



Изображения пользователя Aleksey_CANVA

NEGÓCIOS

MARKETING AUTOMATION

SALES STACK: QUAIS FERRAMENTAS USAR PARA AUMENTAR SUAS VENDAS?

O Stack Sales ou Technology Stack representa a combinação de ferramentas dentro do processo de vendas, e é considerado essencial para obter sucesso no dia a dia das equipes. Vemos cada vez mais empresas em busca de automação, coleta de dados e tecnologia com o intuito de vender mais com menos.

Almir Neves (*)

Atualmente, contamos com uma vasta opção de ferramentas disponíveis que auxiliam empreendedores e gestores comerciais.

Dessa forma, você poderá contar com excelentes softwares de vendas que irão impulsionar seus resultados. Perceba que para cada etapa da venda existe softwares diferentes que podem ser integrados de forma simples, permitindo que você conecte os passos da jornada do cliente. Quer vender mais e ainda não sabe por onde começar?

Definindo seu Sales Stack - Com a diversidade de ferramentas que temos no mercado hoje, surge a seguinte questão: para manter meu processo de venda em melhoria contínua, quais as ferramentas que preciso? Sabemos que uma pilha de vendas eficaz não será constituída em um grupo aleatório de ferramentas díspares, com isso o grande desafio para os vendedores é usufruir de todas as ferramentas disponíveis e integrá-las em uma solução unificada.

Confira a lista de sugestões para seu Sales Stack por um dos primeiros passos do pipeline de vendas:

Automação de marketing - Nesse ponto temos a prospecção de dados, que se refere a ferramentas capazes de auxiliar na coleta de dados, seja ela no mercado ou nas próprias interações de vendas da empresa. Essas ferramentas reforçam a inteligência dos dados e otimizam a análise estratégica deles na empresa.

Desde o momento em que a Hubspot trouxe novas práticas ao marketing de conteúdo, essa estratégia vem sendo usada em parceria com a automação de marketing para a geração de leads para seu negócio, e vem sendo um sucesso enorme. Para você entender como o marketing de conteúdo anda junto com automação de marketing, trouxemos um passo a passo sobre qual forma eles auxiliam na geração de leads para seu negócio.

Primeiramente, começamos a dar ênfase às ferramentas analíticas, com elas surgem, as palavras chaves mais procuradas pelo seu público alvo. Após isso, essas palavras chaves serão inseridas em um blog de negócio, os artigos deste blog devem ser úteis e relevantes e ainda conter chamadas para que os leitores se aprofundem mais nos temas, trazendo interação, baixando conteúdos gratuitos, como infográficos, e-books, participação de webinars e cursos.



Obviamente para ter acesso a esses conteúdos seu visitante precisa deixar dados, como e-mail e telefone. A partir daí, com ajuda de ferramentas de automação de marketing, você passa a enviar um material mais interessante a esses leads, criando um relacionamento mais próximo. Com os dados e estatísticas fornecidos com as ferramentas de automação de marketing sobre comportamento desses leads, chegará um determinado momento em que indicarão que esses leads já podem ser abordados pela equipe de vendas

A partir disso é chegada a hora de começar a enviar esses contatos para sua ferramenta de CRM. Algumas ferramentas para geração de leads por meio da automação de marketing precisam fazer parte do seu Sales Stack, e algumas são: Hubspot, RD Station, LeadLovers, MailChimp.

CRMs - A ferramenta de CRM é basicamente para o acompanhamento do seu funil de vendas, com vários leads distribuídos em várias etapas, o CRM também fornece um histórico valioso com detalhes de tudo o que foi tratado com cada oportunidade por um vendedor.

Com isso, desde o momento que o Lead é encaminhado para sua equipe de vendas, todos os contatos devem ser inseridos no CRM, dessa forma sempre que um vendedor se relacionar

com ele, terá a visão de tudo que aconteceu, podendo assim fornecer um contato mais rico, demonstrando conhecer as vontades do cliente com profundidade. Isso com toda certeza trará satisfação e alegria ao cliente, o que ele quer é que você possa se antecipar a seus problemas, desejos e necessidades e resolver antes mesmo que eles possam perceber.

Contar com dados de todas as interações com os clientes, suas queixas, suas preferências, e-mails que enviaram, compras que fizeram, informações relevantes tornarão sua empresa mais poderosa, podendo assim segmentar seus clientes e disponibilizar a eles ofertas certas. Algumas ferramentas de CRM bem conhecidas são: Salesforce, Pipedrive, Mozkit e RD Station.

Chatbots - Após conquistar os clientes e eles começarem a entrar em contato com a empresa, será necessário lidar com pessoas em busca de atendimento.

Resolução de dúvidas, problemas, assistência técnica e reclamações virão recorrentemente, mesmo alguns CRMs contarem com funcionalidades de atendimento ao cliente, ferramentas criadas somente para isso podem ser mais úteis.

E é aí entram os Chatbots, que contam com recursos específicos agilizando e direcionando o atendimento. Assistentes virtuais com o Jordan tem como objetivo maximizar os resultados dos times de vendas, o Jordan é um layer de voz que se integra aos principais líderes da indústria, como o Hubspot.

Conta com funcionalidades que irão refinar o contato do cliente, e traz interações via voz que otimizam o tempo do vendedor. Consequentemente, inserir um chatbots em seu sales stack traria muito mais produtividade e otimização de tempo.

Ligações e Videoconferências - As ferramentas citadas acima podem ser ainda mais otimizadas com a utilização de aplicativos para calls e videoconferências. A aplicação dessas ferramentas é uma forma de diminuir custos de deslocamentos e proporcionar uma conversa mais pessoal com seu cliente.

As apresentações com essas ferramentas precisarão de um conteúdo relevante que tornarão a experiência do lead mais agradável, transmitindo uma sensação de profissionalismo e qualidade, tornando a venda uma experiência emocional. Algumas alternativas viáveis e eficientes são Meet, Zoom e Teams.

Integração de ferramentas via API - Por fim, aqui está uma dica para fazer com que todas as ferramentas do seu Sale Stack trabalhem juntas! As APIs são protocolos da internet que permitem que ferramentas hospedadas na nuvem troquem dados entre si. Portando com ela você pode integrar todas as ferramentas do seu sales Stack podendo contar com um grande número de dados e também automatizar tarefas.

Com a integração via API você poderá acrescentar também ferramentas de Big Data, o que tornará seu stack de vendas mais poderoso, auxiliando sua equipe na tomada de decisões, na criação de buyer personas, no desenvolvimento do mix de produtos ideais, na precificação e muito mais. As duas empresas mais conhecidas por criarem integrações são a Zapier e a Pluga.

Com todas nossas dicas, ficou claro quais as ferramentas que precisam fazer parte do seu Stack de vendas? Não deixe de analisar suas necessidades e verificar quais delas serão mais indicadas para o seu negócio.

(*) - Especialista em Negociação pela Universidade de Harvard, com MBA em Gestão de Empresas pela FGV e especialização em Finanças pela FAE, é founder da hubkn (<https://hubkn.com/>).

