

Tendências em Vendas

A maioria dos processos de negócios está evoluindo em todos seus aspectos, e os processos de vendas não são uma exceção. Algumas dessas mudanças estão perfeitamente alinhadas com outras áreas, como por exemplo, e talvez uma das mais evidentes, as transformações originadas pelo uso crescente da tecnologia.

Convergência de Vendas e Marketing

A tecnologia moderna tem disponibilizado uma enorme riqueza de dados para a prospecção.

Esta disponibilidade levou a uma convergência de marketing e de vendas, bem como o advento de novos conceitos como o de "Social Selling" e "smarketing" [1] e outras alterações. Com toda essa informação ao alcance das mãos, as formas de prospecção estão cotidianamente mudando.

Para serem bem-sucedidos, os representantes de vendas necessitam alterar o modo como eles interagem com seus prospects.

Os melhores representantes de venda são aqueles que dão aos prospects a sensação, real, de que estão lhes fornecendo suporte e consultoria, e sobretudo, buscam maximizar seus benefícios.

A tecnologia está transformando os papéis do vendedor

Nos próximos anos as funcionalidades da tecnologia de vendas continuarão a evoluir de modo a refletir a evolução

do papel do vendedor, sobretudo no domínio de B2B.

A grande notícia aqui não é só a automação das tarefas de vendas, mas também um grau muito maior de personalização no contato com cada potencial cliente.

De acordo com uma pesquisa elaborada pela "Demand Metric", elaborada já faz quase 10 anos, 61% dos compradores eram mais suscetíveis a fazer negócios com empresas que lhes forneciam conteúdo personalizado, ou seja, isto não é um conceito novo.

Podemos dizer também que esse percentual aumentou e continuará aumentando ao longo do tempo.

É a oportunidade de usar as novas tecnologias para permitir que cada comprador se sinta especial e apreciado.

Além disso os melhores vendedores, ajudarão aos prospects a identificar problemas e oportunidades do negócio que, muitas vezes, eles mesmos não tenham ainda reconhecido.

"O futuro das vendas está nos dados disponíveis" (Max Altschuler, CEO Sales Hacker, Inc.)

Porque é mais barato e mais flexível do que nunca antes, interpretar e explorar esses dados, isto permitirá as áreas de venda serem mais eficiente no diagnóstico e alcançarem maiores taxas de sucesso.

No futuro o cliente será ainda mais acionado digitalmente do que hoje. Os vendedores se reunirão com seus clientes no "campo de jogo digital", onde e no momento que o cliente deseje.

Mídia social para diversão e lucro

Em nosso inter-relacionado e interconectado mundo, a imensa maioria dos adultos já usa sites de redes sociais regularmente. O Facebook tem superado os 2,5 bilhão de utilizadores mensais ativos.

Atualmente o sucesso de qualquer estratégia de vendas deve incluir o uso regular de plataformas sociais na medida que sejam operacionais e autênticas.

[1] *Termos originados na confluência das atividades de vendas e marketing nas redes sociais.*

Joyce L. Gioia
President/CEO The Herman Group