



## Quais tendências de vendas B2B prevalecerão em 2021?

Como já é de se esperar, muitos conteúdos foram publicados recentemente apresentando previsões, orientações e análises do futuro. O alinhamento a esses cinco enfoques principais ajudará os líderes de vendas a esclarecerem suas estratégias e planos.

### **A trajetória dos clientes digitais é o centro das atenções**

A digitalização das vendas e a ascensão do comércio pela internet já estavam acontecendo bastante no começo de 2020, mas se tornaram onipresentes durante a pandemia. Mesmo as organizações cujas transformações digitais estavam relativamente avançadas foram pegas desprevenidas e forçadas a se adaptarem durante o processo.

Ainda que as vendas comecem a retornar às normas anteriores, o comércio virtual continuará sendo um pilar fundamental. Agora, as equipes de vendas do mundo todo podem usar esse modelo como um recurso central. Amplos esforços de planejamento estratégico serão fundamentais para fortalecer essas habilidades.

No artigo [Seis tendências de vendas B2B para observar em 2021 \(em inglês\)](#), a SMARTe destaca várias iniciativas relacionadas à tecnologia, como aumento da automação, ênfase crescente no social selling e no contato com os clientes por meio de experiências personalizadas e multicanais.

## A definição de metas se tornará mais eficiente

As metas serão essenciais para as vendas. Isso não deve mudar tão cedo. Mas eu creio que em 2021, as metas e cotas de vendas individualizadas serão cada vez mais deixadas de lado para darem lugar às metas das equipes e atividades incentivadas (por exemplo, criar novas conexões e participar de conversas produtivas).

O comércio moderno é complexo e o desempenho eficiente nem sempre é demonstrado pelos resultados diretos. Embora fechar negócios e impulsionar a receita sejam obviamente importantes, um enfoque limitado nessas ações pode ser contraproducente, fazendo com que vendedores ambiciosos pulem etapas na criação de relacionamentos e não coloquem o comprador em primeiro lugar.

Dividir as aspirações dos vendedores em partes pequenas e desenvolver hábitos favoráveis a isso foi a principal mensagem de uma publicação recente de [Susan A. Enns](#) do B2B Sales Connections: [Como definir metas de vendas e alcançá-las](#) (em inglês).

“A carreira em vendas é uma profissão que segue a lei das médias”, escreve Susan. “Usando um pouco de matemática básica, é possível determinar rapidamente quais atividades devem ser realizadas a cada dia para alcançar suas metas pessoais.”

## A inteligência artificial e o aprendizado de máquina ganham mais força

As tecnologias emergentes continuam afetando a profissão na área de vendas. Embora algumas delas ainda pareçam um pouco distantes, a inteligência artificial já está aqui e está sendo aplicada de formas interessantes.

No primeiro dia do ano, o gerente de contas de vendas [Akbar Khan](#) publicou um artigo no LinkedIn detalhando [Como a inteligência artificial transformará as vendas B2B em 2021](#) (em inglês). Ele discute algumas maneiras específicas por meio das quais a tecnologia desenvolvida pela IA, como aprendizado de máquina, análise preditiva e bots, pode trazer mais eficiência e produtividade para as equipes de vendas. Isso está associado ao próximo princípio:

## Os líderes de vendas se concentram em eliminar o desperdício

Reduzir as tarefas administrativas entediadas e as práticas ineficientes que atrapalham a produtividade dos vendedores sempre foi uma prioridade para os líderes de vendas.

Agora, isso se transformou em algo obrigatório. Muitas empresas enfrentaram desafios em 2020 e estão se preparando para as incertezas de 2021. Encontrar oportunidades para ser mais enxuto e mais eficiente será crucial.

Assim, [Bob Apollo](#) apresenta sua [resolução de Ano Novo para vendedores, gerentes e líderes](#) (em inglês): “dedique um tempo para reconhecer e lidar sistematicamente com o acúmulo de hábitos e comportamentos supérfluos que causam prejuízos”.

O que é desperdício no âmbito das vendas? Conforme explica Bob no Business 2 Community: “Desperdício é uma conversa de vendas que não acrescenta conhecimento aos participantes. Desperdício é um fluxo de atividades de vendas que não geram progressos significativos. Desperdício é se agarrar a uma oportunidade de venda que não vai ser conquistada por medo de fazer com que o pipeline pareça menor se você o desqualificar”.

Em outras palavras, desperdício é o resultado de uma abordagem que prioriza a quantidade em vez da qualidade no âmbito das vendas. Bob incentiva que os leitores identifiquem e se concentrem nas coisas que:

- Você pode parar de fazer sem afetar seu desempenho em relação às suas metas;
- Você precisa começar a fazer para obter a melhor chance possível de conquistar suas metas;
- Você pode estar fazendo atualmente, mas que poderiam ser muito mais eficientes com algumas mudanças simples.

## **O vídeo se torna uma ferramenta de comércio mais poderosa e relevante**

[Uma nova pesquisa](#) (em inglês) da Vidyard e Demand Metric descobriu que 83% das organizações B2B consideram conteúdos em vídeo muito importantes, com 93% de aumento anual no número de respondentes que usam vídeos para conversas de vendas.

“Vimos dez anos de transformação digital ocorrerem em dez meses”, disse [Michael Litt](#), CEO e cofundador da Vidyard, em uma declaração [compartilhada pela Demand Gen Report](#) (em inglês). “A pandemia pode ter impulsionado isso, mas está claro que o uso de vídeos nos negócios chegou para ficar”.

Não tem como negar isso. Não só o vídeo é útil para criar uma atmosfera de contato pessoal, que desaparece com a ausência de reuniões presenciais, como também

gera oportunidades importantes. Por exemplo: analisar os dados de engajamento de vídeos para obter insights dos clientes e usar vídeos para treinamentos de vendas (principalmente com os vendedores trabalhando remotamente).

## Se é tendência no âmbito das vendas, nós vamos falar sobre isso

Estamos confiantes de que todas as cinco tendências serão fundamentais na evolução das vendas deste ano, mas com certeza haverá outros desenvolvimentos influentes. Acompanharemos de perto e dividiremos com você todas as novidades deste setor em constante mudanças ao longo de 2021.

### Steve Kearns

Marketing Leader | Speaker | Digital Storyteller no LinkedIn

*Artigo originalmente publicado em inglês em <https://www.linkedin.com/business/sales/blog/trends/this-weeks-big-deal-which-b2b-sales-trends-will-rule-2021>*

