

Tendências em Vendas

A maioria dos processos de negócios estão evoluindo em todos seus aspectos e, os processos de vendas não são uma exceção. Algumas dessas mudanças estão perfeitamente alinhadas com outras áreas, como por exemplo, as transformações originadas pelo uso crescente da tecnologia.

Convergência de Vendas e Marketing

A tecnologia moderna tem disponibilizado uma enorme riqueza de dados para a prospecção.

Esta disponibilidade levou a uma convergência de marketing e de vendas, bem como o advento de novos conceitos como o de "Social Selling" e "smarketing" [1] e outras alterações. Com toda essa informação ao alcance das mãos, as formas de prospecção estão mudando.

Para ser bem-sucedidos, os representantes de vendas necessitam alterar o modo como eles interagem com seus prospects.

Os melhores representantes de venda, são aqueles que dão aos prospects a sensação – real - de que estão lhe fornecendo suporte e consultoria, e sobretudo, buscam maximizar seu benefício.

A tecnologia está transformando os papéis do vendedor

Nos próximos anos, as funcionalidades da tecnologia de vendas irão evoluir de modo a refletir a evolução do papel do vendedor.

A grande notícia aqui não é só a automação das tarefas de vendas, mas também um grau muito maior de personalização no contato com cada potencial cliente.

De acordo com uma pesquisa elaborada pela "Demand Metric", 61% dos compradores são mais susceptíveis para fazer negócios com empresas que lhe forneçam conteúdo personalizado.

Podemos dizer também que esse percentual aumentará ao longo do tempo.

É a oportunidade de usar as novas tecnologias para permitir que cada comprador se sinta especial e apreciado.

Além disso, os melhores vendedores, ajudarão aos prospects a identificar problemas e oportunidades do negócio que, muitas vezes, eles mesmos não tenham ainda reconhecido.

"O futuro das vendas está nos dados disponíveis" (Max Altschuler, CEO Sales Hacker, Inc.)

Porque é mais barato e mais flexível do que nunca antes, interpretar e explorar esses dados, isto permitirá as áreas de venda ser mais eficiente no diagnóstico e alcançar maiores taxas de sucesso.

No futuro, o cliente será ainda mais acionado digitalmente do que hoje. Os vendedores se reunirão com seus clientes no "campo de jogo digital", onde e no momento que o cliente deseje.

Mídia social para diversão e lucro

Em nosso inter-relacionado e interconectado mundo, 74 por cento dos adultos já usam sites de redes

sociais regularmente. O Facebook tem 1,44 bilhão de utilizadores mensais ativos. Atualmente, o sucesso de qualquer estratégia de vendas deve incluir o uso regular de plataformas sociais na medida que sejam operacionais e autênticas.

[1] Termos originados na confluência das atividades de vendas e marketing nas redes sociais.

Joyce L. Gioia,
President/CEO The Herman Group

2015