



Como aplicar os princípios do “cliente em primeiro lugar” com o Sales Navigator

Quando os compradores ganham, os vendedores também ganham.

Essa crença fundamental orienta o suporte das soluções do LinkedIn às equipes de vendas. Queremos que você ganhe ajudando seus clientes a ganhar. O Sales Navigator foi projetado para ajudar os profissionais de vendas a entender de maneira mais rápida e clara o que é necessário para colaborar com eficácia e agir de maneira adequada.

Saiba mais sobre nossos [cinco princípios das vendas com foco no cliente](#), caso ainda não os conheça. A próxima etapa é entender como o LinkedIn pode contribuir para cada um desses princípios. Continue lendo para assistir a um tour prático dos principais recursos e funções com foco no cliente no Sales Navigator.

Como ativar a venda com foco no cliente com o Sales Navigator

Coloque o cliente em primeiro lugar com o Sales Navigator

Aprenda, depois defina	Compartilhe prontamente	Solucione, não venda	Agregue valor Conquiste a confiança
<ul style="list-style-type: none">• Pesquisa avançada• Sales Spotlights• Listas personalizadas• Alertas de interesse do comprador**	<ul style="list-style-type: none">• Experiências compartilhadas• InMail• Smart Links• Team Link	<ul style="list-style-type: none">• Páginas de contas• Perfis de leads• Alertas de notícias de leads• Insights de Smart Links*	<ul style="list-style-type: none">• Atividades de contato para reativação• Compartilhar listas personalizadas*• Alertas de notícias de contas• Validação de dados***

*SKUs do Sales Navigator Teams e Enterprise | **Somente o SKU Enterprise | ***SKUs Salesforce e MS Dynamics Enterprise

Aprenda, depois defina

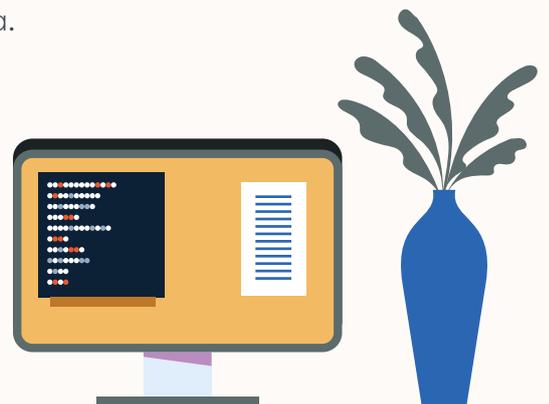
Tudo gira em torno dos compradores. Por isso, procure conhecer a situação única de cada um deles e conheça seus desafios em detalhes. Em seguida, use sua experiência para definir a solução e o processo de compra certos e trabalhe em conjunto com o comprador para obter os melhores resultados.

Uma pesquisa recente do LinkedIn constatou que 79% dos decisores têm menos probabilidade de interagir com profissionais de vendas que não têm conhecimento sobre suas empresas. Quando os vendedores interagem com informações imprecisas ou dispersas sobre o negócio de interesse, eles geralmente chegam a um beco sem saída.

Manter conversas produtivas e escutar ativamente são ações que podem ajudar a descobrir mais especificidades sobre os problemas de uma empresa. No entanto, os vendedores precisam ir além desse ponto para desenvolver uma compreensão da conta e suas circunstâncias. Além disso, eles também precisam filtrar os não adequados.

Conheça algumas ferramentas do Sales Navigator que ajudam as equipes de vendas a aprender e definir com eficiência:

- Primeiro, pesquise compradores adequados com os filtros de pesquisa avançados e refine os resultados com base em **Sales Spotlights**, ou seja, identifique os compradores que seguem sua empresa ou publicaram conteúdo no LinkedIn nos últimos 30 dias.
- Salve os potenciais clientes em **Listas personalizadas** e receba Alertas para se manter informado sobre oportunidades de ajudar.
- Monitore os **Compartilhamentos de leads** e os **Alertas de engajamento de leads** para identificar as principais áreas de interesse dos seus compradores. Visualize e interaja com novos alertas diretamente na sua página inicial.
- Use os **Alertas de interesse do comprador** para ver insights sobre os atributos dos potenciais compradores. Receba alertas quando a liderança sênior de contas salvas (vice-presidentes, sócios, dirigentes ou proprietários) visualizar a LinkedIn Page da sua organização ou o site da empresa.



Compartilhe rapidamente

Demonstre sempre transparência compartilhando abertamente informações sobre sua oferta e o setor do cliente. Lembre-se de que ele já fez a própria pesquisa. Portanto, ao compartilhar tendências, insights e conhecimento sobre o setor relacionado, você demonstrará que é um especialista que busca de fato agregar valor.

Quase metade dos compradores (44%) considerarão seriamente uma marca quando receberem conteúdo aplicável à função deles no processo de tomada de decisões. E isso não significa materiais puramente promocionais da sua solução, e sim informações claras, imparciais e úteis que oferecem clareza e insights sobre sua jornada.

Os representantes que usam o Sales Navigator têm uma variedade de ferramentas e técnicas à disposição para compartilhar de maneira rápida e relevante:

- Quando seus potenciais compradores publicarem conteúdo, interaja para expressar interesse e compartilhar insights relevantes. Os usuários do Sales Navigator observam um **aumento de 28% na taxa média de vitórias** quando interagem com o conteúdo de um lead.
- Filtre seus alertas por leads, contas e atividades compartilhadas para monitorar tudo com mais facilidade.
- Use os **Sales Spotlights** para identificar oportunidades de contato personalizadas ao interagir com leads, como o destaque de “Experiências compartilhadas”.
- Ao enviar um InMail, use os pontos em comum sugeridos. Dados do LinkedIn mostram que as **taxas de aceitação de InMail aumentam 50% se você tiver frequentado a mesma instituição de ensino e duplicam se tiver trabalhado na mesma empresa.**
- Crie um **Smart Link** na sua mensagem de InMail ao compartilhar conteúdo para monitorar as interações e fazer o acompanhamento com conteúdo mais relevante.
- Use apresentações pessoais com o **TeamLink** spotlight para gerar familiaridade com novos leads e potenciais clientes. Os profissionais de vendas observam **19% menos rejeições de InMail** quando têm pelo menos uma conexão em comum com o destinatário.

Solucione, não venda

Seja um consultor atento aos desafios específicos dos compradores, que oferece soluções que os ajude a atingir seus objetivos. Ao fazer isso, você gera um impacto imediato e estabelece uma parceria duradoura.

Você precisa convencer o comprador de que realmente entende os resultados desejados e as barreiras para alcançá-los antes de convencê-lo de que sua solução é a ideal. Para isso, é preciso assumir o papel de consultor de confiança e se posicionar como defensor do cliente no processo de compra.

Use esses recursos no Sales Navigator para evoluir de vendedor a solucionador:

- Para entender as necessidades específicas dos seus compradores, primeiro colete informações sobre a conta na seção **“Notícias e Insights”** da página da conta no Sales Navigator. Pesquise perfis de leads com base em destaques do perfil, conteúdos publicados recentemente, afiliações a grupos e recomendações.
- Continue monitorando os alertas de **Notícias de leads, Mudanças de carreira de leads** e **Novos decisores** para se adaptar às necessidades em evolução dos compradores.
- Prepare e compartilhe conteúdo de maneira fácil com potenciais compradores no fluxo de trabalho do Sales Navigator com **Smart Links**. Acompanhe e monitore as interações com conteúdos que você compartilha, recebendo alertas quando alguém usa o link.
- Use os insights de **Smart Links** para identificar novos membros do círculo de compra. Faça o acompanhamento com conteúdo mais personalizado, baseado nos cargos e objetivos de membros individuais do círculo de compra.

Agregue valor e ganhe a confiança

Garanta que o sucesso dos compradores seja o seu sucesso. Antes da venda, ofereça testes, demonstrações e treinamentos. Depois da venda, mantenha um envolvimento ativo. Verifique se o comprador está feliz com a forma como a solução está funcionando e faça o acompanhamento com atualizações relevantes para seus negócios. Aja de acordo com os interesses do comprador durante o processo, investindo no longo prazo, mesmo que isso exija sacrifícios de curto prazo. Compartilhe as ideias da liderança da sua empresa, interaja com as de seus clientes e apresente-os a outros profissionais para criar novos relacionamentos. Você criará parcerias de confiança verdadeiras que durarão por muito tempo.

Criar e manter relacionamentos em grande escala é um dos grandes desafios atuais da área de vendas. Como manter contato com tantas pessoas e contas diferentes, acompanhando suas circunstâncias únicas e em evolução, quando o tempo é limitado? É nessa área que o Sales Navigator tem mais impacto, oferecendo recursos e alertas integrados para ajudar você a desenvolver, de maneira ativa e atenta, uma grande diversidade de relacionamentos com compradores.

Veja como as equipes podem aproveitar todas as vantagens do Sales Navigator para agregar valor continuamente e ganhar a confiança dos compradores:

- Promova interações com potenciais clientes adicionando notas públicas ou privadas às **listas personalizadas**. Veja as “atividades de contato” nas listas relacionadas a mensagens enviadas, solicitações de conexão enviadas, atividades de Smart Link e status de cada interação em uma visualização única.
- Compartilhe suas listas com colegas para colaborar e acompanhar todas as interações de compradores. Você pode designar permissões de visualização ou edição. Receba alertas para quando forem adicionados ou removidos leads ou contas de suas listas.
- Veja os alertas de **Notícias de contas** e **Notícias de leads** para se manter atualizado sobre as mudanças dos seus compradores. Compartilhe conteúdo personalizado para manter o relacionamento.
- Os clientes com sincronização com o CRM podem usar os relatórios de **Validação de dados*** para identificar negócios em risco se um comprador tiver deixado uma oportunidade aberta, manter-se informados quando clientes anteriores (potenciais defensores) entrarem em outra empresa e indicar contatos desatualizados. (*Apenas para clientes do Salesforce e MS Dynamics Enterprise).
- Estabeleça sua marca e desenvolva credibilidade compartilhando insights relevantes para o setor no seu perfil do LinkedIn. Siga hashtags, líderes do setor e concorrentes no LinkedIn para se manter informado. Interaja com conteúdos e publicações dos seus compradores para manter suas conexões. Com base em dados do LinkedIn, **as principais hashtags em publicações de decisores foram #liderança #negócios #inovação e #marketing**. Estabeleça sua marca compartilhando insights relevantes para o setor em um ritmo regular com potenciais compradores e clientes atuais.
- Continue salvando seus clientes e novos compradores em listas personalizadas. Monitore os alertas e interaja com eles diretamente na página inicial do Sales Navigator. Interaja com conteúdos de compradores marcando que gostou, comentando ou compartilhando com sua rede.

Sakshi Mehta

Product Marketing no LinkedIn

Artigo originalmente publicado em inglês em <https://www.linkedin.com/business/sales/blog/strategy/activating-buyer-first-principles-with-sales-navigator>

