PACOTE DE PROMPTS · PREÇO

Pacote de prompts para precificar com margem, parte 2

Os 4 prompts do carrossel e mais 6 novos para formar preço, controlar desconto e acompanhar o preço praticado, prontos para copiar.

PREÇO

PROMPTS

10 prompts em 3 partes

TEMPO

10 a 20 minutos por prompt, com custos e vendas em mãos

FREQUÊNCIA

Na revisão da tabela de preços, antes de cada reajuste e todo mês no acompanhamento

01

Margem de contribuição antes do preço

02

Desconto com limite definido

03

Cenário calculado, decisão sua

Como usar este pacote de prompts

Preço errado não aparece na receita, aparece na margem, meses depois. Cada prompt traz o contexto, a tarefa e o formato da resposta: troque o que está entre colchetes, anexe a planilha de custos e vendas e confira os números com o sistema antes de mudar qualquer tabela. Use a ferramenta de IA aprovada pela empresa e tire nome de cliente da base quando não for necessário.

PARA QUEM

- Controllers, analistas de custos e preços, gestores comerciais e donos de empresa

LEGENDA

- Marque cada prompt depois de testar
- Troque o que está entre [colchetes] pelos seus dados

RESPONSÁVEL

PERÍODO

REVISADO POR

01 Parte 1 · os 4 do carrossel

Os prompts do post, para ter tudo num lugar só.

1.1 Preço mínimo por produto

Quando usar: Use ao lançar um produto ou revisar a tabela de preços.

PROMPT

```
Você é analista de custos e preços. Com os custos variáveis, os impostos sobre venda e as despesas fixas anexos, calcule o preço mínimo de cada produto para atingir margem de contribuição de [x]%. Mostre em tabela o custo, os impostos, o preço mínimo e o preço atual, e marque os produtos vendidos abaixo do mínimo.
```

O que sai: Tabela com o preço mínimo de cada produto e os que hoje estão abaixo dele.

1.2 Quem dá prejuízo

Quando usar: Use no fechamento do trimestre ou antes de renegociar com grandes clientes.

PROMPT

```
Ranqueie os produtos e os clientes da base anexa por margem de contribuição em R$ e em %. Destaque os que vendem muito e dão margem negativa, com o volume vendido e o prejuízo acumulado no período. Confira que a soma das margens por produto bate com a soma por cliente.
```

O que sai: Ranking de produtos e clientes por margem, com os grandes vendedores de margem negativa em destaque.

1.3 Simulação de reajuste

Quando usar: Use antes de aprovar um aumento de preço.

```
PROMPT
Simule um reajuste de [x]% nos produtos anexos com elasticidade-preço estimada de [y]. Para cada produto, mostre em tabela receita, volume e margem de contribuição antes e depois do reajuste, em R$ e %. Feche com o efeito total na margem e diga qual produto aguenta melhor o aumento.
```

O que sai: Antes e depois de receita, volume e margem por produto, com o efeito total.

1.4 Desconto que cabe na margem

Quando usar: Use para dar ao time comercial um limite claro antes da negociação.

```
PROMPT
Calcule o desconto máximo que o time comercial pode dar em cada produto anexo sem que a margem de contribuição fique abaixo de [x]%. Considere que impostos e comissões incidem sobre o preço com desconto. Entregue uma tabela com preço de tabela, desconto máximo em % e em R$ e preço mínimo de negociação.
```

O que sai: Tabela de desconto máximo por produto, pronta para o time comercial.

02 Parte 2 · formação de preço

Para saber de onde vem cada número da tabela.

2.1 Markup a partir da margem desejada

Quando usar: Use para montar ou revisar a tabela de preços com uma regra única.

```
PROMPT
Você é analista de custos. Com o custo unitário de cada produto e os percentuais de impostos sobre venda, comissões e despesas variáveis anexos, calcule o markup multiplicador que entrega margem líquida de [x]% sobre o preço. Mostre em tabela custo, markup, preço sugerido e preço atual, e explique a fórmula usada com o exemplo da primeira linha.
```

O que sai: Markup e preço sugerido por produto, com a fórmula explicada.

2.2 Ponto de equilíbrio com o mix atual

Quando usar: Use para saber quanto precisa vender antes de discutir preço ou meta.

```
PROMPT
Com despesas fixas mensais de R$ [valor] e a margem de contribuição e o volume de cada produto anexos, calcule o ponto de equilíbrio da empresa em receita e em unidades, considerando o mix de vendas atual. Confira que a participação do mix soma 100%. Depois mostre quanto o ponto de equilíbrio sobe se o produto de maior volume perder [x] pontos de margem.
```

O que sai: Ponto de equilíbrio em receita e unidades e o efeito de perder margem no principal produto.

2.3 Margem real por cliente

Quando usar: Use quando a margem bruta parece boa, mas o caixa não acompanha.

PROMPT

```
Com o faturamento e a margem de contribuição por cliente e os custos de frete, prazo de pagamento, descontos e atendimento anexos, calcule a margem de cada cliente depois do custo de servir. Use custo financeiro de [x]% ao mês para o prazo concedido. Ranqueie do maior para o menor e marque os clientes que mais caem de posição em relação à margem antes do custo de servir.
```

O que sai: Ranking de clientes pela margem real, com quem mais cai depois do custo de servir.

03 Parte 2 · desconto e preço praticado

Para o preço da tabela chegar inteiro na nota fiscal.

3.1 Política de descontos por alçada

Quando usar: Use para tirar o desconto da negociação de corredor.

PROMPT

```
Monte uma política de descontos para os produtos anexos com 3 faixas de alçada (vendedor, gerente e diretoria), de forma que nenhuma faixa leve a margem de contribuição abaixo de [x]%. Para as faixas maiores, defina a contrapartida exigida, como volume mínimo, prazo de pagamento menor ou contrato mais longo. Entregue em tabela por produto e faixa.
```

O que sai: Tabela de alçadas de desconto por produto, com limites e contrapartidas.

3.2 Vazamento de preço

Quando usar: Use todo mês para ver quanto da tabela se perde até o faturamento.

PROMPT

```
Compare o preço de tabela com o preço efetivamente faturado na base de vendas anexa, por produto, vendedor e cliente, nos últimos [n] meses. Calcule o vazamento em R$ como a diferença de preço vezes a quantidade, mostre os 10 maiores casos e o total por vendedor. Confira que a soma por vendedor bate com o total do período.
```

O que sai: Vazamento de preço por vendedor e os 10 maiores casos, com o total conferido.

3.3 Comparação com o preço da concorrência

Quando usar: Use antes de um reajuste, com os preços de concorrentes que você mesmo levantou.

PROMPT

```
Com os preços de concorrentes que levantei e os nossos preços e margens anexos,
compare produto a produto: diferença em %, onde estamos acima e abaixo, e a margem
que teríamos se igualássemos o preço do concorrente mais próximo. Indique onde há
espaço para subir preço sem ficar acima da concorrência e onde o preço baixo não se
justifica pela margem.
```

O que sai: Comparativo de preços com os produtos que têm espaço para reajuste e os que estão baratos demais.

Regra de ouro

Preço é decisão de negócio. A IA calcula cenários, mas quem conhece o cliente, o concorrente e a estratégia é você, e é você quem decide. Antes de mudar a tabela, confira custos e impostos com o sistema e converse com o comercial: um preço certo na planilha que o mercado não aceita não gera margem nenhuma.

PRÓXIMO PASSO

Quer ir além? Na aula de margem e precificação eu mostro como montar a margem de contribuição por produto e cliente e usar esses prompts na revisão de preços.


Alysson Guimarães
@alyssonguimaraes

CEO e cofundador da LeverPro, plataforma de FP&A e gestão financeira corporativa. Engenheiro pela UFMG, pós-graduado em Controladoria e Finanças e MBA Executivo pelo Insper.

A LeverPro automatiza o fechamento, o orçamento e as análises do financeiro. Conheça em leverpro.com.br

LEVERPRO | 10X