



Como transmitir autenticidade nas vendas virtuais

Durante uma reunião presencial é muito simples transmitir autenticidade. Por décadas, o contato visual constante, um aperto de mão caloroso e uma imagem sincera ajudaram os vendedores a desenvolver uma conexão imediata com os compradores.

Na era das vendas virtuais, a autenticidade nem sempre é fácil de ser transmitida. Você consegue realmente expressar quem você é por meio de uma tela de computador? Eu diria, com certeza!

Embora não haja como negar as desvantagens da distância em uma conversa, os vendedores não ignoram os benefícios exclusivos de uma dinâmica de venda virtual quando se trata de transmitir autenticidade e proximidade. Por exemplo, ao conduzir uma videochamada com um comprador, é quase como se você o estivesse convidando para se sentar na sua sala de estar.

Como disse [Devin Reed](#) da Gong durante nosso [recente evento, LinkedIn Spark](#) (em inglês): “o que é mais pessoal do que receber alguém em sua casa?”

Ele e [Jesse Rothstein](#) do LinkedIn tiveram uma ótima conversa sobre autenticidade nas vendas virtuais. Hoje vamos nos aprofundar nesse tópico crítico e oportuno, compartilhando mais dos insights de Reed e Rothstein, bem como dicas adicionais para aprimorar sua abordagem.

Autenticidade nas vendas virtuais: 5 dicas para criar conexões

“Construir confiança começa por ser o seu verdadeiro e autêntico eu em todas as interações”, diz Reed. “É uma tendência que muitas vezes é percebida como um desafio, mas na verdade é uma oportunidade”. Vamos dar uma olhada em algumas formas de aproveitar essa oportunidade.

Seja você mesmo e abra um espaço na sua vida para os compradores

Como Reed observou, há um aspecto muito pessoal na realização de uma videochamada de onde você mora. Você não precisa necessariamente transmitir de um escritório com aparência profissional ou com um fundo virtual. Além disso, não há necessidade de ficar envergonhado ou se desculpar se um cachorro vier correndo em seu colo ou se um bebê estiver chorando ao fundo.

Em circunstâncias anteriores, essas coisas poderiam ter sido vistas como pouco profissionais ou como desleixo. Mas, no ano passado, a maioria das pessoas trabalhou em casa e teve que lidar com distrações semelhantes. Em muitos casos isso pode gerar um comentário ou uma conversa que mostrem empatia. “Gato andando pelo teclado, hein? Sei como é”.

Quando fazemos chamadas de casa, diz Reed, “removemos aquela camada de polimento e agora trazemos nosso verdadeiro eu para o trabalho.”

Sempre que possível, ligue a câmera

Embora nada se compare à sensação de conversar com alguém no mesmo espaço físico, poder ver a outra pessoa através de uma tela é a segunda melhor opção. E isso realmente causa um impacto. De acordo com a pesquisa da Gong, os negócios têm 127% mais chances de serem fechados quando as câmeras estão ativas.

Você consegue ver a pessoa com quem está se reunindo na tela, o que permite captar sua linguagem corporal e reações. Mas o que é mais importante, na visão de Reed, é que o cliente pode ver você.

“Vender é acreditar”, ele diz. “Você quer que os compradores vejam que estão trabalhando com um ser humano, alguém em quem possam confiar”.

Ele recomenda dar o exemplo, ligando sua câmera imediatamente e pedindo gentilmente que a pessoa do outro lado ligue a dela, mas sem insistir no assunto se ela não puder ou se sentir desconfortável.

Venha preparado com pontos de conversa casuais e notas do cliente

Um dos maiores erros nas vendas virtuais (*em inglês*), de acordo com Ben Taylor da Association for Talent Development, é assumir que a conexão virá de forma tão natural quanto pessoalmente, quando é mais fácil falar sobre seus arredores ou experiências comuns, como o tempo lá fora. Ao se comunicar virtualmente à distância, isso pode ser mais desafiador.

Nesse sentido, um pouco de preparação ajuda muito.

“Os profissionais de vendas devem estimular uma conversa casual que possa levar a uma discussão formal”, aconselha Taylor. “Eles devem pesquisar eventos atuais nos negócios e no setor do cliente para ajudar a iniciar a conversa nos primeiros momentos, quando todos ainda estão se começando a ficar confortáveis em estar na frente das câmeras”.

Além de pesquisar sua empresa e setor, saiba mais sobre os próprios compradores analisando seus perfis do LinkedIn e outros perfis voltados para o público. Talvez você descubra que a faculdade do seu contato foi incluída em uma lista de destaque ou que ele está envolvido em uma causa que é importante para você.

Inclua mais autenticidade no seu perfil do LinkedIn

O perfil do LinkedIn é um destino comum nas pesquisas dos compradores. Se eles quiserem saber mais sobre você antes de uma reunião, é bem possível que eles passem por lá. Na verdade, Rothstein observou durante o evento que os vendedores têm seus perfis do LinkedIn visualizados duas vezes mais do que o usuário comum.

“Em um mundo virtual, onde os olhos de todos estão grudados nas telas, os vendedores precisam saber que sua marca digital nunca foi tão importante”, diz Rothstein.

Retroceda um pouco e veja seu perfil com os olhos de um comprador curioso. Parece um currículo profissional sem graça? Está cheio de chavões e jargões? Ou realmente transmite quem você é como ser humano?

Certamente existe um equilíbrio, pois o LinkedIn é uma rede profissional, mas ainda assim é possível ser um pouco mais casual e coloquial ao contar às pessoas sobre você nesse espaço. Nosso curso do LinkedIn Learning sobre como destacar seu perfil do LinkedIn (*em inglês*) inclui diversas dicas que ajudarão você a enviar os sinais certos.



Seja sincero e transparente

Não existe solução perfeita para todos. Todos os produtos e serviços têm seus pontos fortes e fracos. Quando os vendedores focam suas mensagens e apresentações apenas nos aspectos positivos, isso não necessariamente contribui para um ar de autenticidade.

Por outro lado, reconhecer prontamente uma deficiência específica ou uma área em que esteja faltando conhecimento pode ajudar a construir confiança. Quando um comprador ouve algo como “serei honesto, a curva de aprendizado do nosso software é um pouco mais acentuada do que alguns outros, mas a experiência final vale a pena”, pode baixar a guarda porque eles não sentirão como se você estivesse escondendo algo ou pintando uma imagem falsa.

Traga o seu eu mais autêntico para as interações virtuais

Seja conversando pessoalmente ou por uma tela, e independentemente de estarem separados por alguns metros ou algumas centenas de quilômetros, toda reunião de vendas ainda envolve (pelo menos) dois seres humanos. Conectar-se em um nível mais profundo e cultivar relacionamentos sólidos é essencial para o sucesso nas vendas modernas, e isso começa com a compreensão de quem você realmente é. Ou, como diz Reed, “seja o seu eu verdadeiro e autêntico em todas as interações.”

Com as dicas acima, você pode tornar seus encontros virtuais mais realistas. Para obter mais conselhos dos principais especialistas como Reed e Rothstein sobre como melhorar sua abordagem de venda virtual e obter melhores resultados, [assista ao LinkedIn Spark on-demand](#) (em inglês).

Steve Kearns

Marketing Leader | Speaker | Digital Storyteller @ LinkedIn

Artigo originalmente publicado em inglês em <https://www.linkedin.com/business/sales/blog/events/generating-more-authenticity-in-virtual-selling>

