

O LinkedIn Sales Navigator ajuda a Toyota Material Handling Italia a confirmar sua liderança, com uma abordagem de vendas inteligente



SOBRE A TOYOTA MATERIAL HANDLING ITALIA

Divisão da Toyota Material Handling Europe, uma empresa líder mundial em manuseio e logística de bens e materiais, que serve a todos os mercados europeus

| Cultura da empresa que prioriza pessoas, cultura e qualidade | 700 funcionários diretos que trabalham em quatro escritórios de vendas na Itália | Mais de 100 representações e outras empresas de vendas indiretas



“Existem grandes empresas que nossas equipes de vendas tentam contatar há anos. Com o LinkedIn Sales Navigator, elas puderam entrar em contato com essas empresas e abrir oportunidades.”

Fabio Soffici

Digital Marketing Specialist, Toyota Material Handling Italia

Desafio

- Dar suporte a um modelo novo de vendas diretas da Toyota Material Handling, identificando e engajando potenciais clientes de alto valor, por meios digitais
- Promover o conhecimento orgânico da marca por meio de social selling e perfis de vendedores
- Aumentar a parcela de mercado por meio de pesquisa e vendas diretas
- Fortalecer o pipeline de vendas

Solução

- Quatro meses de programa piloto com o LinkedIn Sales Navigator para estabelecer o valor e assegurar a adoção pela equipe de vendas
- Expandir o número de licenças de 4 para 32, de acordo com a demanda da equipe de vendas
- Treinamento em social selling, para elevar os perfis de vendas e divulgar de forma orgânica a marca da Toyota Material Handling
- Mapear os integrantes do comitê de vendas nas contas de novos negócios, para descobrir os meios de contato mais eficazes

Resultados

A Toyota Material Handling trabalhou com o LinkedIn para desenvolver relatórios personalizados que acompanharam a adoção do Sales Navigator e as mudanças culturais relacionadas, ao mesmo tempo que captou o impacto no pipeline de vendas, nas taxas de conversão, na receita e no ROI:

- A equipe de vendas classificou a experiência de adoção do Sales Navigator com 4,8 de 5 pontos
- A prospecção inteligente do Sales Navigator economizou cerca de 3,5 horas semanais de cada vendedor
- Os níveis altos de adoção registraram cerca de 24 dias de atividade no Sales Navigator e 25 contas salvas por usuário, por mês
- A atividade de eventos verticais apresentou uma taxa de 8% de conversão dos InMails de prospecção em reuniões
- Durante o período piloto de quatro meses, o Sales Navigator gerou 40 oportunidades e um ROI de 65%



3,5 h

Cada vendedor economizou em média 3,5h por semana com a prospecção inteligente do Sales Navigator.

40

Durante o piloto de quatro meses, 40 oportunidades foram geradas pelo Sales Navigator com um ROI de 65%.

Desenvolver a máquina de prospecção com o LinkedIn Sales Navigator

A Toyota Material Handling Italia sempre conseguiu a maior parte dos seus novos negócios através das representações, com a equipe de vendas direta priorizando reforçar os relacionamentos com os clientes atuais. O especialista em marketing digital Fabio Soffici e o diretor de marketing Stefano Zaccaria adotaram uma estratégia de embaixadores de marca para apresentar o Sales Navigator e desenvolver uma nova cultura de prospecção.

“Para nossa implantação piloto, atribuímos licenças aos vendedores dispostos a experimentar novas ferramentas e inspirar colegas,” disse Fabio. “Essa iniciativa realmente funcionou para nós. Os vendedores conversam entre si e, depois de alguns meses, mais membros da equipe queriam as licenças.”

“Descobrimos que mapear contas com o Sales Navigator ajudou nosso pessoal a encontrar oportunidades maiores e mais sofisticadas nas contas, e isso deu a confiança necessária para entrar em contato com clientes em um nível de maior senioridade,” adicionou Stefano. “Não somos mais apenas um fornecedor de empilhadeiras. Oferecemos uma ampla gama de soluções, e a maneira pela qual nossos usuários do Sales Navigator agem como consultores reforça esse posicionamento da marca.”



“Estamos pensando em oferecer licenças do Sales Navigator à nossa equipe toda, e os escritórios em outros países também têm interesse em seguir nosso programa. Os nossos resultados demonstram que o Sales Navigator ajuda a aumentar o conhecimento da marca e a parcela de mercado, e isso justifica uma adoção mais ampla assim que possível.”

Stefano Zaccaria

Marketing Director, Toyota Material Handling Italia

As vendas híbridas garantem mais reuniões importantes

O uso do Sales Navigator para gerar insights das contas e mapear influencers e decisores agilizou significativamente a realização de reuniões e o progresso das oportunidades pela equipe de vendas. Isso foi ilustrado tremendamente através do impacto da presença da Toyota Material Handling Europe em exposições e eventos. O contato por InMail antes desses eventos resultou em uma taxa de conversão de leads em reuniões de 8%.

“Anteriormente, nossa equipe de vendas teria apenas participado de conferências e entrado em contato com potenciais clientes que encontrassem ali mesmo,” disse Fabio. “Com o LinkedIn Sales Navigator, podemos identificar os potenciais clientes mais importantes que estão participando, entrar em contato com eles antes do evento e marcar hora para tomarmos café e conversar. Em um evento, pudemos marcar 20 reuniões dessa forma, todas pela prospecção no LinkedIn Sales Navigator.”

Para Stefano, esta fusão do digital e do físico ajuda a alinhar a abordagem de vendas da Toyota Material Handling com as mudanças culturais mais abrangentes. “Com o LinkedIn, começamos a incorporar a visão ambiciosa de uma Sociedade 5.0,” disse ele. “É um ecossistema dinâmico que está nos levando a ser uma sociedade super inteligente, integrando perfeitamente o espaço cibernético com o físico. Isso revela como as tecnologias digitais podem gerar a inovação e o progresso social.”