

Aprenda a gerar mais LEADS para revolucionar a sua forma de vender

A forma de atendimento e a maneira na qual o consumidor está se atuando a realizar suas compras mudou bastante. Atualmente, 70% do ciclo de suas compras acontece sem o contato com um vendedor e a geração de leads tornou-se a maneira mais efetiva para o sucesso dos negócios em várias indústrias.

06/09/2016 12:08:35

Estamos em uma era de mudanças diárias. Ontem, o celular era novidade. Hoje, é obsoleto o que não possui acesso à internet ou os últimos aplicativos instalados no aparelho. O mesmo se diz na forma de atendimento e, também, na qual o consumidor está se habituando a realizar as suas compras.

Que o diga o segmento B2B, que tem acompanhado de perto essas significativas mudanças e tem se aproveitado com inteligência do que há de melhor a ser oferecido pela tecnologia contemporânea.

Hoje em dia, a média de 70% do ciclo de compras do consumidor é creditado à preferência de realizar as suas compras sem que se tenha que falar com um vendedor. Quem levantou esses dados foi a SiriusDecision, expondo a predominância da tecnologia e do mundo virtual na rotina das pessoas.

Indo mais além, a Gartner levantou uma projeção na qual crê-se que, em 2020, 85% das interações entre o consumidor e as empresas serão realizadas sem a menor necessidade de uma intervenção do vendedor. O consumo adquiriu novas formas, e é melhor que as empresas acompanhem essas mudanças.

Até mesmo a maneira de prospectar clientes tem se adaptado às possibilidades on-line, deixando as abordagens tradicionais em segundo plano. Isso porque o cliente enxerga o mercado de outra forma, hoje em dia, e não vale a pena insistir em algo que não seduz mais a clientela.

Mas o que muitos se perguntam é de que forma o processo de vendas pode voltar a ser dominante, em uma era na qual o comprador tem o controle do processo de compra e o marketing se encarrega de explorar todas as fronteiras do pré-venda?

O processo de Geração de Demanda para revolucionar as vendas

É dessa forma que as vendas podem recuperar o seu prestígio, diante da concorrência do universo on-line e da facilidade com a qual os clientes têm acesso a informações relevantes sobre os produtos e serviços que desejam consumir.

A Geração de Demanda, que se realiza com o auxílio de uma ferramenta de Automação de Marketing, pode contribuir significativamente para a rotina do vendedor.

Imagine que, com ela, é possível fazer com que o vendedor inicie o seu dia já sabendo quais leads da sua carteira são prioritários, buscando, assim, criar maneiras otimizadas e personalizadas de abordar o seu cliente, e não seguindo a maneira fria e menos eficaz, de outrora, na pressão cotidiana atual.

Ao receberem leads qualificados, apoiando-se nas informações cedidas com base na tecnologia, o vendedor segue por um caminho mais fácil e eficiente para converter a sua abordagem em uma venda.

Fica sob a responsabilidade do setor de marketing, portanto, a criação da Geração de Demanda, enquanto o vendedor pode se focar, exclusivamente, no processo de vendas, com leads realmente qualificados, demonstrando um trabalho em grupo para contribuir para o sucesso da sua empresa.

Isso faz, principalmente, com que a empresa distribua melhor as suas tarefas e deixe o setor de vendas fazendo o que faz de melhor: vender.

Conteúdo produzido pela Vemm Leads: www.vemm.com.br