

ERP SaaS CloudToSys

Manual do Usuário

MÓDULO 09

Comercial / CRM

Leads, Pipeline, Propostas, Tarefas, Metas

Versão:	1.0 (abr/2026)
Sistema:	ERP SaaS CloudToSys
Migrations:	001 → 047
Pré-requisito:	Manual 01 — Configurador concluído

Sumário

1.	Sobre este manual	pág. 4
2.	Página inicial (Dashboard)	pág. 5
3.	Leads	pág. 6
4.	Oportunidades	pág. 9
5.	Pipeline (Kanban)	pág. 12
6.	Propostas Comerciais	pág. 14
7.	Tarefas	pág. 17
8.	Campanhas	pág. 19
9.	Metas de Vendas	pág. 21
10.	Motivos de Ganho / Perda	pág. 23
11.	Histórico de Contatos	pág. 25
12.	Relatórios	pág. 27

1. Sobre este manual

Este é o **Manual 09 — Comercial / CRM**. Documenta TODAS as 12 rotinas do módulo Comercial: gestão de leads, oportunidades, pipeline Kanban, propostas, tarefas, campanhas, metas e relatórios.

Pré-requisitos

- **Manual 02 — Compras** (clientes — leads são convertidos em clientes).
- **Manual 03 — Faturamento** (propostas viram orçamentos de venda).
- Permissão **view + create + edit** em Comercial.

Fluxo geral CRM

- 1 **Lead** entra (formulário do site, importação, manual).
- 2 Vendedor **contata** e qualifica → registra histórico.
- 3 Lead qualificado vira **Oportunidade** (entra no pipeline).
- 4 Oportunidade avança nos estágios do pipeline (Kanban).
- 5 Cria **Proposta** formal para o cliente.
- 6 Proposta aceita → converte em **Orçamento de Venda** (Faturamento).
- 7 Tudo isso com **Tarefas, Campanhas, Metas e Relatórios** apoiando.

2. Página inicial (Dashboard)

Menu → **Comercial**.

KPIs principais

Indicador	Cálculo
Leads novos (mês)	Leads criados no mês corrente.
Leads convertidos	Leads que viraram oportunidade ou cliente.
Oportunidades abertas	Pipeline com status diferente de ganha/perdida.
Valor do pipeline (R\$)	Soma dos valores das oportunidades abertas.
Taxa de conversão	Oportunidades ganhas / total fechadas (%).
Ticket médio	Valor médio das oportunidades ganhas.
Vendas no mês	Valor de oportunidades ganhas no mês.
Atingimento de meta	% da meta de vendas do mês alcançado.

3. Leads

Menu → **Comercial** → **Leads**.

3.1. O que é um lead

Pessoa ou empresa que **demonstrou interesse** mas ainda não é cliente. Gerado por: site (formulário de contato), importação CSV, campanha de marketing, indicação ou cadastro manual.

3.2. Campos

Campo	Tipo	Obrigatório	Descrição
Nome	Texto	Sim	Nome da pessoa ou contato.
Empresa	Texto	Não	Razão social (se for PJ).
E-mail	Email	Recomendado	Para contato e nutrição.
Telefone / WhatsApp	Texto	Recomendado	—
CPF/CNPJ	Texto	Não	Quando já fornecido.
Origem	Lista	Sim	website · indicacao · campanha · cold_call · evento · importacao · outro.
Vendedor responsável	Lista	Não	Vendedor a quem o lead foi atribuído.
Status	Lista	—	novο · contatado · qualificado · convertido · perdido.
Notas	Texto	Não	Histórico inicial, contexto.
Tags	Múltipla	Não	Etiquetas livres para segmentação.

3.3. Conversão de lead

Quando o lead se torna realmente uma oportunidade de negócio:

- 1 Abra o lead.
- 2 Clique em **Converter em Oportunidade**.
- 3 Sistema cria automaticamente: **Cliente** em Compras (com os dados do lead) + **Oportunidade** vinculada.
- 4 Lead muda status para **convertido** e fica desabilitado para edição.
- 5 Você é redirecionado para a Oportunidade.

4. Oportunidades

Menu → Comercial → Oportunidades.

4.1. O que é uma oportunidade

Negócio em andamento com um cliente (já é cliente cadastrado). Avança através de **estágios do pipeline** até ser ganho ou perdido.

4.2. Campos

Campo	Tipo	Obrigatório	Descrição
Cliente	Lista (busca)	Sim	Cliente cadastrado.
Título	Texto	Sim	Identificação do negócio. Ex: 'Implantação ERP - Cliente XYZ'.
Estágio	Lista	Sim	Estágio atual no pipeline (configurável).
Valor (R\$)	Numérico	Recomendado	Valor estimado do negócio.
Probabilidade (%)	Numérico	Não	Chance de fechar (0-100%). Geralmente vinculada ao estágio.
Data prevista de fechamento	Data	Não	Quando se espera fechar o negócio.
Vendedor	Lista	Sim	Responsável pela oportunidade.
Origem	Lista	Não	De onde veio (lead, indicação, campanha, etc.).
Itens	Múltiplos	Não	Produtos/serviços incluídos. Cada item: descrição, qtd, preço unit.
Notas	Texto	Não	Contexto, próximos passos, histórico.

4.3. Status final

Status	Cor	Significado
open (Aberta)	Azul	Em andamento no pipeline.
won (Ganha)	Verde	Fechada com sucesso. Pode ter vínculo a Pedido de Venda.
lost (Perdida)	Vermelho	Cliente recusou, escolheu concorrente etc.
paused (Pausada)	Cinza	Em standby — cliente postergou decisão.

4.4. Mover entre estágios

Pode ser feito de 2 formas:

- **Drag-and-drop** no Kanban (Pipeline — seção 5).
- **Editar** a oportunidade e mudar o campo estágio.

4.5. Ao marcar como Ganha

- 1 Sistema pede o **motivo de ganho** (Seção 9).
- 2 Pergunta se quer criar **Orçamento de Venda** automaticamente.
- 3 Se sim, cria orçamento em Faturamento com os itens da oportunidade.
- 4 Status da oportunidade vira **won**.
- 5 Vendedor pode receber comissão automaticamente (configurável).

4.6. Ao marcar como Perdida

Sistema pede o **motivo de perda** (Seção 9). Útil para análise: quais motivos mais frequentes? Preço? Prazo? Concorrente?

5. Pipeline (Kanban)

Menu → Comercial → Pipeline.

5.1. Para que serve

Visão Kanban das **oportunidades em andamento**, agrupadas por estágio. Permite mover oportunidades entre estágios via drag-and-drop e visualizar o funil de vendas em tempo real.

5.2. Estágios padrão (configuráveis)

Estágio	Probabilidade típica	Significado
1. Prospecção	10%	Primeiro contato; interesse demonstrado.
2. Qualificação	20%	Confirmamos que tem orçamento, autoridade, necessidade, tempo (BANT).
3. Apresentação / Demo	40%	Apresentamos solução; cliente está engajado.
4. Proposta	60%	Proposta enviada formalmente.
5. Negociação	80%	Discussão final de preço, prazo, condições.
6. Fechamento	—	Cliente decidiu — vira ganha ou perdida.

5.3. Cada card mostra

- Título da oportunidade
- Cliente
- Valor (R\$)
- Vendedor responsável (avatar)
- Data prevista de fechamento
- Cor de alerta se atrasada

5.4. Totalizadores no topo de cada coluna

- **Quantidade** de oportunidades no estágio
- **Valor total** em R\$
- **Valor ponderado** (Σ valor \times probabilidade)

6. Propostas Comerciais

Menu → Comercial → Propostas.

6.1. O que é

Documento formal enviado ao cliente com a oferta. Diferente do Orçamento de Venda (que é fiscal/comercial), a proposta é mais rica visualmente — pode ter capa, descritivo, condições comerciais, anexos.

6.2. Campos do cabeçalho

Campo	Tipo	Obrigatório	Descrição
Oportunidade	Lista	Recomendado	Vinculação à oportunidade que originou.
Cliente	Lista	Sim	Cliente destinatário.
Título	Texto	Sim	Ex: 'Proposta Comercial — Implantação ERP'.
Validade	Data	Sim	Até quando a proposta é válida.
Vendedor	Lista	Sim	Responsável.
Resumo executivo	Texto rico	Não	Texto introdutório, contexto, valor agregado.
Itens	Múltiplos	Sim	Produtos/serviços com descrição, qtd, preço.
Desconto	%	Não	Desconto sobre o subtotal.
Condições de pagamento	Texto	Não	Ex: '30/60/90 dias', 'À vista com 5% desc.'.
Prazo de entrega	Texto	Não	Ex: '30 dias após assinatura'.
Anexos	Arquivos	Não	PDFs, imagens, contratos modelo.

6.3. Status

Status	Significado
draft (Rascunho)	Sendo elaborada.
sent (Enviada)	Enviada por e-mail ao cliente.
viewed (Visualizada)	Cliente abriu o link/PDF (tracking opcional).
accepted (Aceita)	Cliente aceitou.
rejected (Recusada)	Cliente recusou.
expired (Expirada)	Validade vencida sem resposta.
converted (Convertida)	Virou Orçamento de Venda no Faturamento.

6.4. Conversão em Orçamento de Venda

Apenas propostas **aceitas** podem ser convertidas. A conversão cria automaticamente um Orçamento de Venda no módulo Faturamento com os mesmos itens. A partir daí, segue o fluxo Orçamento → Pedido → NF (Manual 03).

7. Tarefas

Menu → Comercial → Tarefas.

7.1. Para que serve

Lista de **compromissos pendentes** dos vendedores: ligações, reuniões, e-mails de follow-up, envio de propostas. Vincula tarefa a lead, oportunidade ou cliente.

7.2. Campos

Campo	Tipo	Obrigatório	Descrição
Título	Texto	Sim	Ex: 'Ligar para João — follow-up proposta'.
Tipo	Lista	Sim	call (ligação) · email · meeting · visit · demo · other .
Vinculado a	Lista	Sim	Lead, Oportunidade, Cliente ou Proposta.
Vendedor responsável	Lista	Sim	—
Data de vencimento	Datetime	Sim	Quando deve ser feita.
Prioridade	Lista	Não	baixa · normal · alta · urgente .
Notas	Texto	Não	O que precisa ser feito.
Status	Lista	—	pending · completed · cancelled .

7.3. Visualizações

- **Lista geral** filtrável por vendedor, tipo, prioridade.
- **Minhas tarefas** — apenas do usuário logado.
- **Atrasadas** — pendentes com data de vencimento passada.
- **Hoje / Esta semana** — janelas de tempo.

7.4. Concluir tarefa

- 1 Localize a tarefa.
- 2 Clique em **Concluir**.
- 3 (Opcional) Adicione notas sobre o resultado (ex: 'Cliente aprovou, vai responder a proposta amanhã.').
- 4 Sistema registra automaticamente no **Histórico** (Seção 11) do lead/oportunidade vinculada.

8. Campanhas

Menu → Comercial → Campanhas.

8.1. Para que serve

Cadastra ações de marketing/vendas (e-mail marketing, evento, anúncio, indicação) e **vincula leads gerados**. Permite medir ROI de cada campanha.

8.2. Campos

Campo	Tipo	Obrigatório	Descrição
Nome	Texto	Sim	Identificador da campanha.
Tipo	Lista	Sim	email · social · evento · ads · indicacao · outro.
Data início / fim	Data	Sim	Período da campanha.
Orçamento (R\$)	Numérico	Não	Investimento previsto.
Custo Real (R\$)	Numérico	Não	Investimento efetivo.
Meta de leads	Numérico	Não	Quantos leads se espera.
Meta de receita (R\$)	Numérico	Não	Faturamento esperado vindo da campanha.
Status	Lista	—	planejada · ativa · concluida · cancelada.
Descrição	Texto	Não	Detalhes.

8.3. Indicadores automáticos

- **Leads gerados** — quantos leads marcaram esta campanha como origem.
- **Conversão** — quantos viraram oportunidade.
- **Receita gerada** — soma das oportunidades ganhas dessa campanha.
- **ROI** — receita / custo.

9. Metas de Vendas

Menu → Comercial → Metas.

9.1. Para que serve

Define metas de vendas **por período e/ou vendedor**. Sistema calcula automaticamente o atingimento e mostra alertas.

9.2. Campos

Campo	Tipo	Obrigatório	Descrição
Nome	Texto	Sim	Ex: 'Meta Mensal Maio 2026'.
Período	Lista	Sim	mensal · trimestral · semestral · anual .
Data início / fim	Data	Sim	Janela de medição.
Indicador	Lista	Sim	receita (R\$) · leads (qtd) · oportunidades · conversao (%).
Valor da meta	Numérico	Sim	Valor a ser atingido (em R\$, qtd ou %).
Vendedor	Lista	Não	Vazio = meta global. Específico = meta individual.
Filial	Lista	Não	Para metas por filial.
Atingimento (%)	Auto	—	Calculado automaticamente conforme as vendas.

9.3. Visualização

- **Barra de progresso** mostrando % atingido.
- **Cor:** verde ($\geq 100\%$), âmbar ($\geq 80\%$), vermelho ($< 80\%$).
- **Projeção** do mês baseada na velocidade atual.

10. Motivos de Ganho / Perda

10.1. Motivos de Ganho

Menu → **Comercial** → **Motivos de Ganho**.

Cadastro dos motivos pelos quais oportunidades são ganhas — útil para replicar pontos fortes em vendas futuras.

Exemplos	—
Melhor preço	Cliente avaliou e nossa oferta foi mais competitiva.
Atendimento	Vendedor superou expectativas.
Funcionalidade exclusiva	Sistema/produto tem feature que concorrente não tem.
Indicação	Cliente veio recomendado.
Marca / Reputação	Confiança na empresa.
Prazo de entrega	Conseguimos entregar mais rápido.

10.2. Motivos de Perda

Menu → **Comercial** → **Motivos de Perda**.

Cadastro dos motivos de perda — base para análise estratégica.

Exemplos	—
Preço	Concorrente ofereceu valor menor.
Sem orçamento	Cliente sem dinheiro alocado.
Decisão adiada	Cliente decidiu não comprar agora.
Concorrente — funcionalidade	Concorrente tem feature que nós não temos.
Sem retorno	Cliente parou de responder.
Mudança de prioridades	Cliente focou em outro projeto.
Insatisfação anterior	Histórico ruim conosco (cliente recorrente).

10.3. Campos do cadastro

Campo	Obrigatório	Descrição
Nome	Sim	Identificador curto.
Descrição	Não	Detalhamento (orientação aos vendedores).
Categoria	Não	Preço · Produto · Atendimento · Concorrência · Outro.
Ativo	—	Default: ativo.

11. Histórico de Contatos

Menu → Comercial → Histórico.

11.1. Para que serve

Registra **todas as interações** com leads/clientes/oportunidades. Linha do tempo completa: ligações, e-mails, reuniões, mensagens. Crítico para continuidade quando vendedor muda ou para análise.

11.2. Tipos de contato

Tipo	Descrição
call (Ligação)	Telefonema feito ou recebido.
email	E-mail enviado/recebido.
whatsapp	Mensagem por WhatsApp.
meeting (Reunião)	Reunião presencial ou online.
visit (Visita)	Visita comercial.
demo	Demonstração do produto/serviço.
proposal_sent	Proposta enviada (auto-criado).
task_completed	Tarefa concluída (auto-criado).
note (Nota)	Anotação livre.

11.3. Campos

Campo	Obrigatório	Descrição
Vinculado a	Sim	Lead / Cliente / Oportunidade / Proposta.
Tipo	Sim	Vê tabela 11.2.
Data/Hora	Sim	Quando aconteceu (não o registro, mas o evento real).
Vendedor / Operador	Auto	Quem registrou.
Resumo	Sim	1-2 linhas com o essencial. Ex: 'Cliente confirmou interesse, pediu proposta detalhada por e-mail.'
Detalhes	Não	Texto longo (transcrição da reunião, e-mail trocado, etc.).
Resultado	Não	positivo · neutro · negativo.
Próxima ação	Não	Cria automaticamente uma Tarefa de follow-up.

12. Relatórios

O módulo Comercial entrega **5 relatórios** dedicados, acessíveis em Menu → **Comercial** → **Relatórios**.

12.1. Ranking de Vendedores

Menu → **Comercial** → **Relatórios** → **Ranking Vendedores**.

Classificação dos vendedores em um período conforme volume vendido (ganhas).

Coluna	Conteúdo
Posição	1º, 2º, 3º... (ordenado por valor ganho).
Vendedor	Nome do vendedor.
Oportunidades abertas	Em andamento no período.
Ganhas	Quantidade de oportunidades fechadas como won.
Perdidas	Fechadas como lost.
Taxa de conversão	$Ganhas / (Ganhas + Perdidas) \times 100$.
Valor ganho (R\$)	Soma das oportunidades ganhas.
Ticket médio	Valor ganho / quantidade ganhas.
Atingimento da meta	% da meta individual atingida (se houver meta cadastrada).

12.2. Conversão do Funil

Menu → **Comercial** → **Relatórios** → **Conversão Funil**.

Mostra quantas oportunidades passaram por cada estágio em um período, com taxa de conversão entre estágios consecutivos.

- Quantidade em cada estágio (visualização em funil invertido).
- **% de conversão** entre estágios consecutivos.
- Identificação de **gargalos** (estágios com maior taxa de perda).
- Tempo médio que oportunidade fica em cada estágio.
- Filtro por vendedor, campanha, origem.

12.3. Forecast (Previsão de Fechamento)

Menu → **Comercial** → **Relatórios** → **Forecast**.

Projeção de receita futura com base nas oportunidades em andamento, ponderadas pela **probabilidade** de cada estágio.

Métrica	Conteúdo
Pipeline total	Soma do valor de TODAS as oportunidades em aberto.
Forecast ponderado	$\Sigma (\text{valor} \times \text{probabilidade do estágio})$. Ex: oportunidade de R\$ 100k em estágio 50% conta R\$ 50k.

Métrica	Conteúdo
Forecast por mês previsto de fechamento	Distribuição esperada por mês.
Comprometido (commit)	Apenas oportunidades com probabilidade $\geq 80\%$.
Best case	Soma de todas em aberto, sem ponderação.
Worst case	Apenas as $\geq 90\%$.
Comparação com meta	Se forecast atinge a meta do período.

12.4. Análise por Origem

Menu → **Comercial** → **Relatórios** → **Por Origem**.

Avalia a performance de cada **origem de lead** (website, indicação, campanha, redes sociais, evento, etc.).

Coluna	Conteúdo
Origem	website, indicação, campanha X, evento, etc.
Leads gerados	Quantidade no período.
Leads qualificados	Quantos viraram oportunidade.
Taxa de qualificação	Qualificados / Gerados $\times 100$.
Oportunidades ganhas	Quantas fecharam.
Taxa de fechamento	Ganhas / Qualificados $\times 100$.
Receita gerada (R\$)	Total das ganhas.
Custo da origem (R\$)	Investimento na campanha (se aplicável).
ROI	$(\text{Receita} - \text{Custo}) / \text{Custo} \times 100$. Mede retorno do investimento.
Ticket médio	Receita / Ganhas.

12.5. Análise por Período

Menu → **Comercial** → **Relatórios** → **Por Período**.

Comparativo temporal de KPIs comerciais — útil para identificar sazonalidade, evolução e tendências.

Métrica	Conteúdo
Granularidade	Diária · Semanal · Mensal · Trimestral · Anual.
Período comparativo	Mês x mês anterior · Mesmo mês ano anterior · Trimestre vs trimestre anterior.
Leads gerados	Varição absoluta e %.
Oportunidades criadas	Varição.
Oportunidades ganhas	Varição.
Receita ganha	Em R\$, com variação.
Ticket médio	Evolução do ticket no tempo.
Tempo médio de ciclo	Tempo entre criação e fechamento (ganha).
Visualização	Tabela + gráfico de linhas/barras.