

# Checklist *Rentrée Comercial*

O que fazer na primeira semana de setembro, pela ordem em que se faz. Cinco blocos, vinte pontos e o tempo que cada um leva. Para imprimir e riscar.

Volta de férias e a caixa de entrada tem trezentos emails. Ao fim de quinze dias o mês está gasto a apagar fogos, o funil continua igual ao de julho, e o último trimestre arranca sem plano. Esta checklist é o que se faz **antes** de isso acontecer.

**Como usar:** pela ordem em que está. O bloco 1 leva trinta minutos e é o que decide se os outros quatro chegam a acontecer. Se só tiver tempo para um, faça o 2: um funil por limpar estraga todas as contas que fizer a seguir.

## 01 Antes de abrir a caixa de entrada

30 minutos

Se a primeira coisa que faz ao voltar é abrir o email, o dia deixa de ser seu e passa a ser de quem escreveu. Trinta minutos antes disso valem a semana inteira.

- ☐ Escrever as **três coisas** que têm mesmo de acontecer até 31 de dezembro. Três, não dez.
- ☐ Olhar para o número que falta ao **ano**, não ao mês.
- ☐ Bloquear na agenda **duas horas por dia** da primeira semana para trabalho difícil.
- ☐ Decidir a que horas abre o email. Uma hora fixa por dia chega.

## 02 O funil que sobreviveu a agosto

2 horas

Um funil que não foi mexido em agosto está inflacionado. Ficaram lá negócios que já morreram e ninguém teve coragem de os dar como perdidos. Enquanto lá estiverem, as suas contas mentem-lhe.

- ☐ Pôr uma **data real de decisão** em cada negócio aberto. «Setembro» não é data.
- ☐ Marcar como perdido o que **não teve iniciativa do cliente** desde antes de férias.
- ☐ Separar os que só avançam se for você a ligar primeiro. Esses ainda são trabalho, não são negócio.

- ☐ Contar quantos negócios precisa de fechar para o número do ano e comparar com o que tem.

### 03 As contas que não pode perder

1 dia

Agosto é o mês em que a concorrência fala com os seus clientes sem si. Setembro é quando descobre se falou.

- ☐ Fazer a lista das **dez contas** que não pode perder. Dez, escritas.
- ☐ Se vai rever preços, decidir **quem sabe pela sua boca antes de ver escrito**.
- ☐ Marcar quem tem **renovação até dezembro** e pôr essas conversas no calendário.
- ☐ Identificar as contas que estiveram sem interlocutor em agosto. Ligar primeiro a essas.

### 04 A equipa, antes de lhe pedir números

uma conversa por pessoa

Nem todos voltam de férias no mesmo estado. Pedir atividade a quem está em baixo produz relatórios bonitos e zero reuniões.

- ☐ Uma conversa com cada pessoa **antes** de falar de quota.
- ☐ Ver quem está a mais de **30% de distância** do objetivo. Esses casos resolvem-se com plano.
- ☐ Perguntar a cada um o que vai fazer **de diferente** no último trimestre.
- ☐ Confirmar quantas horas por semana cada um passa mesmo à frente de clientes.

### 05 A agenda de setembro

1 hora

Tudo o que fez acima morre se a agenda não o proteger. Uma agenda cheia não é uma agenda produtiva: é uma agenda que alguém encheu por si.

- ☐ Bloquear as **horas de prospeção** antes de a agenda encher.
- ☐ Marcar as conversas de preço para **antes** de sair qualquer comunicação escrita.
- ☐ Escolher o dia da semana em que revê o funil, sempre o mesmo.
- ☐ Deixar uma tarde por semana **vazia**.



## As três armadilhas da rentrée

**Começar por «pôr a papelada em dia».** Parece produtivo e não abre uma porta. O administrativo enche o dia todo se o deixar, e tem a vantagem perversa de nunca lhe dar um «não».

**Guardar as conversas difíceis para «quando acalmar».** Não acalma. A conversa de preço, o cliente que não paga e o comercial que está a fugir custam todos mais caros em novembro do que na primeira semana de setembro.

**Fazer um plano para o trimestre antes de falar com alguém.** Um plano construído em cima do funil de julho está errado antes de começar. Primeiro limpa-se o funil, depois planeia-se.

---

**Nota de método.** Esta checklist é a prática da casa em formação comercial, não é um estudo. Os tempos indicados são estimativas de trabalho concentrado e servem para obrigar a marcar o espaço na agenda, não para medir ninguém. Se a sua empresa fecha o ano fiscal noutro mês, leia «até 31 de dezembro» como «até ao fecho do seu ano».