



# 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"><li>• Pesquisa avançada</li><li>• Sales Spotlights</li><li>• Listas personalizadas</li><li>• Alertas de interesse do comprador**</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Experiências compartilhadas</li><li>• InMail</li><li>• Smart Links</li><li>• Team Link</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Páginas de contas</li><li>• Perfis de leads</li><li>• Alertas de notícias de leads</li><li>• Insights de Smart Links*</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Atividades de contato para reativação</li><li>• Compartilhar listas personalizadas*</li><li>• Alertas de notícias de contas</li><li>• Validação de dados***</li></ul>

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

## Aprenda, depois defina

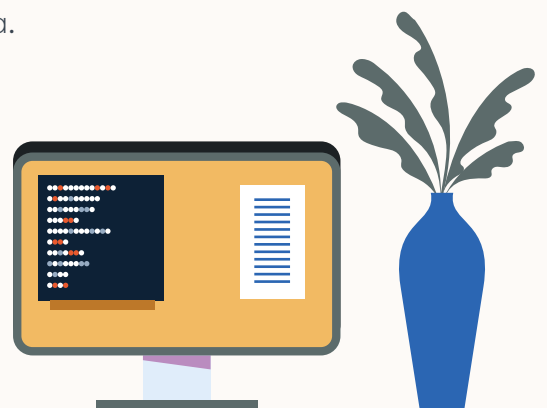
Tudo gira em torno dos compradores. Por isso, procure conhecer a situação única de cada um deles e conheça seus desafios em detalhes. Em seguida, use sua experiência para definir a solução e o processo de compra certos e trabalhe em conjunto com o comprador para obter os melhores resultados.

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>

