

Vencendo a crise:

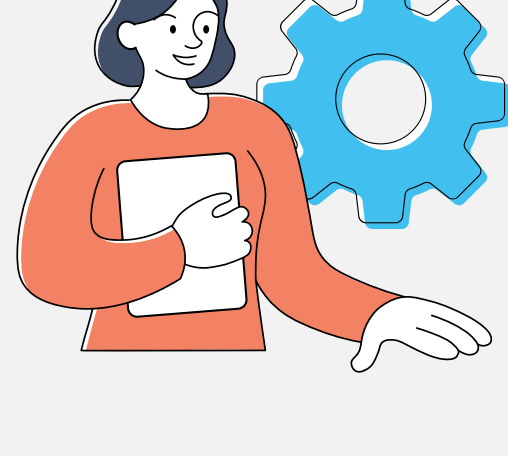
o roteiro definitivo para fechar vendas mais rápido

Introdução

Pouco engajamento, CAC elevado e dados desorganizados são indicativos claros de um [ciclo de vendas longo](#) e pouco produtivo. De fato, encurtar o funil e fechar vendas mais rápido não é tarefa simples, principalmente em períodos de instabilidade na economia.

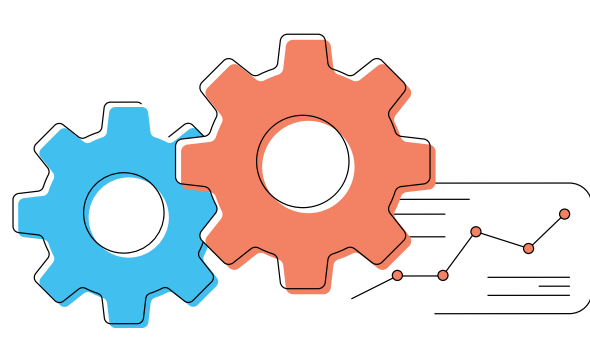
No entanto, com algumas estratégias específicas, é perfeitamente possível driblar a crise e superar suas próprias expectativas.

Ter flexibilidade e saber se adaptar a diferentes contextos é o primeiro passo para um planejamento estratégico infalível. **Que tal começar automatizando o processo comercial da empresa?** Este infográfico traz o roteiro definitivo para acelerar o ciclo de vendas e manter as equipes motivadas mesmo durante a crise. Continue a leitura e veja como se preparar para os desafios!



1

Invista em ferramentas de automação



Hoje em dia não dá para pensar em vendas complexas sem considerar as **soluções tecnológicas**. Automatizar os processos é necessário não só para otimizar o fluxo de trabalho mas, também, para se readaptar a novos cenários e manter-se competitivo no mercado. É disso que se trata ser flexível.

Com uma boa ferramenta de automação você conseguirá:

01 Reduzir os custos operacionais;

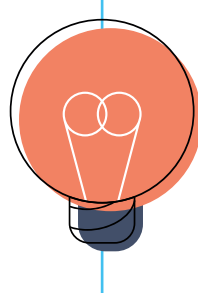
04 Ter mais transparência nos processos;

02 Tomar decisões mais assertivas;

05 Aumentar a produtividade das equipes;

03 Melhorar a experiência do cliente;

06 Fazer uma gestão de risco criteriosa.



Uma ferramenta inteligente de gestão comercial coloca um ponto final nos imprevistos e permite que os gestores tomem decisões com base em fatos — e contra fatos, não há argumentos. **Utilize a tecnologia a favor da sua empresa e permita-se crescer mesmo em cenários de crise!**

2

Crie um time de Pré-vendas

Se a sua empresa ainda não tem uma equipe de Pré-venda, você precisa fazer isso o quanto antes. Essa é uma das soluções mais eficazes quando se trata de **encurtar o funil comercial e acelerar a decisão de compra**.

Com o auxílio de um software, o time fará a [qualificação aprofundada dos leads](#), detectando as oportunidades claras de negócio.

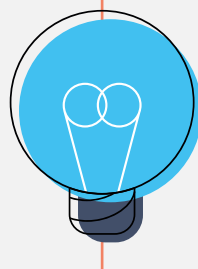
Veja as vantagens imediatas de ter um time Pré-vendas:

01 Aumento da taxa de conversão;

03 Diminuição do tempo de negociação;

02 Redução dos custos de aquisição;

04 Expansão do faturamento.



Qualificar leads com Pré-vendas evita que você fique à deriva em momentos de instabilidade econômica. Sobretudo nessas horas, não dá para agir na base de tentativas. **Invista na Pré-venda e não perca mais tempo com leads que não vão comprar o seu produto!**

3

Diversifique os métodos de vendas



Em um cenário de crise, buscar novos métodos de vendas pode ser o caminho mais viável para manter a saúde do negócio. Migrar de um processo de vendas externas (Field Sales) para vendas internas ([Inside Sales](#)), por exemplo, é uma saída bastante eficaz, sobretudo quando a intenção é **reduzir custos e aproveitar melhor o tempo operacional**.

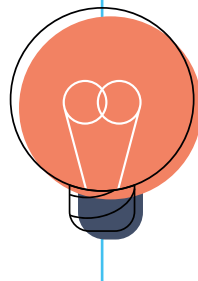
O que a sua empresa ganha ao implementar o *Inside Sales*:

01 Diminuição do impacto das distâncias;

03 Diminuição do tempo de conversão;

02 Flexibilidade no processo comercial;

04 Agilidade no trabalho dos vendedores.



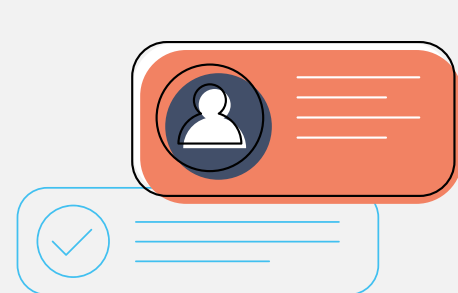
Você sabia que, na última década, **46%** das empresas do ramo de tecnologia e negócios que mais cresceram utilizaram vendas internas? Apenas **21%** das empresas em crescimento fizeram vendas ao campo. Os dados da [Harvard Business Review](#) deixam claro que vender por telefone e videoconferência é uma tendência que veio para ficar!

4

Ofereça um atendimento humanizado

[Atendimento humanizado](#) e abordagem consultiva são praticamente sinônimos. Principalmente em vendas complexas, essas técnicas são cruciais para encurtar o funil e fazer com que o consumidor sinta plena confiança no produto ou serviço que você oferece. Nesse mecanismo, o vendedor atua como um consultor para o prospect.

Eis algumas técnicas para melhorar a experiência do usuário:

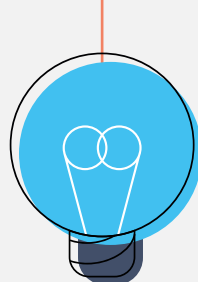


01 Mostre que conhece a empresa e as demandas do lead;

02 Utilize cases de sucesso do mesmo segmento;

03 Forneça materiais educativos relacionados à dor do lead;

04 Contorne cada objeção com soluções personalizadas.



Não se esqueça: sobretudo em tempos de crise, **o cliente quer se sentir acolhido, e não enganado**. Portanto, direcione o foco para as necessidades dele e personalize a abordagem, mostrando que seu atendimento é diferenciado e exclusivo.

Seguindo este roteiro, você não terá dificuldades para cativar os clientes e acelerar o ciclo de vendas. Lembre-se de que as ferramentas de automação impulsionam esse processo e tornam o seu planejamento estratégico mais assertivo.

Então, dê o primeiro passo e invista em soluções tecnológicas para ganhar a **confiabilidade das estatísticas**.

Assim, com processos consolidados e ferramentas adequadas para o trabalho, as equipes comerciais poderão direcionar seus esforços para o que mais interessa: captar os leads certos e garantir a satisfação do cliente. Não perca esta chance de se tornar uma máquina de vendas!