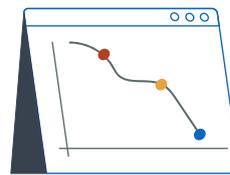




Como segmentar contas com eficiência em tempos de incerteza

Compreender como os negócios estão se adaptando à situação atual é essencial para segmentar contas com eficiência. Mas, seus representantes entendem os novos mercados em crescimento?

A mudança no cenário de trabalho está redefinindo a maneira como todos nós fazemos negócios.



Entre março e abril de 2020, houve um aumento de **91%** nos anúncios de vagas remotas no LinkedIn

Fonte: dados do LinkedIn

Com departamentos inteiros sendo reestruturados e o trabalho remoto em ascensão, a prospecção baseada em estratégias antigas deixou de ser algo viável.

As equipes de vendas precisam revisar suas estratégias de mercado e segmentar os perfis de seus clientes. Muitos setores estão na direção contrária. De acordo com uma pesquisa da McKinsey, os orçamentos para suprimentos, distribuição, transporte e veículos devem sofrer a maior redução, enquanto os de software, telecomunicações, bancos e seguros devem ser menos afetados.

Fonte: [McKinsey COVID-19 B2B Decision-Maker Pulse #2, Global, April 2020](#)

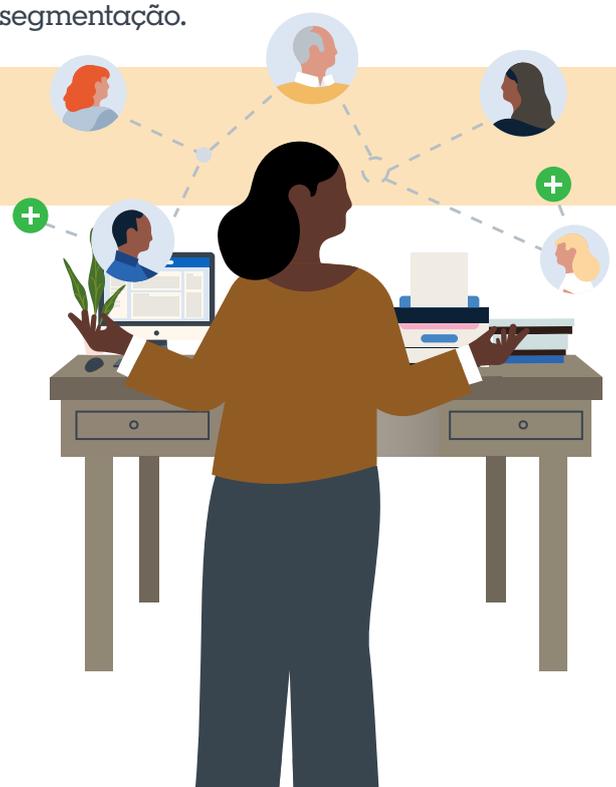
Identificar oportunidades de crescimento significa ajustar a segmentação.

Como seus representantes estão identificando potenciais clientes?
Como evoluíram os perfis de potenciais clientes?

Ajustar a estratégia de mercado sem uma imagem clara de seus clientes de maior interesse pode afetar a capacidade de sua equipe de se adaptar.

Uma imagem imprecisa de um potencial cliente, gerada por pesquisas, dados de mercado ou CRM desatualizados, por exemplo, torna a segmentação de empresas e a interação com os contatos certos mais difícil para seus representantes.

O acesso a informações atualizadas possibilitará a adequação dos territórios e das oportunidades, com o alinhamento entre as competências de seus representantes e o valor a ser oferecido ao cliente.



Identificar com quem entrar em contato e em que momento do processo de vendas está se tornando ainda mais desafiador.



6,8 é a média de decisores envolvidos em uma decisão de compra

Fonte: LinkedIn Technology Summit 2020

O LinkedIn e o LinkedIn Sales Navigator permitem que as equipes de vendas façam conexões significativas e de maneira segmentada.



2,5 vezes mais conexões com decisores por meio do Sales Navigator



Os usuários do Sales Navigator têm **48%** mais chances de estabelecer conexões com diretores ou superiores

O Sales Navigator pode ajudar sua equipe a identificar novos potenciais clientes ao:



Dar visibilidade sobre o crescimento ou a retração de setores



Ajudar os representantes a identificar e segmentar potenciais compradores

Os grupos do LinkedIn são um excelente lugar para começar sua busca por novas oportunidades:



Mais de **2,9 milhões** de grupos no LinkedIn

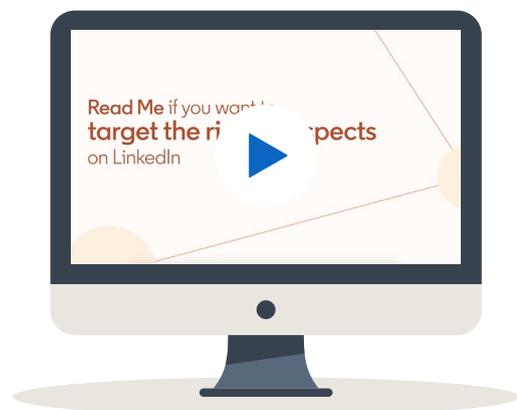


A atividade nos grupos **dobrou** desde 2018

Fonte: dados do LinkedIn, 2020

Para obter insights mais oportunos, baixe nosso e-book mais recente, “Como segmentar os potenciais clientes certos no LinkedIn”, um guia sobre como identificar potenciais clientes usando o LinkedIn e criar um pipeline de vendas qualificado.

Em um cenário em que muitos clientes respondem somente a profissionais de vendas que agreguem valor no dia a dia, compartilhar esse recurso útil é uma excelente maneira de gerar confiança e apoiá-los.



Essa nova realidade é um desafio para empresas de todos os setores, mas com as ferramentas e os insights certos será sempre possível identificar novas oportunidades. Fale com nossos especialistas sobre como o LinkedIn pode ajudar você a segmentar contas com mais eficiência.