

Os clientes em primeiro lugar

Uma nova era para as vendas



Índice

Mensagem para o setor de vendas	3
Nossas descobertas	5
O caminho para o futuro	12
Os clientes em primeiro lugar: princípios	16
Nosso compromisso com os clientes em primeiro lugar	28

Mensagem para o setor de vendas: é hora de colocar os clientes em primeiro lugar

Caros colegas de vendas,

Já faz mais de seis meses que nossa realidade envolve viver e fazer negócios em um mundo virtual. Enquanto cada um de nós (profissionais de vendas e também nossos clientes) reavaliava e reinventava a forma de trabalhar, eu me perguntava como nosso setor poderia usar esse momento como uma oportunidade para desenvolver sistemas que funcionem melhor para nossos clientes e, portanto, nossos vendedores.

Afinal de contas, a venda virtual veio para ficar. De acordo com uma pesquisa do LinkedIn, 80% dos 500 profissionais de vendas entrevistados afirmaram ter mudado um pouco ou completamente para a venda virtual devido à COVID-19. Dentre os que afirmaram ter mudado para a venda virtual, 57% acreditam que esse novo modelo é melhor do que a abordagem de vendas tradicional e 46% esperam continuar vendendo virtualmente daqui a 12 meses.

A criação de um modelo de vendas que leve em conta essa realidade não é apenas algo bom de se fazer, é essencial. As empresas que agirem agora poderão obter uma boa vantagem competitiva. Já quem não enfrentar essa realidade correrá o risco de ficar para trás.

Este momento exige um novo modelo para as vendas. Ele deve tratar os clientes como consumidores modernos e dar aos vendedores as ferramentas de que eles precisam para serem consultores de confiança. Estamos em uma era na qual clientes e vendedores devem realmente trabalhar juntos. No LinkedIn, chamamos esse modelo de vendas de **clientes em primeiro lugar**.

Fico muito feliz em dividir, nas páginas a seguir, nossa visão para o futuro das vendas, tendo os clientes em primeiro lugar. Acreditamos que as vendas virtuais serão mais eficazes dessa maneira. Trata-se de uma chamada à ação para que todas as equipes de vendas transformem nosso setor e priorizem de fato os clientes. Espero que você se junte a nós nessa jornada.



Jonathan Lister

Jonathan Lister, vice-presidente das Soluções de Vendas do LinkedIn

Uma observação sobre nossa metodologia

Com mais de 706 milhões de usuários em todo o mundo, o LinkedIn é a maior rede profissional do mundo. O LinkedIn também é um dos únicos lugares em que os clientes e vendedores interagem uns com os outros todos os dias. Eles compartilham informações, fazem conexões e desenvolvem relacionamentos que agregam valor entre si.

E aprendemos muito com essas interações. No ano passado, analisamos milhões de sinais diários de clientes e vendedores em nossa plataforma e os combinamos com centenas de entrevistas com vendedores, clientes, analistas e profissionais de destaque e com nossa pesquisa com mais de dez mil profissionais de vendas e decisores por meio de nosso relatório Cenário de Vendas.

Como essas análises em mãos, podemos compartilhar nossas descobertas, bem como um guia para um novo caminho a seguir.



Nossas descobertas

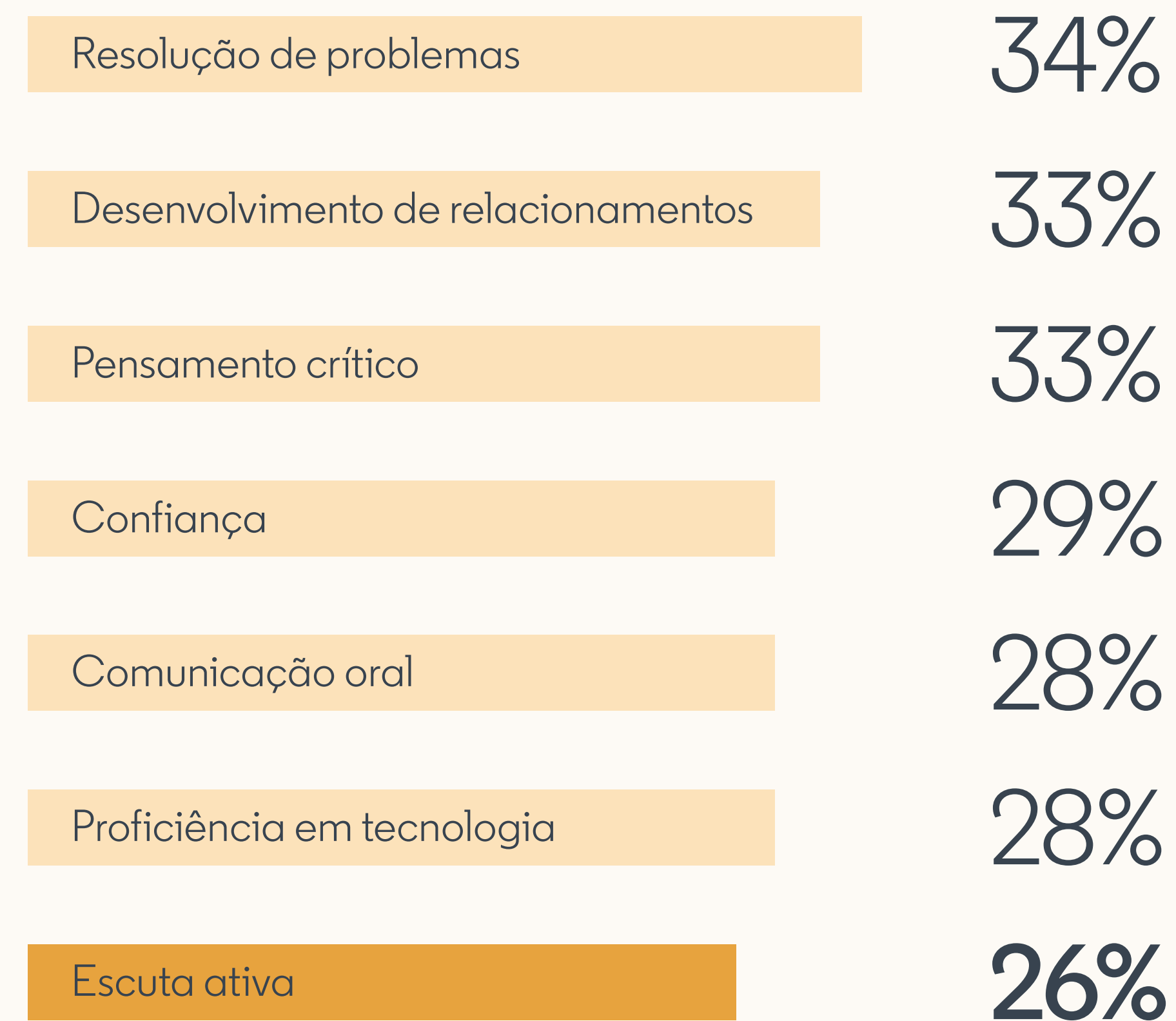
Atingimos um
ponto decisivo no
mercado de vendas

Os vendedores acreditam que estão colocando os clientes em primeiro lugar, mas não é assim que os clientes se sentem. Eles só querem que alguém os ouça, mas os decisores de vendas nem sempre procuram essa competência na hora de contratar seus vendedores.

O que os clientes valorizam nos vendedores



O que os decisores de vendas valorizam nos vendedores



90%

dos executivos não respondem a vendas B2B impessoais e optam por interagir mais seletivamente com as pessoas em quem confiam



A **distância** entre clientes e vendedores está aumentando

34%

do tempo dos vendedores é dedicado de fato a vendas, o que dificulta o desenvolvimento de relacionamentos de confiança com os clientes



Por falta de tempo, os vendedores passaram a adotar comportamentos que já não são mais viáveis em um mundo de vendas virtual.

Automação de mensagens impessoais que podem parecer spam

Técnicas desatualizadas, como controle de informações

Processos rígidos que não atendem às necessidades dos clientes

59%

Aumento nos e-mails de vendas em comparação à referência pré-COVID

25–30%

Declínio nas respostas dos clientes em comparação à referência pré-COVID

“No novo normal dos negócios remotos, novos padrões surgiram para garantir uma comunicação mais cuidadosa. Ninguém tem paciência para divulgações genéricas e com poucas informações. Para nós do setor de vendas, não há escolha. Precisamos agregar valor em cada etapa dos processos de compra.”



Alyssa Merwin

Vice-presidente de Soluções de Vendas do LinkedIn para as Américas

O futuro das vendas exige a adoção de um modelo novo

Ele deve tratar os **clientes** como consumidores modernos...

“Antes de tudo, os clientes são consumidores. Hoje, eles buscam uma experiência de compra B2B semelhante a uma compra personalizada e sem problemas, exatamente como nas suas compras como consumidores.”

Gary Ambrosino
CEO da TimeTrade

...e dar aos **vendedores** as ferramentas de que precisam para serem consultores de confiança

“É uma oportunidade e uma necessidade para a profissão de vendedor atender aos rigorosos requisitos intelectuais que os clientes têm para ajudá-los a resolver seus problemas.”

Craig Rosenberg
Cofundador da TOPO

O caminho para o futuro »

Está é uma
nova era para
as vendas

É hora de colocar os clientes em primeiro lugar.

Isso inclui priorizar seu acesso a informações, seus desafios de negócios individuais, sua maneira de trabalhar e seus resultados.

Priorizar os clientes é a única maneira de desenvolver relacionamentos significativos e confiáveis que permaneçam por toda a carreira, não só durante a venda.

É hora de elevar o padrão, e estamos fazendo exatamente isso.

Vendas com os clientes em primeiro lugar

Colocar os clientes em primeiro lugar é nossa visão para o futuro das vendas. É um modelo que respeita não só as necessidades e expectativas em evolução dos clientes, mas o tempo e a experiência dos vendedores.

Ele é também uma chamada à ação para que as equipes de vendas modernas adotem essa abordagem.



81%

dos principais vendedores afirmam
que sempre colocam os clientes em
primeiro lugar

60%

ao contrário dos demais

Os clientes em primeiro lugar não é apenas uma filosofia, é também uma prática

Para torná-la uma realidade, desenvolvemos **cinco princípios básicos**:

- 1 Informe-se e depois defina
- 2 Compartilhe sempre
- 3 Solucione, não venda
- 4 Agregue valor
- 5 Ganhe a confiança

Os clientes em primeiro lugar: princípios

1 Informe-se e depois defina

Os clientes estão enfrentando desafios sem precedentes, e cada situação é única.

Ao mesmo tempo, a experiência e o conhecimento de um vendedor podem agregar um grande valor ao ajudar os clientes a seguir em frente nesse período de incertezas.

O vendedor que adota a abordagem dos clientes em primeiro lugar sempre ouve primeiro para depois orientar.



Os clientes em primeiro lugar: princípios

1

Informe-se e depois defina

Por que isso é importante

“Está tudo relacionado ao cliente e como ajudá-lo a crescer, a se fortalecer e ser mais ágil. O foco não deve ser seu processo de vendas ou sua ferramenta. Portanto, temos que nos concentrar em ouvir o cliente e colocar em prática qualquer feedback. Você deve ouvir o que ele deseja e agir com base nisso.”

Roderick Jefferson

CEO da Roderick Jefferson & Associates

Os vendedores devem

Entender quem é quem no círculo de compra e saber as diferentes necessidades e preocupações de todos

Praticar a escuta ativa e estar abertos para reestruturar a oferta, o processo e as métricas de sucesso para se adaptar à situação de um cliente

Contar com a experiência dos clientes para ajudá-los a atingir os objetivos da melhor forma, mesmo que isso exija uma mudança, mais etapas ou uma solução diferente

79%

dos decisores têm menos probabilidade de interagir com profissionais de vendas que não têm conhecimento sobre suas empresas

56%

dos decisores tendem a considerar os produtos ou serviços de uma marca se o profissional de vendas tem clareza sobre suas necessidades de negócios

Os clientes em primeiro lugar: princípios

2

Compartilhe sempre

Como consumidores, o acesso a informações sobre produtos e serviços é um quesito básico. Se eles podem encontrar até o preço da casa do vizinho on-line, por que o setor de vendas ainda controla informações sobre os produtos e as soluções e restringe o acesso a avaliações? Os clientes valorizam a transparência e, se você não facilitar a investigação para eles, outra pessoa ou empresa o fará.

O vendedor que adota a abordagem dos clientes em primeiro lugar sempre lhes fornece informações.



Os clientes em primeiro lugar: princípios

2

Compartilhe sempre

Por que isso é importante

“Os clientes já buscaram as informações de que precisam. Eles querem que você forneça insights que possam mudar sua perspectiva. Também querem clareza sobre o verdadeiro desafio dos negócios. Para eles, os vendedores devem criar uma solução em conjunto e não dizer a eles o que fazer.”

Jeff Davis

Autor de “Create Togetherness” e palestrante

Os vendedores devem

Falar com credibilidade e transparência sobre as diferenças em relação às soluções da concorrência e mencionar os desafios e objetivos do cliente

Permitir que os clientes façam suas próprias pesquisas compartilhando recursos e preços e garantindo que as informações, avaliações e comparações sejam objetivas e equilibradas

Compartilhar tendências, insights e aprendizados específicos do setor do cliente para ganhar confiança

44%

dos clientes considerarão seriamente uma marca quando receberem conteúdo aplicável à própria função no processo de tomada de decisões

28%

de aumento nas taxas de fechamento quando vendedores interagem com o conteúdo de um decisor

Os clientes em primeiro lugar: princípios

3

Solucione, não venda

Para os clientes, confiança é a qualidade mais desejável em um vendedor.

Hoje, mais do que nunca, eles querem (e precisam de) alguém que cuide deles como um verdadeiro parceiro.

O vendedor que adota a abordagem dos clientes em primeiro lugar sempre mede o sucesso com os problemas resolvidos, não com os produtos vendidos.



Os clientes em primeiro lugar: princípios

3

Solucione, não venda

Por que isso é importante

“Os clientes querem saber que você se preocupa com os interesses deles. Você precisa entender seus desafios e pensar em como resolvê-los de uma forma ou de outra. Quando um cliente encontra um vendedor que faz isso de um modo eficaz, ele contará com esse profissional pelo resto da vida.”

Samantha McKenna
Fundadora da #samsales

Os vendedores devem

Tornar-se um consultor de confiança, ouvindo os desafios específicos dos clientes e elaborando soluções que os ajudem a atingir os objetivos

Revelar novas oportunidades que vão além do que seu produto pode fazer por eles

Saber quando a resolução do problema do cliente envolve recomendar uma solução diferente

Os decisores preferem trabalhar com profissionais de vendas que eles considerem:

66%

Parceiros
fundamentais

88%

Consultores
confiáveis

91%

Bem informados
sobre seus setores

Os clientes em primeiro lugar: princípios

4

Agregue valor

As empresas mais centradas nos clientes não enxergam uma venda como o fim de um ciclo de compra. Para elas, trata-se do início do próximo ciclo. Esse nível de cuidado significa acompanhar o processo muito depois de uma oportunidade ser fechada para garantir que o cliente esteja conseguindo o valor máximo de sua solução.

O vendedor que adota a abordagem dos clientes em primeiro lugar sempre realinha os incentivos para que o sucesso do cliente seja o seu próprio sucesso.



Os clientes em primeiro lugar: princípios

4

Agregue valor

Por que isso é importante

“É uma questão de consistência. Ao exibir sua mensagem e seu valor com consistência, demonstrando que se importa e que está ouvindo, você ganhará a atenção das pessoas e criará um senso de autenticidade e conexão.”

Jeff Davis

Autor de “Create Togetherness” e palestrante principal

Os vendedores devem

Oferecer testes, experiências e treinamentos antes da venda para proporcionar o máximo valor

Manter-se ativamente engajado após a venda para garantir que o cliente esteja satisfeito com o funcionamento da solução

Acompanhar as atualizações importantes nos negócios dos clientes para garantir que a solução proporcione sempre os melhores resultados

Os clientes em primeiro lugar: princípios

5

Ganhe a confiança

O vendedor que adota a abordagem dos clientes em primeiro lugar desenvolve relacionamentos de confiança de longo prazo, sempre agindo em nome do melhor interesse desses clientes. Ao implementar esses quatro primeiros princípios, os vendedores terão certeza de que priorizam relacionamentos de longo prazo em vez de ganhos de curto prazo e de que sempre investem no sucesso do cliente.



Os clientes em primeiro lugar: princípios

5

Ganhe a confiança

Por que isso é importante

“Uma parceria entre um cliente e um vendedor significa que há confiança, que podemos ser abertos e transparentes e que podemos ter conversas honestas sobre as necessidades desse cliente. Ele deve saber que, quando faço uma recomendação, tenho sempre interesse dele em mente.”

Jen Spencer

Vice-presidente de vendas e marketing da SmartBug Media

Os vendedores devem

Continuar a investir no negócio e no sucesso do cliente

Interagir com a equipe de liderança do cliente e compartilhar seu conhecimento

Fazer apresentações e criar novos relacionamentos

35%

dos decisores classificam a confiança como o item mais importante no fechamento de um negócio, acima até do ROI do produto ou serviço ou do preço

89%

dos decisores afirmam que a liderança inovadora é eficaz para melhorar as percepções deles sobre uma empresa

Os vendedores concordam totalmente com a abordagem dos clientes em primeiro lugar

82%

conseguem se identificar com essa abordagem

Nosso compromisso
com os clientes em
primeiro lugar

No LinkedIn, estamos adotando a abordagem dos clientes em primeiro lugar na prática

Para sugerir um padrão mais elevado para o setor, precisamos também adotá-lo.

O LinkedIn é, antes de mais nada, um lugar para criar conexões e desenvolver relacionamentos, e por isso podemos partir de uma base sólida. Na era dos clientes em primeiro lugar, nosso objetivo é simples: criar um ecossistema onde os clientes tenham acesso às pessoas, às informações e aos conhecimentos necessários, e onde os vendedores possam colocá-los de fato em primeiro lugar, na sua maneira de encontrar, criar e desenvolver relacionamentos para que todos atinjam seus objetivos.

Tendo isso em mente, gostaríamos de compartilhar algumas maneiras pelas quais nossa **plataforma**, nossos **produtos** e nossos **processos** internos de vendas já estão funcionando para atingir essa meta, além de nossos planos para o futuro.

Nossa plataforma

Os clientes e vendedores de todo o mundo se encontram no LinkedIn

Como a maior rede profissional do mundo, com 706 milhões de usuários, o LinkedIn é a única comunidade ativa em que clientes e vendedores se unem para agregar valor uns aos outros.

É onde os clientes compartilham informações sobre si mesmos em tempo real, incluindo o que lhes interessa, do que precisam e como gostam de comprar.

Isso significa que também somos o lugar onde os vendedores podem ouvir e aprender. E podem não apenas esperar que sejam relevantes, mas saber que são.



Nossa plataforma

“As vendas no LinkedIn sempre começaram e terminaram com nosso cliente e o valor que agregamos para ele. Mas sabemos que há mais a se fazer. Estamos pensando em como colocamos os clientes em primeiro lugar, quais princípios nos orientam no desenvolvimento desses relacionamentos e como nossos produtos ajudam os vendedores a também colocar os clientes em primeiro lugar.”



Jonathan Lister

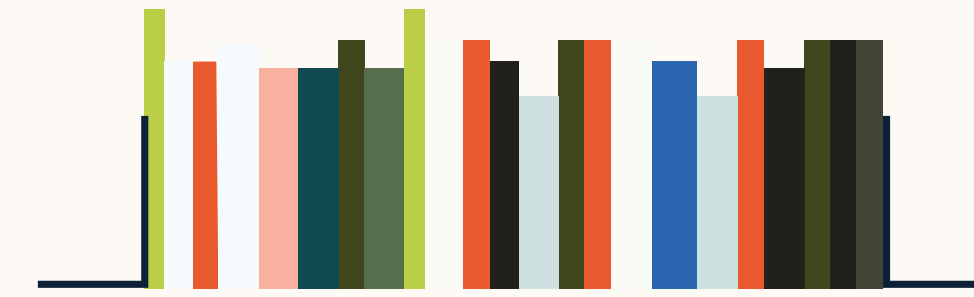
Vice-presidente de Soluções de Vendas do LinkedIn

Nosso processo de vendas

Nosso compromisso com os clientes em primeiro lugar

No LinkedIn, adotamos totalmente a abordagem dos clientes em primeiro lugar. Isso significa garantir que nossas equipes de vendas também adotem essa abordagem ao incorporar esses princípios nos nossos processos.

Também nos comprometemos a avaliar continuamente nossos próprios sistemas, métricas de sucesso e recompensas para continuar sempre melhorando.



“Sem clientes não há venda, independentemente da qualidade de seus vendedores. Investir profundamente no relacionamento com o cliente tornou-se uma prioridade muito maior para todas as equipes de vendas, especialmente em ambiente remotos.”



Liam Halpin

Vice-presidente de vendas para EMEA e América Latina das Soluções de Vendas do LinkedIn

Nosso produto

Nossos recursos favorecem a abordagem dos clientes em primeiro lugar



Hoje

Sinais de interesse do comprador: ajudam a entender se as pessoas estão pesquisando sobre você e sua empresa ou mesmo se estão interagindo com seu conteúdo.

Alertas e destaques: mostram aos vendedores mudanças de emprego recentes, promoções, etc., permitindo que eles ouçam e aprendam para que possam personalizar seu contato.

Aprendizagem contínua: por meio do acompanhamento de hashtags, concorrentes e líderes do setor dos clientes.

No futuro

Alertas de interesse do comprador: ajudarão os vendedores a evitar mensagens de spam e contatar apenas os clientes que já demonstraram interesse. Eles oferecerão insights inteligentes, que agrupam sinais de vários clientes, para recomendar o momento certo para interagir com aqueles que possam estar mais interessados.

Mais confiança: nossos recursos permitem que os clientes compartilhem suas experiências com os vendedores e com os produtos.

Maior transparência: os vendedores poderão aumentar sua reputação ao adicionar mais informações sobre si próprios.

Nosso produto

“Clientes e vendedores estão se ajustando a um novo normal. Os desafios de cada comprador podem parecer diferentes, mas há um elemento constante: todos precisam confiar que você conhece seus desafios e objetivos.”



Lindsey Edwards

Vice-presidente de gerenciamento de produto, Soluções de Vendas e Plataforma Enterprise do LinkedIn

O que você pode fazer

Junte-se ao movimento dos clientes em primeiro lugar

Colocar os clientes em primeiro lugar nos ajudará a construir relacionamentos sólidos, que geram valor em cada etapa do processo de compra.

Para começar, siga estas etapas:

Siga a hashtag #BuyerFirst

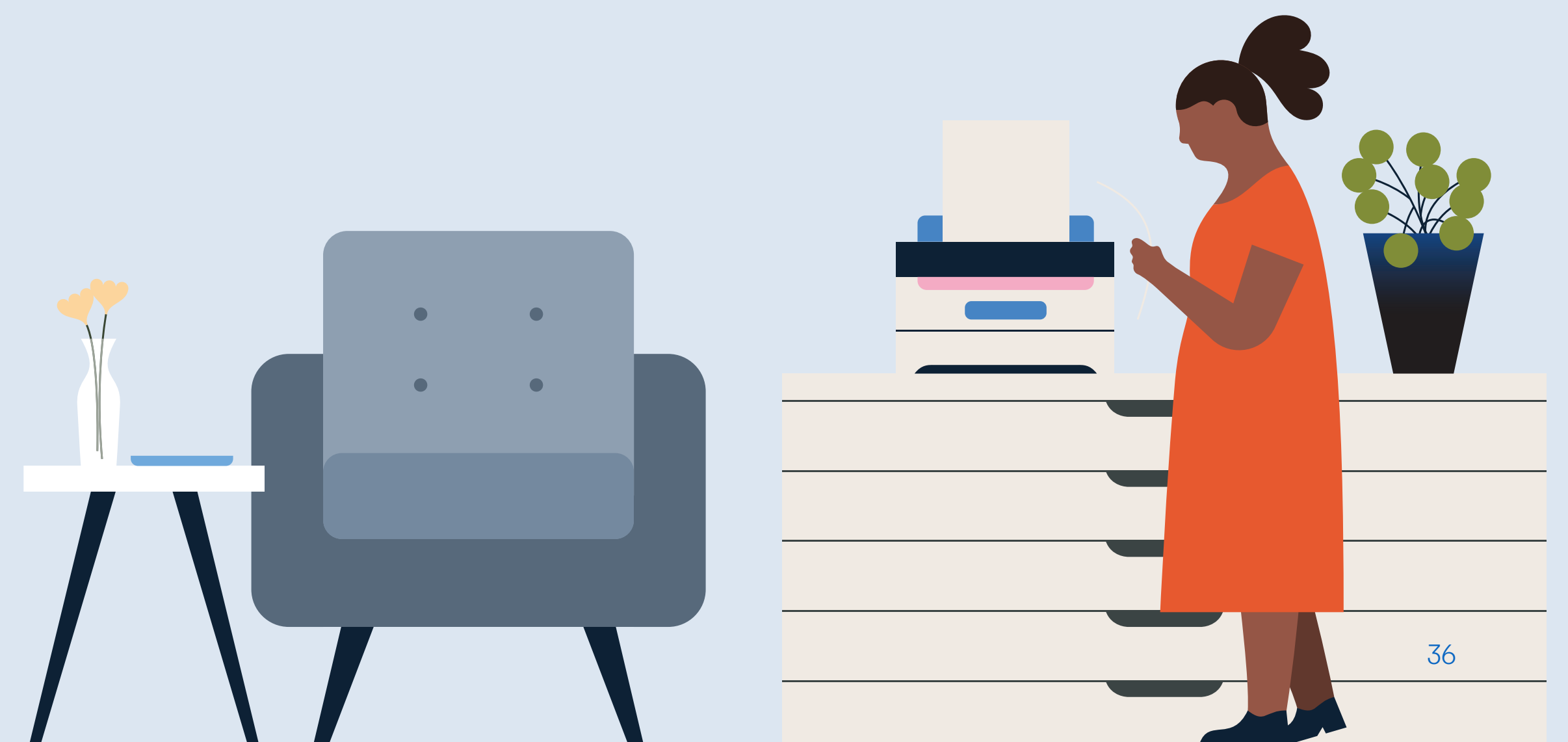
e participe das discussões utilizando-a.

Acesse

business.linkedin.com/sales-solutions/buyer-first para mais recursos e conteúdo sobre como adotar a abordagem dos clientes em primeiro lugar.

Assine o blog das Soluções de Vendas do LinkedIn

para acessar conteúdo atualizado e descobrir porque colocar os clientes em primeiro lugar pode transformar seu processo de vendas.



Agradecemos
sua atenção!