

Como fortalecer o relacionamento com os clientes em momentos de incertezas



Manter e estreitar os relacionamentos com seus contatos e clientes pode ser difícil com as constantes transformações do cenário de trabalho em todo o mundo. As tecnologias e as técnicas de vendas modernas podem ajudar, como explica a nossa nova série de guias que abordam os desafios das vendas hoje.

Enfrentamos muitas incertezas neste momento. Porém, as equipes de vendas em todo o mundo têm certeza de que a maneira como desenvolvemos conexões sólidas com nossos clientes, especialmente nesta fase de rápida transformação, é crucial.

A necessidade de investir fortemente no relacionamento com os clientes nunca foi tão importante como agora.

Uma pesquisa do LinkedIn com profissionais de vendas realizada em março de 2020 revelou que:



44% esperam uma redução nas respostas a contatos

60% preveem uma desaceleração na conquista de oportunidades



De acordo com um estudo conduzido pela empresa de pesquisa e consultoria TOPO, nas primeiras três semanas de março:



O número de empresas com orçamentos congelados aumentou 88%



O número de compradores que não estão agendando reuniões aumentou 150%

Fonte: [TOPO](#)

Mas como você pode fortalecer e desenvolver os relacionamentos existentes com seus clientes, e quais são os desafios que você poderá enfrentar? Identificamos três obstáculos principais que estão impactando as equipes de vendas:

Desafio 1: Informações desatualizadas impossibilitam a reformulação das estratégias de mercado

À medida que seus clientes se adaptam ao cenário atual, os dados do seu CRM podem não estar mais atualizados. Sem um panorama atualizado do mercado, é impossível alcançar os contatos certos.

Você precisa acessar informações precisas de contas e contatos para **priorizar** os clientes importantes, e é aqui que o Sales Navigator pode ajudar. Com os alertas sobre contas de maior interesse, você pode descobrir sinais de interesse e intenção (como leads com menção na mídia) ou interagir em publicações de seus clientes.



70 a 80% da receita de uma empresa costuma ter origem em **10 a 20%** de suas contas

Fonte: dados do LinkedIn, 2019





É difícil atrair a atenção do cliente sem insights relevantes. Você ou sua equipe de vendas podem já ter estabelecido relacionamentos sólidos com os contatos de maior interesse, mas é preciso investir mais tempo para proteger e apoiar essas contas da maneira que for possível.

93% dos decisores estão mais propensos a considerar um produto ou serviço quando o representante de vendas compartilha conteúdo relevante para suas funções

Fonte: LinkedIn State of Sales 2018



Desafio 2:

Estratégias de avaliação de mercado obsoletas fazem dificultam o compartilhamento de insights precisos e relevantes



49% dos decisores acreditam que conteúdo atrativo influencia as vendas B2B

Fonte: Edelman-LinkedIn Thought Leadership Study 2019

Vale a pena entender a situação do seu cliente e identificar-se com ela. O Sales Navigator pode ajudar a acompanhar os desafios dos clientes e a entender como eles interagem com diferentes conteúdos. Isso significa que você pode oferecer insights valiosos e enviar mensagens personalizadas que agregarão valor.

Desafio 3:

A rotatividade dos decisores coloca os relacionamentos em risco

À medida que as empresas reorganizam suas equipes para manterem-se ativas, a movimentação e rotatividade dos decisores pode colocar até mesmo seus relacionamentos mais sólidos em risco. Por isso, ter **várias conexões** em cada conta é mais do que uma boa ideia, é essencial.



Aumento de 7% nas taxas de fechamento quando **6 ou mais** decisores estão envolvidos

Fonte: LinkedIn



Em média, uma equipe de compras é composta de **7 a 13** participantes ativos, dependendo do volume de negócios, além de outros eventuais envolvidos

Source: Gartner, Use Buyer Enablement Content to Shorten Sales Cycles and Win More Deals as a Tech CEO, janeiro de 2020



78% dos profissionais de vendas estão conectados a **apenas uma pessoa** ou **não têm conexão alguma** nas contas onde querem fechar negócios.

Fonte: LinkedIn

Com os orçamentos sendo reduzidos ou congelados, o processo de tomada de decisões se torna ainda mais complexo, deixando em séria desvantagem as equipes de vendas que não têm vários relacionamentos.

Qual é a solução? O Sales Navigator permite acompanhar a movimentação de seus contatos de maior interesse e fornece uma visão geral compartilhada de todo o ciclo de compra, possibilitando identificar rapidamente novos decisores com quem interagir.

Aproveitando a rede de mais de 690 milhões de membros e 50 milhões de empresas do LinkedIn, o Sales Navigator pode ajudar a criar relacionamentos mais fortes com os clientes e impulsionar o crescimento de seus negócios.

