DINO - Divulgador de Notícias

Marketing Digital traz mais resultados do que equipes de vendas para PMEs

Capacidade de escalonar vendas e eliminar os custos de manutenção de representantes comerciais fazem com que as estratégias digitais ganhem força no orçamento das empresas brasileiras

31/05/2017 15:33:07

A figura do representante comercial tradicional, com altos salários e todas as despesas pagas pela empresa, começa a desaparecer com certa velocidade do quadro de funcionários de Pequenas e Médias Empresas (PMEs) que buscam se manter vivas no mercado moderno.

Esse profissional, muitas vezes responsável por 100% do faturamento de uma companhia, perde espaço para estratégias de Marketing Digital, que conseguem entregar resultados melhores e mais efetivos, ao mesmo tempo que ajudam as marcas a construir uma comunidade de possíveis consumidores em torno de seus canais.

Isso faz com que movimentos como a internalização de vendas (inside sales) e a implantação de ferramentas que permitem a venda online prevaleçam e concorram diretamente com os representantes comerciais. ‘’Esse profissional não vai desaparecer, mas terá que passar por uma drástica transformação digital, se quiser continuar faturando alto”, defende Fabiano Alves, Chief Marketing Officer da Trespix Marketing Digital.

O desenvolvimento dos canais de venda online podem captar contatos de consumidores em potencial em qualquer região do país e ir além das fronteiras, possibilitando a expansão das marcas mundialmente. As equipes de inside sales ficam com a missão de fechar os negócios iniciados no universo digital, trabalhando in loco e sob a supervisão dos responsáveis por padronizar o atendimento ao cliente e o relacionamento da marca com o mercado. “Com um custo muito menor e sem os impeditivos de ter a presença física do vendedor, as empresas ganham em escala e economia na hora de fechar as vendas”, explica Danilo Colombo, Chief Business Officer da Trespix.

A necessidade constante de prospectar novos clientes fomenta aceleração da integração das equipes de vendas com as estratégias de marketing digital. O trabalho tradicional de bater perna, e ainda correr o risco de sequer ser atendido pelo seu futuro cliente, está fora de cogitação. O custo é alto e o resultado é baixo. “A decisão de investir ou não no desenvolvimento dos canais de vendas

online tem que levar em conta o fato de que a concorrência agora vem do mundo todo. O raciocínio acaba sendo óbvio”, finaliza Douglas Iga, Chief Technology Officer da Trespix.