar um cliente novo custa muito mais do que vender de novo para quem já comprou. Mesmo assim, a maioria das empresas deixa a carteira esfriar.

Separe a carteira em três faixas

Use três critérios simples para cada cliente: **há quanto tempo comprou** pela última vez, **com que frequência** compra e **quanto** compra.

Faixa A

Os maiores e mais frequentes. Contato pessoal, por telefone ou visita, com lista diária para cada vendedor.

Faixa B

Médios, ou grandes que estão esfriando. Contato pessoal mais campanha com oferta.

Faixa C

Pequenos ou inativos há mais tempo. Campanha automática por e-mail e lista de transmissão, como apoio.

A campanha de reativação

1. Puxe do sistema a lista de quem comprou nos últimos 24 meses, com a data da última compra e o valor.
2. Marque quem está parado há mais tempo do que o ciclo normal de recompra.
3. Monte uma oferta com prazo (lançamento, condição de começo de ano, kit) e um roteiro curto de abordagem.
4. Distribua por vendedor, com meta de contatos por dia e registro de cada resposta.
5. Acompanhe toda semana: contatos feitos, clientes que responderam, pedidos fechados.

© 2026 Magnus Guerios · Magnus Performance Comercial. Todos os direitos reservados. Material gratuito para uso na sua empresa. Proibida a reprodução, distribuição ou comercialização sem autorização prévia e por escrito do autor (Lei nº 9.610/1998).

NA PRÁTICA

O que acontece quando a carteira volta a ser trabalhada

DISTRIBUIÇÃO · AUTOPEÇAS

265

clientes recuperados e o maior agosto da empresa em 49 anos. De R$ 160 mil para R$ 210 mil de venda por dia.

INDÚSTRIA · EMBALAGENS

+22%

de faturamento mensal em 6 meses, depois de três anos parado. De R$ 4,5 mi para R$ 5,5 mi por mês.

INDÚSTRIA · COMUNICAÇÃO VISUAL

+133%

de faturamento mensal, saindo da dependência de um vendedor-chave. De R$ 150 mil para R$ 350 mil por mês.

Clientes atendidos pela consultoria Magnus Guerios, 2025 a 2026. Nomes preservados.

O que esses casos têm em comum

- A venda não veio de um vendedor novo nem de um mercado novo. Veio de quem já era cliente.
- Cada vendedor passou a ter lista, meta de contatos e placar.
- O dono deixou de descobrir o resultado no fim do mês: passou a ver toda semana.

© 2026 Magnus Guerios · Magnus Performance Comercial. Todos os direitos reservados. Material gratuito para uso na sua empresa. Proibida a reprodução, distribuição ou comercialização sem autorização prévia e por escrito do autor (Lei nº 9.610/1998).

EXERCÍCIO 4 · SUA CARTEIRA

	No de clientes	Venda em 2026	Responsável
Faixa A			
Faixa B			
Faixa C			
Inativos (pararam de comprar)			

Sua campanha de reativação de janeiro

Oferta:

Prazo da oferta:

Meta de contatos por vendedor por dia:

Meta de pedidos da campanha (R$):

Quer ajuda para montar essa campanha?

É uma das primeiras coisas que fazemos com os clientes da consultoria: base separada em faixas, oferta, roteiro e placar, no ar em 3 a 4 semanas.

Conversar →

© 2026 Magnus Guerios · Magnus Performance Comercial. Todos os direitos reservados. Material gratuito para uso na sua empresa. Proibida a reprodução, distribuição ou comercialização sem autorização prévia e por escrito do autor (Lei nº 9.610/1998).

CAPÍTULO 05

Prospecção com cadência

Prospecção "quando sobra tempo" não acontece, porque nunca sobra tempo. Ela precisa de lista, de horário fixo e de meta de atividade.

1. A lista certa

Descreva o seu cliente ideal: segmento, porte, região, quem decide. Monte uma lista de empresas com esse perfil e o nome do decisor. Comece com 100 contas, não com 1.000.

2. A cadência

Dia	Ação
Dia 1	Ligação ou mensagem de apresentação, com um motivo concreto para conversar
Dia 3	E-mail curto com um caso parecido com o negócio dele
Dia 7	Nova tentativa de ligação
Dia 12	Mensagem com conteúdo útil (um material, um dado do setor)
Dia 20	Última tentativa: "faz sentido conversarmos ou encerro por aqui?"

3. A meta é de atividade, não de faturamento

O ciclo de venda para cliente novo é longo. Se você cobrar faturamento no primeiro mês, o time desiste. Cobre o que ele controla: **contatos feitos, conversas, reuniões marcadas, propostas enviadas**.

© 2026 Magnus Guerios · Magnus Performance Comercial. Todos os direitos reservados. Material gratuito para uso na sua empresa. Proibida a reprodução, distribuição ou comercialização sem autorização prévia e por escrito do autor (Lei nº 9.610/1998).

EXERCÍCIO 5 · A CONTA DE TRÁS PARA FRENTE

Comece pelo número de clientes novos que você quer no mês e volte até a atividade diária.

Etapa	Exemplo	Seu número
Clientes novos por mês	3	
Conversão de proposta em venda	30%	
Propostas por mês (novos ÷ conversão)	10	
Reuniões que viram proposta	50%	
Reuniões por mês	20	
Contatos que viram reunião	10%	
Contatos por mês	200	
Contatos por dia útil (÷ 20)	**10**	

Exemplo ilustrativo. Use as suas taxas: se não sabe, comece com estas e ajuste em 60 dias.

Quem prospecta, e em que horário fixo?

© 2026 Magnus Guerios · Magnus Performance Comercial. Todos os direitos reservados. Material gratuito para uso na sua empresa. Proibida a reprodução, distribuição ou comercialização sem autorização prévia e por escrito do autor (Lei nº 9.610/1998).

CAPÍTULO 06

Rotina semanal e placar

O plano vira resultado na reunião de segunda-feira. Ela é curta, tem pauta fixa e termina com compromissos de cada pessoa.

A reunião semanal (30 a 45 minutos)

1. **Placar da semana (10 min):** cada vendedor mostra realizado contra Meta 1 e Meta 2 e as atividades feitas.
2. **Compromissos da semana passada (10 min):** o que foi prometido e foi feito? O que não foi, por quê?
3. **Oportunidades da semana (10 min):** as 3 propostas que mais podem fechar e o que cada uma precisa.
4. **Novos compromissos (5 min):** cada um diz em voz alta o que vai entregar até a próxima segunda.

O checkpoint do dia 15

No meio do mês, compare o realizado com o ritmo necessário. Se o time está abaixo do ritmo da Meta 1, ainda dá tempo de reagir: campanha relâmpago, foco nas propostas abertas, mutirão de ligações na carteira A. No dia 28, já é tarde.

O que vai no placar

Atividade (semanal)

Contatos, visitas, reuniões, propostas enviadas, follow-ups feitos. É o que cada pessoa controla.

Resultado (mensal)

Faturamento por linha, contra Meta 1 e Meta 2, ticket médio, conversão, clientes reativados.

© 2026 Magnus Guerios · Magnus Performance Comercial. Todos os direitos reservados. Material gratuito para uso na sua empresa. Proibida a reprodução, distribuição ou comercialização sem autorização prévia e por escrito do autor (Lei nº 9.610/1998).

EXERCÍCIO 6 · MONTE O SEU PLACAR

Indicador	Meta semanal por vendedor	Onde é registrado
Contatos na carteira		
Contatos de prospecção		
Reuniões ou visitas		
Propostas enviadas		
Follow-ups feitos		
Faturamento (Meta 1 / Meta 2)		

A sua reunião semanal

Dia e horário fixos:

Quem conduz:

Onde fica o placar (planilha, CRM, painel na parede):

Teste rápido

Se você sumir por 30 dias, essa reunião continua acontecendo? Se a resposta for não, o comercial ainda depende de você. O objetivo do plano é que ela aconteça com ou sem você na sala.

© 2026 Magnus Guerios · Magnus Performance Comercial. Todos os direitos reservados. Material gratuito para uso na sua empresa. Proibida a reprodução, distribuição ou comercialização sem autorização prévia e por escrito do autor (Lei nº 9.610/1998).

Os indicadores que fazem um comercial forte

Meta sem indicador é torcida. Mas indicador demais também paralisa. Escolha de 5 a 7 e acompanhe sempre os mesmos, junto com o time.

Indicador	O que mostra	Frequência
Realizado × Meta 1 e Meta 2	Se o mês está no piso, no desafio ou abaixo dos dois	Diária
Ritmo: quanto falta por dia	O que cada um precisa vender por dia útil para chegar	Diária
Ticket médio	Se a venda está crescendo em valor ou só em volume	Semanal
Conversão de propostas	De cada 10 propostas, quantas fecham, por vendedor	Semanal
Clientes ativos e reativados	Se a carteira está crescendo ou esfriando	Mensal
Atividades	Contatos, reuniões, propostas e follow-ups de cada vendedor	Semanal
Venda por linha de produto	Se o mix está indo para onde está a margem	Mensal

O painel tem que estar à vista do time

Indicador que fica no computador do dono não muda o comportamento de ninguém. O placar precisa estar na TV da sala e no celular de cada vendedor, atualizado no mesmo dia. Quando o time vê o jogo, ele joga: cada um sabe quanto falta, quem está na frente e o que fazer hoje.

© 2026 Magnus Guerios · Magnus Performance Comercial. Todos os direitos reservados. Material gratuito para uso na sua empresa. Proibida a reprodução, distribuição ou comercialização sem autorização prévia e por escrito do autor (Lei nº 9.610/1998).

PLACAR DE VENDAS

Sua meta à vista.
Seu time em movimento.

Montamos o Placar de Vendas para levar tudo o que está neste capítulo para a rotina do time: meta, ritmo e ranking ao vivo, na TV da sala e no celular de cada vendedor.

Placar ao vivo

Meta geral e por vendedor, ritmo, meta por dia, ticket médio e ranking. Lançou no celular, aparece na TV na hora.

Avisos do dia

Quem está abaixo do ritmo e o que está atrasado, para o gestor e para cada vendedor, com resumo no e-mail às 7h30.

Reunião pronta

A pauta da reunião semanal com os números certos: o destaque, o desvio e o compromisso de cada um.

Plano de ação e relatório

O combinado vira ação com prazo, e o mês fecha em uma página para mandar ao sócio.



O PLACAR NO CELULAR DO VENDEDOR · EXEMPLO ILUSTRATIVO

Quanto falta, quanto precisa vender por dia, o ritmo do time e o ranking. Do primeiro acesso ao placar na TV em uma semana.

Teste de 14 dias, sem cartão, depois de uma conversa de 20 minutos.

Conhecer o Placar de Vendas

Veja o placar ao vivo e peça o seu teste de 14 dias.

Ver o placar →

© 2026 Magnus Guerios · Magnus Performance Comercial. Todos os direitos reservados. Material gratuito para uso na sua empresa. Proibida a reprodução, distribuição ou comercialização sem autorização prévia e por escrito do autor (Lei nº 9.610/1998).

ÍNDICE DE PERFORMANCE COMERCIAL

Quanto o seu comercial está pronto para 2027?

O Diagnóstico IPC mede 10 dimensões do seu comercial: metas, indicadores, ritmo de gestão, processo, CRM, prospecção, follow-up, carteira, pessoas e dependência do dono.

10
perguntas

3
minutos

0–100
a sua nota, com os 3 gargalos

Fazer o Diagnóstico IPC gratuito

diagnostico-comercial-magnus.netlify.app

Ver minha nota →

© 2026 Magnus Guerios · Magnus Performance Comercial. Todos os direitos reservados. Material gratuito para uso na sua empresa. Proibida a reprodução, distribuição ou comercialização sem autorização prévia e por escrito do autor (Lei nº 9.610/1998).

CAPÍTULO 07

Os primeiros 90 dias de 2027

O ano comercial é decidido no primeiro trimestre. Quem começa em janeiro com tudo pronto ganha três meses de vantagem.

Quando	O que fazer
Dezembro	Fechar o retrato de 2026, a meta com origem e as Metas 1 e 2 por vendedor. Revisar a comissão. Preparar a lista da campanha de reativação.
1a semana de janeiro	Reunião de abertura do ano com o time: a meta, de onde ela vem, o que cabe a cada um e como vamos acompanhar.
Semanas 2 a 4	Campanha de reativação no ar. Primeira reunião semanal com placar. Cadência de prospecção começando.
Fevereiro	Ajuste do que não funcionou em janeiro: oferta, lista, roteiro. Checkpoint do dia 15 rodando.
Março	Revisão do trimestre: realizado contra Meta 1 e Meta 2, por linha e por vendedor. O que manter, o que mudar e o que cortar no 2o trimestre.

A reunião de abertura do ano

Não é festa nem discurso motivacional. É uma hora para mostrar a meta, a origem de cada parte, o número de cada pessoa, a regra da comissão e o dia da reunião semanal. Termine com cada vendedor dizendo qual é a primeira coisa que vai fazer na segunda-feira.

© 2026 Magnus Guerios · Magnus Performance Comercial. Todos os direitos reservados. Material gratuito para uso na sua empresa. Proibida a reprodução, distribuição ou comercialização sem autorização prévia e por escrito do autor (Lei nº 9.610/1998).

EXERCÍCIO 7 · SEU PLANO DE 90 DIAS

Quando	O que vou fazer	Quem
Dezembro		
Janeiro, sem. 1		
Janeiro, sem. 2 a 4		
Fevereiro		
Março		

A uma coisa que, se mudar até março, faz 2027 valer a pena

© 2026 Magnus Guerios · Magnus Performance Comercial. Todos os direitos reservados. Material gratuito para uso na sua empresa. Proibida a reprodução, distribuição ou comercialização sem autorização prévia e por escrito do autor (Lei nº 9.610/1998).

CHECKLIST FINAL

Seu plano está pronto quando...

	Item
☐	Tenho o faturamento mês a mês dos últimos 24 meses, por linha e por vendedor
☐	A meta de 2027 está dividida por origem: base, inativos, aumento nos atuais e novos
☐	Cada origem tem uma premissa que dá para conferir e um dono
☐	Tenho Meta 1 e Meta 2 por mês, respeitando a sazonalidade
☐	Cada vendedor tem a sua Meta 1 e Meta 2, por linha
☐	A comissão está amarrada às duas metas, por escrito
☐	A carteira está separada em faixas A, B, C e inativos
☐	A campanha de reativação de janeiro tem oferta, prazo, lista e meta
☐	A prospecção tem lista, cadência, horário fixo e meta de atividade
☐	A reunião semanal tem dia, hora, pauta e quem conduz
☐	O placar mostra atividade (semanal) e resultado (mensal)
☐	A reunião de abertura do ano está marcada

Marcou tudo? Você entra em 2027 com mais clareza do que a maioria das empresas do seu setor.

© 2026 Magnus Guerios · Magnus Performance Comercial. Todos os direitos reservados. Material gratuito para uso na sua empresa. Proibida a reprodução, distribuição ou comercialização sem autorização prévia e por escrito do autor (Lei nº 9.610/1998).

QUANDO FAZER SOZINHO NÃO BASTA

Performance Comercial: o método implantado junto com o seu time

Não é curso nem palestra. Em ciclos de 90 dias, a equipe da Magnus entra na sua operação para montar e rodar tudo o que está neste playbook.

01 Diagnóstico

Conversas com sócios, gestor e vendedores, leitura dos números e do CRM. Onde está o dinheiro e o que trava.

02 Plano de ação

Meta com origem, metas por vendedor, campanha de carteira e prioridades do ciclo, com dono e prazo.

03 Implementação assistida

Reunião semanal com o time, placar, campanha no ar e treinamento do processo de venda.

04 Acompanhamento

Magnus Guerios com os sócios todo mês e nova medição no dia 90, com as alavancas do ciclo seguinte.

Para quem é

Empresas que já vendem, com time comercial, e cujo dono quer que o comercial cresça sem depender dele no dia a dia. Atendemos presencialmente em Curitiba e região, e online em todo o Brasil.

Quero conversar sobre o meu comercial

Uma conversa de 30 minutos para entender o momento da sua empresa e se faz sentido trabalharmos juntos.

Agendar conversa →

© 2026 Magnus Guerios · Magnus Performance Comercial. Todos os direitos reservados. Material gratuito para uso na sua empresa. Proibida a reprodução, distribuição ou comercialização sem autorização prévia e por escrito do autor (Lei nº 9.610/1998).

PRÓXIMO PASSO

Bom 2027.
Com meta, dono, atividade e ritmo.

→ Fazer o Diagnóstico IPC gratuito

→ Falar com o Magnus no WhatsApp: (41) 98776-8171

→ www.magnusguerios.com.br

→ @magnusguerios

Magnus Guerios

PERFORMANCE COMERCIAL

Magnus Performance Comercial · contato@magnusguerios.com.br · Material gratuito. Pode compartilhar com seu sócio e seu gestor.

© 2026 Magnus Guerios · Magnus Performance Comercial. Todos os direitos reservados. Material gratuito para uso na sua empresa. Proibida a reprodução, distribuição ou comercialização sem autorização prévia e por escrito do autor (Lei nº 9.610/1998).