



Consultoria especializada em supermercados

"Aqui não é só teoria. Aqui também é prática."

IV – Manual do Índice de Vendas

1. Introdução ao Índice de Vendas (IV)

O Índice de Vendas (IV) representa o desempenho bruto da loja em seu objetivo mais básico: vender. Mais do que mostrar números, ele revela o quanto a operação está atraindo clientes, convertendo em vendas e movimentando o fluxo de mercadorias e dinheiro. É aqui que tudo começa.

2. Objetivo do IV

O objetivo do Índice de Vendas é mensurar a performance da loja em termos de volume de vendas, comparando-a com metas estabelecidas e possibilitando análises detalhadas por departamento e período. A partir disso, o gestor pode entender o comportamento do cliente, avaliar a força comercial da equipe e tomar decisões estratégicas para impulsionar o crescimento.

3. Indicadores analisados dentro do IV

- **Faturamento diário e acumulado**
- **Número de clientes (quantidade de cupons)**
- **Ticket médio por cliente**
- **Quantidade de produtos vendidos**
- **Top 20 produtos mais vendidos (por loja e por departamento)**





Consultoria especializada em supermercados

"Aqui não é só teoria. Aqui também é prática."

- **Comparativo com metas de vendas por dia, semana, mês**
- **Análise por departamento e total da loja**

4. Como analisar os dados

- **Compare dias iguais (ex: terça com terça)** para entender comportamento semanal.
- **Avalie o impacto das promoções** nos produtos mais vendidos.
- **Observe a relação entre quantidade de clientes e ticket médio**, pois uma queda no ticket pode indicar perda de competitividade ou redução no mix.
- **Acompanhe os departamentos individualmente** para identificar quais estão impulsionando ou travando a venda geral.
- **Consulte os rankings de produtos** para identificar o que o cliente mais busca — e o que precisa ser mais trabalhado no PDV.

5. Como aplicar os resultados na gestão

- **Campanhas direcionadas** para produtos ou departamentos com queda de desempenho.
- **Treinamento de equipe** com foco em venda sugestiva nos setores de menor conversão.
- **Melhoria do mix de produtos** com base nos mais vendidos.





Consultoria especializada em supermercados

"Aqui não é só teoria. Aqui também é prática."

- **Reposição inteligente** de produtos com maior giro.
- **Decisões promocionais embasadas** nos dados reais e não em suposições.

6. Exemplo prático

Imagine que o setor de hortifrutí esteja com queda no faturamento, mesmo com aumento no número de clientes.

O IV irá mostrar isso e, ao cruzar com o ticket médio, será possível perceber que o cliente está comprando menos por visita. A ação aqui pode ser: reforçar a exposição de frutas de maior giro, melhorar layout, ou até revisar precificação.

7. Checklist de ações recomendadas

Área	Ação recomendada
------	------------------

Gerência	Verificar desvios entre meta e realização diária
----------	--

Vendas	Intensificar abordagem de produtos com baixa saída
--------	--

Compras	Avaliar estoque dos mais vendidos e manter abastecimento
---------	--





Consultoria especializada em supermercados

"Aqui não é só teoria. Aqui também é prática."

Marketing Promover os itens do Top 20 e incluir combos
estratégicos

Frente de Monitorar ruptura e orientar venda sugestiva
Caixa no checkout

"Não se trata apenas de vender. Trata-se de entender o que,
para quem e por quê."

