



Como 5 especialistas em vendas usam o LinkedIn e o Sales Navigator para vendas virtuais

Com a interrupção das reuniões presenciais, viagens e conferências, os profissionais de vendas estão enfatizando maneiras diferentes de se conectar com os compradores. De casa em seus notebooks, os profissionais de vendas dependem da venda virtual, e alguns ainda estão procurando os métodos mais eficazes para entrar em contato com os compradores on-line.

Com isso em mente, entramos em contato com nossa comunidade de clientes e especialistas em vendas para saber como eles estão usando o LinkedIn e o LinkedIn Sales Navigator para capacitar vendedores, fortalecer relacionamentos e criar novas oportunidades de vendas.

Capacitação de talentos de vendas

“Este é um ótimo momento para investir no desenvolvimento profissional e pessoal por meio de treinamentos virtuais. Por isso, organizamos o treinamento “Rock Your Profile” (Turbine seu Perfil), apresentado por Tamara Hendricks, do LinkedIn, para toda a nossa equipe de vendas, com o objetivo de aprender novas maneiras de aprimorar a presença nas mídias sociais e permitir que as pessoas saibam um pouco mais sobre você. Acredito que essa é uma grande oportunidade para as pessoas se concentrarem no desenvolvimento pessoal. Por meio do LinkedIn Learning e do conteúdo oferecido, os indivíduos podem aprender competências úteis para o futuro”.

— [Irina Soriano](#), Chefe de capacitação da Seismic

“Acho que o LinkedIn é usado de maneira mais significativa do que antes da quarentena. O LinkedIn é uma plataforma eficiente para se conectar com outras pessoas, e isso é algo que todos precisam. Além disso, acredito que mais pessoas, principalmente profissionais de vendas experientes, estão usando o LinkedIn e o LinkedIn Learning como um meio para crescer e desenvolver suas competências”.

— [Anita Nielsen](#), Presidente da LDK Advisory Services

“Mais empresas do que o habitual estão pedindo ajuda para entender, implantar e/ou maximizar canais digitais, como o LinkedIn e o Sales Navigator. Empresas e indivíduos que resistiam há anos à transformação digital das vendas não têm mais opção. O LinkedIn sempre foi a pedra angular da minha abordagem de vendas, e isso foi intensificado com o cenário atual”.

— [Robert Knop](#), CEO da Assist You Today

“A rápida mudança para conversas totalmente virtuais e remotas gerou muita atenção no LinkedIn. Isso acelerou a necessidade de adotar uma mensagem clara e atrativa on-line, que ofereça suporte a conversas off-line. Os vendedores não podem mais dizer que estão ocupados demais para usar o LinkedIn, agora que essa é uma das únicas ferramentas que eles podem usar. Esse é o momento perfeito para reexaminar seu perfil e verificar se ele é focado no cliente e aborda as preocupações e oportunidades que seus potenciais clientes têm atualmente”.

— [David J.P. Fisher](#), Presidente da Rockstar Consulting

“Estou treinando minha equipe e outros representantes sobre os diversos benefícios do Sales Navigator. O principal componente da ferramenta é a criação de listas. Esse é um dos recursos mais importantes da ferramenta, na minha opinião. Acredito que as equipes de vendas não se concentram o suficiente nisso. Se possível, crie uma lista de clientes anteriores, uma de áreas geográficas de segmentação e uma de empresas que você quer prospectar. Como representante de vendas, você terá uma lista expressiva para prospectar durante o cenário atual e no futuro”.

— [Morgan Ingram](#), Diretor de execução e evolução de vendas da JB Sales Training

Fortalecimento de relações existentes

“O atual ambiente de vendas não exige necessariamente mais empatia, ele apenas requer que as pessoas sejam empáticas. Passe mais tempo no início de suas conversas se conectando com as pessoas. Faça mais perguntas para descobrir como elas estão nestes tempos tumultuados, tanto pessoalmente quanto organizacionalmente. Deixe que elas informem as oportunidades existentes e preste atenção nos sinais de que talvez seja melhor fazer uma pausa antes de avançar. No entanto, não importa como você vendia antes do coronavírus, o fundamental agora é interagir com seus clientes e potenciais clientes de uma maneira ainda mais humana”.

— [David J.P. Fisher](#), Presidente da Rockstar Consulting

“Agora mais do que nunca, os profissionais de vendas precisam se dedicar a concentrar as ações de vendas nas metas, objetivos, necessidades e desejos dos clientes. Em situações onde “vendas forçadas” funcionavam no passado, hoje elas não funcionarão mais. A maioria dos clientes, ao enfrentar incertezas e medos paralisantes, como na atual crise global de pandemia, adotam uma mentalidade de escassez. Os potenciais clientes querem guardar recursos e dinheiro até se sentirem seguros. Como profissional de vendas, antes de começar a falar sobre o produto ou solução, você precisa identificar os medos dos seus clientes e o que é possível fazer para que eles se sintam seguros. Não tente ser um “vendedor” no momento atual. Ofereça ajuda, conselhos, orientação e suporte. Se você fornecer apoio constante, ao mesmo tempo em que cria uma sensação de segurança e esperança para os compradores, ganhará o direito de avançar para uma conversa de vendas quando o momento for adequado. Em termos de suporte, o LinkedIn é uma ótima ferramenta para compartilhar insights e conteúdos relevantes com seus clientes para que saibam que você pensa no que é útil para eles. Se você for sincero e consistente, o comprador terá facilidade em tomar uma decisão. Ninguém mais terá tratado os clientes com tanto cuidado, compaixão e empatia”.

— [Anita Nielsen](#), Presidente da LDK Advisory Services

“Use o LinkedIn e o Sales Navigator para ser o mais lembrado pela sua rede, publicar conteúdo que agregue valor e interagir com conteúdos de outras pessoas. Muitas pessoas estão comentando sobre pontos problemáticos que já existiam antes desse ‘novo normal’ e que foram exacerbados pela situação atual. Essas informações são valiosas para quando tudo voltar ao normal. Se você pode ajudar agora, ajude, mas esse processo precisa ser uma venda não agressiva e focada em relacionamentos. Qualquer tentativa de abordagem fria ou venda forçada é inapropriada no momento”.

— [Robert Knop](#), CEO da Assist You Today

Conquista de novos negócios

“Eu começaria pelos leads que seguem a guia da sua empresa no Sales Navigator. Esses potenciais clientes já conhecem seu nome, isso deve facilitar o início de conversas”.

— [Morgan Ingram](#), Diretor de execução e evolução de vendas da JB Sales Training

“A capacidade de criar listas no Sales Navigator com base em empresas ou leads permite que os representantes de vendas encontrem as pessoas certas para se conectar. Assim, eles podem contar histórias interessantes para quem realmente precisa ouvi-las. O uso dessa funcionalidade e o compartilhamento de listas personalizadas com colegas e outras equipes são ferramentas valiosas para que os vendedores tenham um alcance significativo”.

— [Irina Soriano](#), Chefe de capacitação da Seismic

“Observe quem visita seu perfil. Use o recurso ‘Quem viu seu perfil’ para visualizar quem passou pelo seu perfil e entre em contato com essas pessoas para iniciar uma conversa”.

— [David J.P. Fisher](#), Presidente da Rockstar Consulting

“Quando os profissionais de vendas usam o LinkedIn para prospectar (ou seja, enviar mensagens de divulgação na plataforma), é muito mais provável que eles recebam uma resposta se a voz e a marca deles no LinkedIn estiverem em sintonia com o potencial cliente. As pessoas compram de outras pessoas, com base na emoção, principalmente em situações de medo e opressão, como nesta pandemia. Os profissionais de vendas precisam ajudar os potenciais clientes a entendê-los melhor como pessoas, por meio do compartilhamento de pensamentos, ideias e da sua voz única no LinkedIn”.

— [Anita Nielsen](#), Presidente da LDK Advisory Services

Está procurando mais recursos para se destacar nas vendas virtuais? Confira os seguintes conteúdos:

- [As vendas virtuais, agora em ritmo acelerado, podem ter chegado para ficar quando a pandemia acabar](#) (em inglês) - Adweek, inclui entrevistas com Irina Soriano e Robert Knop
- [Como os vendedores podem criar vídeos para redes sociais de maneira rápida e fácil](#) (em inglês) - David J.P. Fisher
- [Estabelecendo a identidade da sua marca](#) (em inglês) - Anita Nielsen
- [Velhas competências, nova ferramenta: primeiros passos para vender no LinkedIn](#) (em inglês) - Robert Knop
- [Video: Uso do LinkedIn como uma plataforma além da venda social e como um veículo para ouvir de verdade](#) (em inglês) - Morgan J Ingram

Judy Tian

Gerente de Marketing | Simples. Intensa. Feliz

Artigo originalmente publicado em inglês em <https://www.linkedin.com/business/sales/blog/sales-navigator/how-5-sales-experts-are-using-linkedin-and-sales-navigator-for-virtual-selling>

