

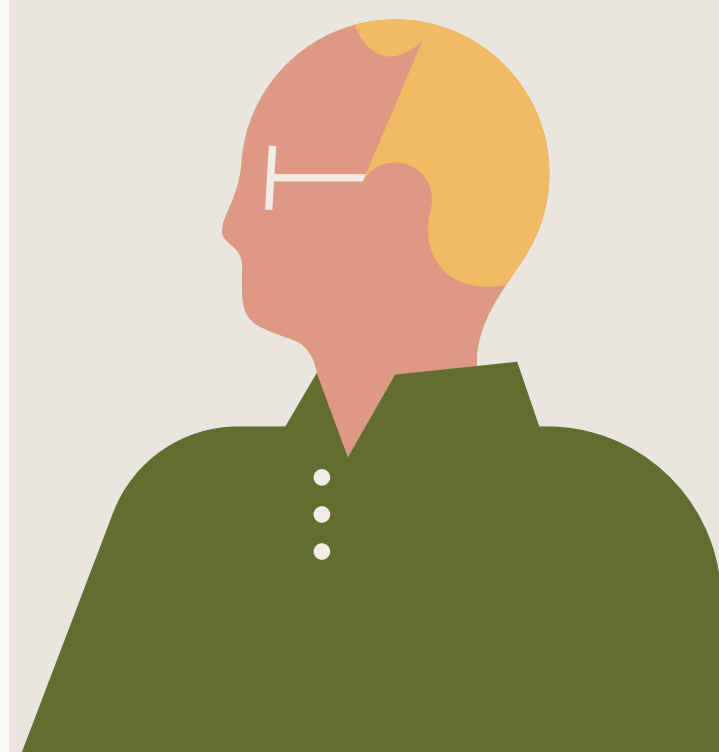
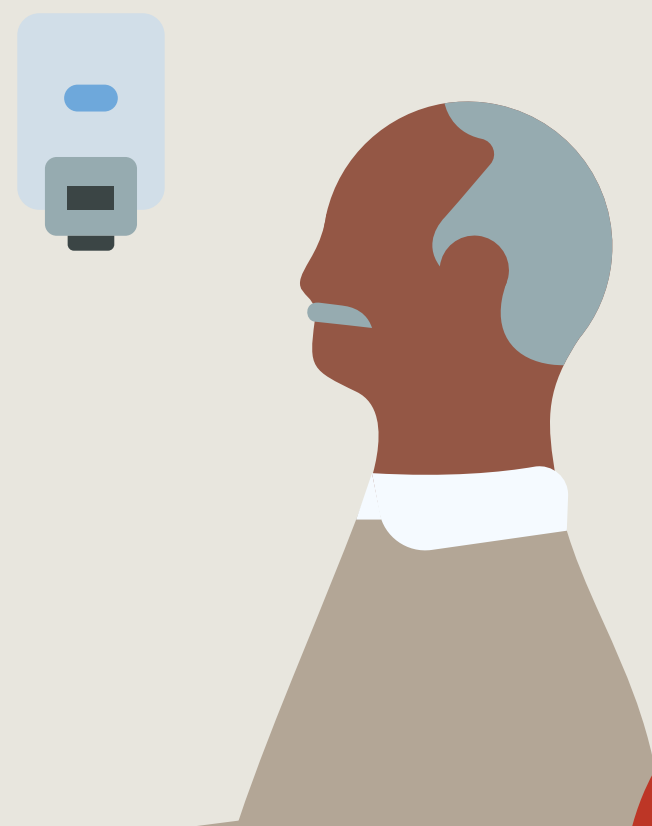


8 dicas para ajudar
o time de vendas
a navegar em um mercado
em transformação



Em águas desconhecidas, vender torna-se um desafio ainda maior. A incerteza de um mercado em transformação pode afetar a geração de novos leads e todo o processo de vendas. Como o time pode trabalhar em um contexto de constante mudança?

Neste material, reunimos dicas para mitigar os efeitos de um panorama de trabalho remoto. **Mais do que isso: são ações para tentar utilizar ao máximo o que canais digitais oferecem para o time na hora de vender.**



1.

Lembre-se do que realmente importa, a segurança do time

Aqui, vale a máxima da segurança e saúde da equipe. Ofereça o que for necessário para manter o time e clientes protegidos. A ideia é que tudo possa ser feito de maneira virtual: priorize conversas por videoconferência utilizando ferramentas como o Microsoft Teams. Até mesmo para assinar contratos é possível evitar encontros físicos com plataformas como o DocuSign, por exemplo.

Cuidado também com a saúde mental. Cheque regularmente para saber como as pessoas da equipe estão lidando com o isolamento, solidão, convívio com crianças e idosos.

2.

Procure, de maneira constante, alinhar-se com o seu time

Reuniões por videoconferência: elas estão por todos os lados. E devem ser a sua principal aliada para manter toda a equipe alinhada e motivada.

Ah, mas não se esqueça: a comunicação com o time vai além de reuniões. O papo do dia a dia -- aquele que acontece no café ou durante um intervalo -- faz parte para uma equipe se manter unida.

Veja algumas ideias:

- Marque conversas regulares com a equipe. Reveze entre encontros em grupo e papos individuais: às vezes alguém do time se sente mais confortável em ter determinadas conversas em particular
- Converse pelo menos uma vez por dia sobre metas, preocupações e dúvidas
- Sendo chefe ou não, pense em maneiras criativas de manter a equipe motivada e engajada: desafios virtuais divertidos, um quiz ou reunião temática.
- Gentilezas como enviar guloseimas na casa dos companheiros de trabalho, para todos comerem juntos (remotamente, claro!) também podem fazer alguém ganhar o dia
- Encontre tempo para pelo menos enviar uma mensagem rápida para comemorar conquistas -- até mesmo as pequenas. Desde o contato com um cliente difícil até a assinatura de um novo contrato





3.

Inspire-se na liderança inovadora para passar por períodos turbulentos

Quando tudo é incerto, as pessoas podem precisar, mais do que nunca, de uma liderança inovadora. Utilize esse momento para se inspirar em modelos de gestão que podem ajudar a navegar neste período de transformação -- mesmo que você não tenha um cargo de liderança na equipe.

Confira todos os detalhes do conceito de **liderança inovadora**. Uma liderança com caráter pedagógico e estimulante. Este conceito se baseia em ideias que podem levar o time em direções além do habitual, trazendo soluções disruptivas.



4.

Mantenha-se bem informado e nutra os seus clientes com conteúdo

Atualmente, informar-se pode ser um desafio. Com tantas fontes de notícia por aí, a dica é se ater a conteúdos com credibilidade. Estando bem informado, você poderá nutrir os seus leads com conteúdos que ajudem verdadeiramente os clientes atuais e em potencial.

Segundo estudo, 74% dos compradores escolhem a empresa que foi a primeira a agregar valor durante o processo de decisão de compra.

Para que as pessoas se mantenham informadas sobre o mercado, o próprio LinkedIn tem um **boletim** diário, que traz uma curadoria das notícias mais relevantes do dia.

Também é importante estar por dentro do que acontece com sua carteira de clientes, para compartilhar conhecimento e oferecer serviços de maneira relevante, sem ser invasivo.



5.

Seja o suporte que seu cliente precisa

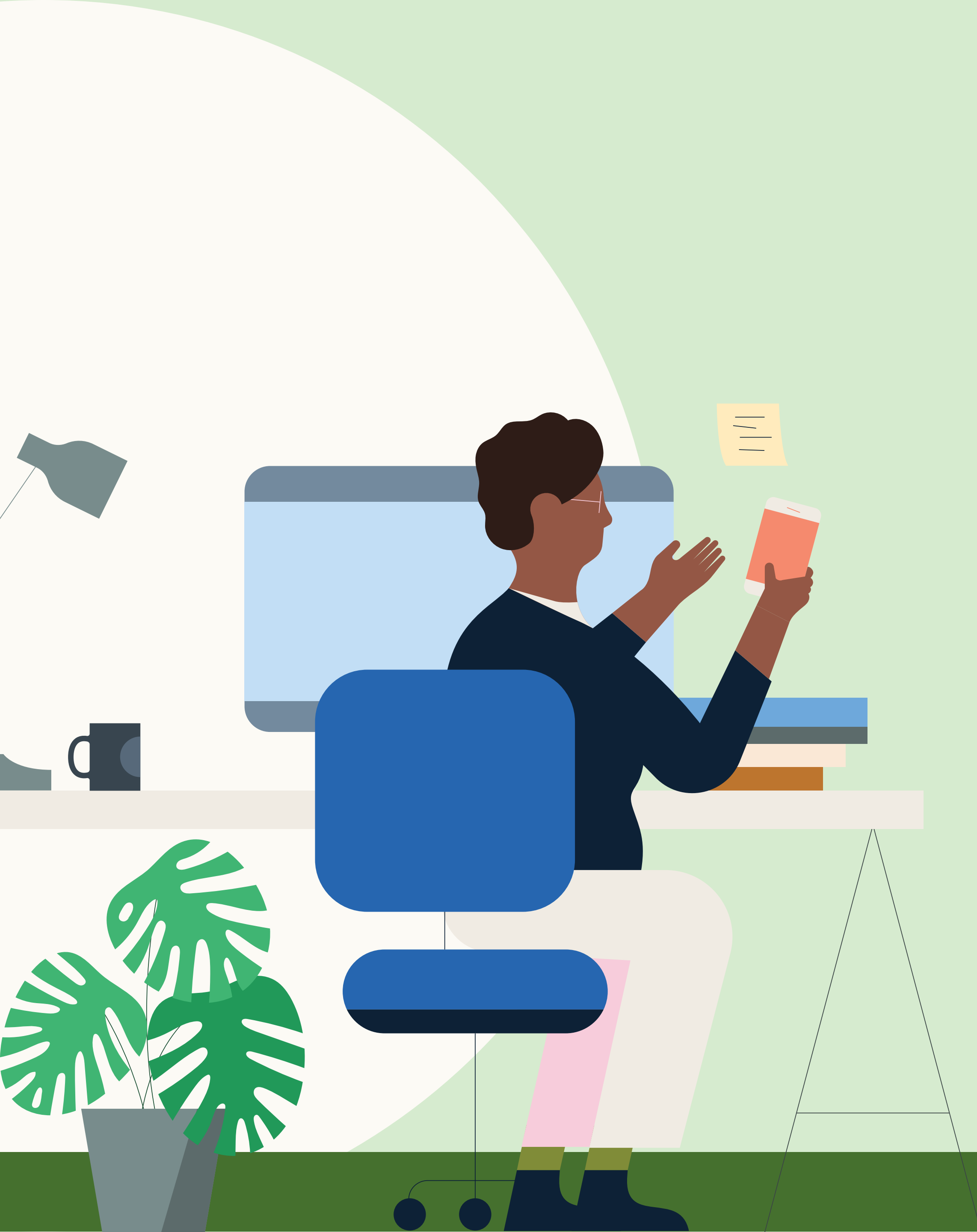
Em alguns momentos, o mercado pode estar de ponta-cabeça. Como você pode auxiliar o seu cliente em períodos turbulentos? Neste contexto, o cenário pode ser confuso. Enquanto uma maioria tem queda nos números, outros podem ver o volume de negócio crescer.

Para quem está enfrentando um período de estagnação, ainda que os clientes não estejam prontos para fazer negócios agora, se você se destacar como um conselheiro e “braço direito”, com certeza vai ser lembrado quando a tormenta passar.

Fique atento aos posicionamentos de empresas parceiras nas redes sociais e na mídia, além das publicações e postagens de clientes no LinkedIn. Estes podem ser bons termômetros do seu entorno.

Alguma ações para manter-se ao lado do cliente:

- Esteja disponível para tirar dúvidas
- Troque ideias, compartilhe aprendizados e supere desafios juntos
- Entenda qual é o melhor horário do dia para entrar em contato com cada cliente



6.

Aumente e otimize a sua presença digital -- compartilhe conhecimento, conteúdos e experiências

Em tempos de trabalho remoto, vai existir uma luta pelo espaço em redes sociais -- e profissionais terão que ser criativas na hora de vender. Já falamos sobre nutrir leads com conteúdo, mas é necessário ir além: nas reuniões com o time de vendas, discuta como é possível utilizar as ferramentas abaixo para manter os leads aquecidos.

- **Mostre-se ativo no LinkedIn:** interaja e participe em postagens para ter discussões produtivas sobre o mercado de trabalho.
- **Compartilhe conteúdos relevantes para as suas conexões**
- **Escrever um artigo sobre como está sendo a sua experiência remota** pode trazer uma exposição interessante para o seu trabalho
- **LinkedIn Stories:** dinâmica, a ferramenta permite divulgar conteúdos mais rápidos -- que tal dicas rápidas e práticas para os seus clientes?



7.

Seja objetivo em reuniões e apresentações

Ache o tom certo para a comunicação: ela é o seu carro-chefe no trabalho remoto. Adapte o seu discurso para um mercado de trabalho focado em apresentações e conversas virtuais:

- Seja prático, diminua o tempo das apresentações. O tempo máximo de atenção das pessoas diminui no formato digital
- Faça um esforço para conversar com seus clientes por videoconferência, ao invés de e-mail ou telefone, alimentando a empatia
- Faça apresentações em vídeo, mas ofereça a opção de um bate-papo apenas por áudio
- Teste antes as ferramentas de comunicação que serão usadas para evitar contratemplos
- Seja ágil ao enviar um email de follow-up da reunião com materiais, apresentações e propostas. Use ferramentas para fazer o acompanhamento de quem abriu e visualizou suas apresentações. Assim você estará mais informado sobre os próximos passos com cada cliente.

8.

Use a tecnologia de vendas a seu favor

Organizar processos é sempre um facilitador, especialmente em tempos de dúvida. Que tal aproveitar este momento para incorporar tecnologias que aumentam a produtividade do time de vendas?

- Continue gerando novos leads virtualmente: ferramentas como o [LinkedIn Sales Navigator](#) oferecem a oportunidade do time prospectar novos clientes de qualquer lugar, usando centenas de filtros para pesquisar os leads certos na base de mais de 690 milhões de usuários do LinkedIn
- O **LinkedIn Live** pode ser utilizado pelas páginas de empresas para fazer eventos, webinars ou compartilhar experiências.
- Ter um CRM (“customer relationship management”, traduzido, gestão de relacionamento com clientes) atualizado, por exemplo, é importante para organizar os leads. O CRM é uma ferramenta chave para gerenciar o passo a passo de contato durante as vendas e analisar pontos fracos e fortes do seu negócio. A ideia é ter uma maior previsibilidade de metas e performance. Estabeleça uma rotina de atualização, indicadores de preenchimento e atualização das informações
- Otimize sua agenda: com menos deslocamentos, sobra mais espaço para reuniões. Ferramentas como o Calendly facilitam o agendamento de reuniões com clientes e tornam seu dia mais produtivo

