

GUIA

Vendendo pela internet:

como gerenciar os
vendedores à distância?



+



negócios SC



SUMÁRIO

- 05 Como otimizar um processo de vendas remotas?
- 08 Como gerenciar uma equipe comercial à distância?
- 12 Qual o passo a passo de uma gestão remota?
- 20 Que ferramentas operacionais oferecer ao seu time?
- 26 Conclusão



Gerenciar um time de forma remota requer muito mais do que habilidades administrativas e fluidez na comunicação. Também é preciso uma boa dose de empatia para entender as maneiras como cada colaborador está encarando o [home office](#). A falta de convívio social com a empresa, por exemplo, pode acabar afetando a motivação dos funcionários, o que influencia diretamente na produtividade.

Nessas horas, a tecnologia ganha importância ainda maior no processo de gestão. Contando com ferramentas automatizadas, o gestor consegue acompanhar os **indicadores de performance** do time em tempo real. Uma ferramenta inteligente também direciona o **fluxo de trabalho** dos operadores. Assim, cada funcionário saberá ao certo como conduzir a operação, mantendo-se focado e livre de procrastinações.



É sobre essas duas vertentes da tecnologia que falaremos neste material, respondendo de forma prática as seguintes perguntas:

Como otimizar um processo de vendas remotas?

Como gerenciar uma equipe comercial à distância?

Qual o passo a passo de uma gestão remota?

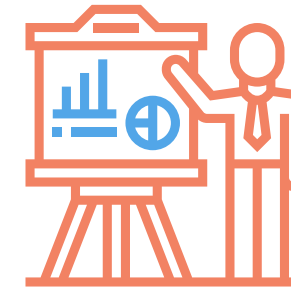
Que ferramentas operacionais oferecer ao seu time?

Se você se identificou com essas questões, continue a leitura deste guia e transforme o seu time em uma verdadeira máquina de vendas remotas!





Como otimizar um processo de vendas remotas?



Antes de falarmos da gestão das equipes em si, precisamos compreender os diferenciais de um processo de vendas conduzido integralmente pela internet.

Embora a web represente um universo de possibilidades, é necessário cuidado para não se perder neste [mar de informações](#) e acabar ficando à deriva com uma base de leads pouco qualificada.

Novamente, a tecnologia tem papel crucial nessa qualificação, **permitindo encontrar leads que tenham fit com sua empresa** e que, portanto, representam oportunidades concretas de negócio. Isso é feito a partir de uma rigorosa análise de dados que identifica o perfil de compra de cada lead e seu comportamento ao longo do funil.



Levantar esses dados de forma manual é algo impensável nos dias de hoje, sobretudo em empresas maiores que atuam na internet, onde o volume de informações é quase infinito.

Então, automatizar o processo comercial é a primeira coisa a ser feita para ter sucesso na implementação de [vendas B2B online](#). Junto disso, um bom gestor também precisa:

- Organizar o funil de vendas;
- Especializar funções na operação;
- Entender os subprocessos comerciais;
- Processualizar a tomada de decisões;
- Certificar-se de que o esforço é inteligente;
- Diversificar os meios de comunicação;
- Definir critérios de qualificação;
- Estruturar e padronizar a abordagem;
- Automatizar os fluxos de trabalho;
- Utilizar dados de performance nos feedbacks.



A woman with short brown hair and glasses is smiling and looking down at a desk. She is wearing a dark top and a light-colored blazer. The background is a blurred office setting. The entire image has an orange overlay.

Como gerenciar uma equipe comercial à distância?



Principalmente em momentos de instabilidade econômica, é natural que os indicadores de performance das equipes se alterem. Afinal, não é todo colaborador que tem experiência em trabalhos remotos. Então, algumas questões relacionadas ao isolamento e à falta de convívio com os colegas podem pesar nesse momento.

Um gestor experiente é aquele que compreende esse cenário e se mantém aberto ao diálogo, colocando-se como um [facilitador das operações](#), e não o contrário. Quando o funcionário percebe essa empatia, a ansiedade e o receio de ser cobrado o tempo todo pelo chefe vão embora.

Uma vez mais leve e disposto, o rendimento certamente virá.



Nesse sentido, cabe aos gestores definir muito bem quais critérios avaliar na gestão do seu time, evitando dar feedbacks vazios ou sem fundamento. Aliar indicadores quantitativos e qualitativos é uma excelente maneira de compreender o andamento do processo comercial a partir de performances individuais.

Um software como o **Exact Spotter**, solução da **Exact Sales** para [qualificação de leads](#), gera relatórios completos com os resultados de cada operador. Além disso, a ferramenta registra todos os contatos feitos, de modo que o gestor possa fazer a escuta crítica das ligações para fundamentar os feedbacks que dará ao grupo.





No quadro a seguir, listamos alguns indicadores que devem ser considerados na sua estratégia de vendas.

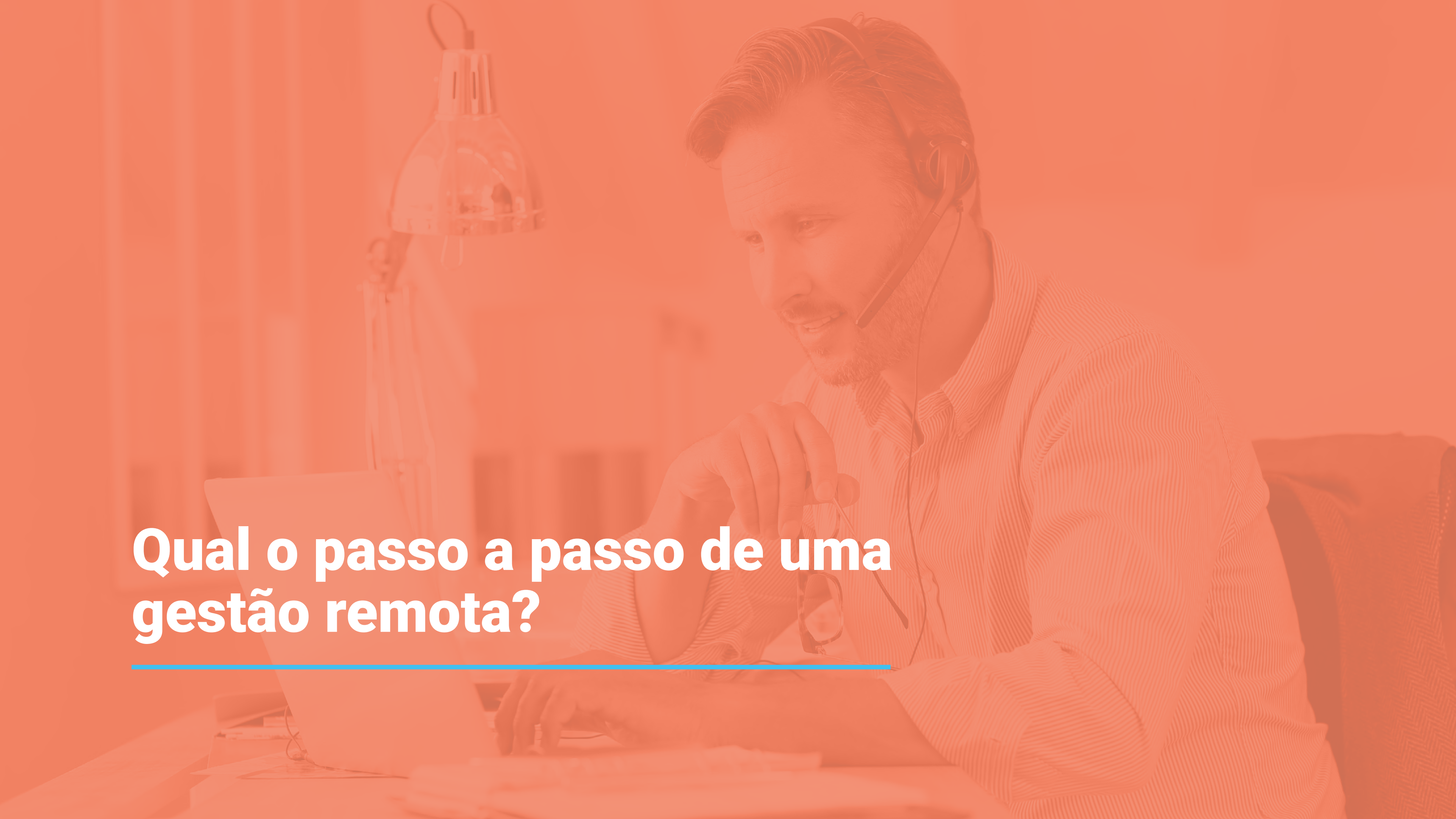
Indicadores quantitativos

- Número de ligações feitas;
- Tempo médio de ligação;
- Número de emails enviados;
- Número de leads gerados;
- Número de leads qualificados;
- Número de leads agendados;
- Número de leads trabalhados;
- Tempo médio de reunião;
- Tempo médio de negociação;
- Número de vendas fechadas.

Indicadores qualitativos

- Tipo de abordagem;
- Fluidez na comunicação;
- Capacidade de ouvir;
- Determinação e persistência;
- Honestidade e empatia;
- Transparência nos processos;
- Técnicas de persuasão;
- Gatilhos mentais utilizados;
- Qualidade das demonstrações;
- Motivação e profissionalismo.



A man with a beard and a headset is sitting at a desk, looking down at a laptop. He is holding a pair of glasses in his right hand. A desk lamp is visible in the background. The entire image has an orange tint.

**Qual o passo a passo de uma
gestão remota?**



Lendo até aqui, você já percebeu que guiar a gestão com o auxílio de [ferramentas automatizadas](#) deixa o trabalho muito mais direcionado e assertivo. Dar **feedbacks com base em estatísticas** permite que o grupo enxergue claramente onde estão os gargalos do processo comercial, assim como os métodos que deram certo.

Somente a partir dessa análise o gestor será capaz de redirecionar os esforços do time e traçar estratégias de sucesso.

Não sabe por onde começar? Vamos ao passo a passo!





Passo 1:

Padronize as operações comerciais

Não se trata de “engessar” o processo comercial, mas sim de garantir a fluidez do trabalho padronizando as operações de cada equipe. Ter um [time de Pré-vendas](#) faz toda a diferença nesse processo, permitindo que as demais etapas sejam conduzidas da maneira mais natural possível, já que só serão encaminhados ao setor de Vendas os leads com prontidão de compra.

Lembre-se: qualificar leads com Pré-vendas é crucial para não se perder no mar de informações da internet.



Passo 2:

Aumente a frequência das reuniões

Se você costumava fazer uma reunião diária com seu time de vendas, considere fazer duas ou até três. O [contato frequente](#) com os colaboradores é o que manterá o time engajado e alinhado mesmo à distância. Afinal, diferentemente do escritório da empresa, no home office o gestor não está ali na sala ao lado. Portanto, marcar presença virtualmente elimina a sensação de estar trabalhando sozinho e “no escuro”.

Lembre-se: aumentar o número de reuniões não significa comprometer o tempo operacional da equipe. Mantenha o equilíbrio!





Passo 3:

Seja claro, direto e objetivo

A melhor maneira de aproveitar o tempo em uma reunião é justamente indo direto ao ponto. Por isso, planeje com antecedência o que será tratado com a equipe. Um roteiro básico inclui a [apresentação dos resultados](#) de momento, o compartilhamento de estratégias de sucesso e a identificação dos pontos de melhoria.

Lembre-se: ter em mãos as estatísticas de desempenho do seu time acelera esse processo e clareia os feedbacks repassados.



Passo 4:

Considere a sazonalidade dos fluxos

Nem sempre os [indicadores de performance](#) que são mais valiosos em um determinado momento terão a mesma importância em outro contexto. O número de ligações atendidas em vendas remotas, por exemplo, pode não ser tão significante assim se as empresas estão trabalhando com capacidade reduzida, isto é, com pouca gente para atender aos chamados.

Lembre-se: entender a sazonalidade dos fluxos significa redirecionar sua força de trabalho para estratégias mais assertivas para o momento, como as abordagens pelo LinkedIn para quando seus leads estiverem fazendo home office.





Passo 5:

Ouça os colaboradores

Sobretudo em [períodos de instabilidade](#), estar aberto ao diálogo evidencia o caráter empático e humanitário do gestor para lidar com questões turbulentas na equipe. Pode ser que, mesmo com todos os equipamentos necessários para o trabalho em home office, o operador esteja menos produtivo por conta das particularidades do ambiente doméstico e da estrutura familiar.

Lembre-se: compreender as necessidades de cada colaborador permite direcionar melhor as demandas e favorece o senso de colaboração entre as equipes.



Passo 6:

Mantenha o time motivado

Principalmente quando o gestor precisa apresentar um indicador negativo, isso deve ser feito com muito tato e empatia para que o feedback cumpra seu papel de melhoria nos processos. Por isso é tão importante fundamentá-lo com dados concretos. Do mesmo modo, tenha sempre em mãos os indicadores positivos, pois são eles que manterão seu [time motivado](#) e sempre disposto a bater as metas.

Lembre-se: deixar que o grupo troque suas próprias experiências de trabalho também é importante, já que isso ajuda a entender o que há por trás dos números.



A woman with long brown hair is sitting in a chair, smiling and looking at a laptop. The image is overlaid with a semi-transparent orange filter. The text 'Que ferramentas operacionais oferecer ao seu time?' is written in white, bold, sans-serif font across the middle of the image.

**Que ferramentas operacionais
oferecer ao seu time?**

Bons canais de comunicação são imprescindíveis para o monitoramento de um time à distância.

Além de contribuir para que as equipes se mantenham alinhadas, os canais aproximam gestores e colaboradores, permitindo que sejam discutidas tanto as questões técnicas do trabalho em si quanto os elementos casuais que influenciam no cotidiano do home office.

Ferramentas de workflow também são primordiais para guiar os pré-vendedores e vendedores nas tarefas diárias. Isso evita falhas na comunicação e distrações que poderiam comprometer a fluidez da operação. Vale ressaltar que, como muitos colaboradores não estão habituados ao home office, essas falhas podem ocorrer com uma frequência maior.





Por isso, ter um [playbook automatizado](#) é tão importante para dar continuidade aos processos. Quando o passo a passo das operações está mapeado, a equipe comercial consegue direcionar seu foco para o que realmente interessa: a comunicação como lead e a conversão da venda. Empresas que não utilizam esse tipo de ferramenta ficam no escuro, principalmente em momentos em que está difícil prospectar.

Um software como o **Exact Spotter** cumpre com maestria essa função, sugerindo ações com base em dados e, consequentemente, melhorando a performance do colaboradores. Ou seja, além de gerar as métricas da equipe para otimizar o processo de gestão e o [planejamento estratégico](#), o Spotter também estrutura os fluxos de trabalho.



Vamos às principais funcionalidades da ferramenta conforme cada segmento do processo de comercial:

Para a gestão de vendedores e pré-vendedores



- Dashboards específicos por nível de usuário;
- Cruzamento de dados para geração de inteligência mercadológica;
- Relatórios com múltiplas opções de gráficos e envio automático;
- Metrificação da produtividade e cálculo de bonificação;
- Auxílio no controle de metas e bonificação do time de Pré-vendas;
- Direcionamento da abordagem comercial para maior poder de persuasão em Vendas.





Para a qualificação dos leads

- Pré-configuração de filtros de qualificação de leads;
- Estímulo à coleta de dados ricos ao gerar interesse dos leads;
- Detecção de fit de negócios com base em lógica booleana;
- Segmentação de leads por sistema de pontos (Lead scoring).



Para a produtividade dos operadores



- Automação de processos com definição de playbooks de atividades;
- Derivação de perguntas em roteiros dinâmicos de abordagem;
- Histórico de interação com leads e registro de ligações;
- Transferência de leads guiada por dados coletados;
- Gestão de agendamentos de oportunidades com potencial de vendas;
- Canal de feedback entre pré-vendedores e vendedores com base em qualidade de entrega.



A woman with long blonde hair, wearing a dark turtleneck, is sitting at a desk. She is smiling and looking towards the right. On the desk, there is a laptop, a keyboard, a mouse, and a cup. In the background, there is a large computer monitor and a potted plant. The entire image has an orange tint.

Conclusão



Neste material, vimos que gerenciar um time remoto demanda [ferramentas inteligentes](#) para que o gestor se faça presente mesmo que à distância.

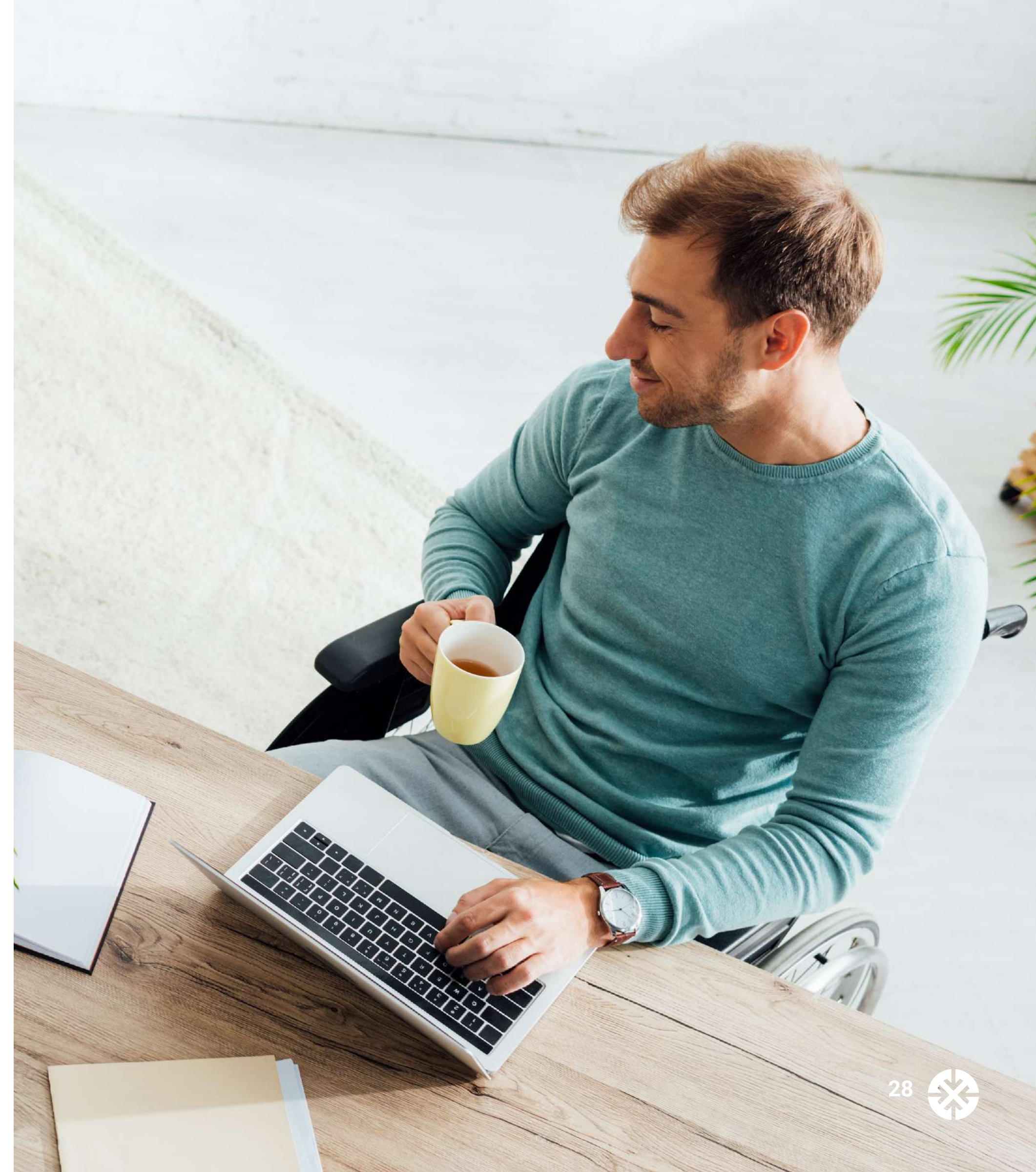
Essa é uma das maiores preocupações dos gestores de venda em home office, até porque a **prospecção não pode parar**. Um relatório completo dos indicadores de cada operador permite certificar-se sobre o andamento das operações a partir de dados sólidos que geram insights valiosos.



Com a ferramenta certa, o controle sobre todas as etapas do processo comercial estará em suas mãos, desde a qualificação dos leads, passando pela definição das melhores técnicas de abordagem e culminando na avaliação das métricas de esforço da sua equipe.

Assim, replicar padrões de sucesso será algo natural no seu processo de vendas, seja ele presencial, seja no home office.

Para ganhar um diagnóstico completo da sua operação de vendas, entre em contato com um de nossos especialistas e veja o **Exact Spotter** em ação!





GANHE UM DIAGNÓSTICO
DE SEUS PROCESSOS
COMERCIAIS



FALAR COM UM CONSULTOR