



**Como se preparar para ser um vendedor
e líder comercial B2B na Era Digital?**

R RODRIGO
PORTES

SUMÁRIO

- 
- 3** • Sobre o Rodrigo Portes
 - 4** • Como a internet e a Era Digital mudaram o comportamento de compra dos clientes
 - 6** • A pandemia acelerou as mudanças no cenário de vendas B2B no Brasil
 - 8** • Com a Transformação Digital, qual é o novo papel do vendedor?
 - 12** • Benefícios para a Transformação Digital em vendas
 - 13** • A Transformação Digital exigirá novas habilidades dos líderes de vendas
- 



RODRIGO PORTES

Executivo Sênior com mais de 26 anos de experiência em vendas, marketing, gestão de grandes contas e P&L. Já atuou em posições de liderança em renomadas empresas multinacionais dos setores de Automação Industrial, Energia, Pneumática, Máquinas & Equipamentos, como Rockwell Automation, Siemens, Parker Haniffin, Carnevalli, GE, Cummins, Phoenix Contact e Norgren.

Profundo conhecimento do mercado industrial, desenvolvendo estratégias e soluções e conduzindo acordos comerciais para o segmento.

Vivência internacional com participação em reuniões globais, treinamentos e discussões de planos de negócios nos EUA, Canadá, Alemanha e Áustria. Mais de 5 anos de experiência visitando clientes e liderando equipes em países da América Latina, como: Argentina, Chile, Peru, Colômbia, Equador, Venezuela e México.

Mais de 15 anos de atuação na ABIMAQ - Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos do Brasil. Membro do Conimaq desde 2014.

Graduado em Engenharia Elétrica pela FEI com MBA Executivo em Marketing pela ESPM. Especializado em Gestão Executiva de Vendas e Gestão Estratégica de Negócios pela FGV, em Indústria 4.0 pela Fundação Vanzolini, em Marketing Digital pelo Insper e em Vendas e Marketing pela Fundação Dom Cabral.

Coautor do livro "Estou na rede, logo existo", idealizado e organizado por Catarina Pierangeli.

Autor dos Ebooks "Como a indústria 4.0 tem revolucionado o século XXI" e "O que você precisa saber sobre as novas técnicas de vendas na era digital?", e mentor de profissionais de vendas.



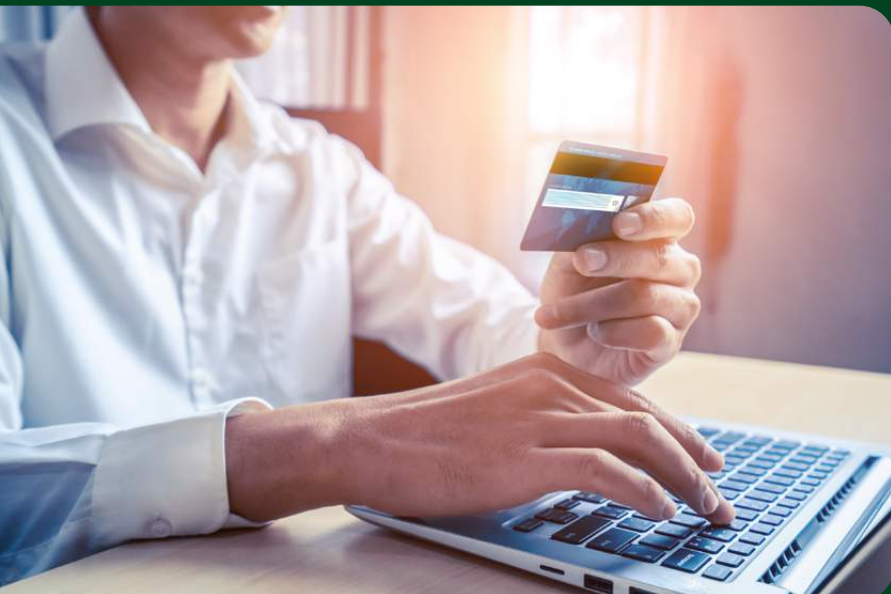
Com a internet e a Era Digital mudaram o comportamento de compra dos clientes

A Transformação Digital mudou drasticamente a maneira como vivemos e compramos.

Em meio a tantas mudanças e constante evolução da tecnologia e de métodos de vendas, uma coisa é clara: o poder está nas mãos do cliente. Talvez você pense: "Mas o poder sempre esteve nas mãos do cliente". Sim, concordo, mas agora ele está muito mais informado e raramente permite que um profissional de vendas lhe empurre algum serviço ou produto.

A partir do momento que os clientes passaram a ter mais acesso ao meio digital e as empresas a utilizá-lo para também compartilhar dados, resultados e novos produtos, tem sido cada vez mais fácil chegar até às informações. Ou seja, hoje, quando um cliente procura um vendedor para indicar seu interesse de compra, ele está muito mais preparado e em algumas situações acaba sabendo mais que o próprio vendedor.

Com a Internet e a Era Digital mudaram o comportamento de compras dos clientes



Por isso, o profissional de vendas não apenas deve ter as informações necessárias para debater com o cliente, como também precisa compreender qual a melhor maneira para conquistar sua confiança. E como se conquista isso? Pesquisando tudo o que puder sobre as necessidades as dores e os interesses dos clientes antes de se iniciar um relacionamento direto com eles.

Criar esse relacionamento não acontece de uma hora para outra e você não pode começar a desenvolver essa relação sem entender o perfil do cliente. Mesmo que atualmente seja cada vez menos comum estarmos com o cliente cara a cara, é possível fazer essa leitura de necessidades a partir dos rastros digitais deixados por ele. Dentro do marketing digital é possível rastrear:

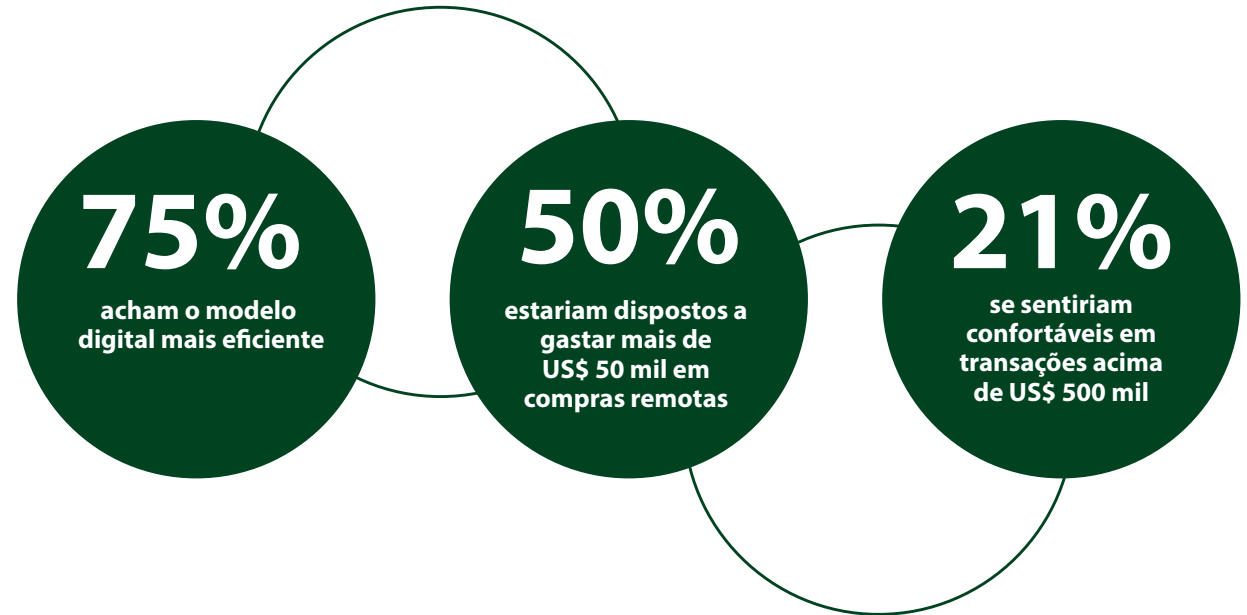
- Por meio de formulários com informações úteis que qualificam o lead;
- Por meio do canal que o lead chegou até o vendedor;
- Pelo número de visitas que o cliente fez no site da empresa;
- Pelo conteúdo que o fez ter uma comunicação direta com a equipe de vendas.

A Pandemia acelerou as mudanças no cenário de vendas B2B no Brasil

Com a pandemia, o avanço do meio digital na área de vendas acelerou-se ainda mais, uma vez que quase todo o contato é feito pela internet. As reuniões presenciais viraram calls, o que eliminou certos entraves e trouxe mais dinamismo ao mercado.

Mesmo no mundo pós-Covid, isso deve seguir como uma tendência. Um estudo publicado no início de 2021 pela McKinsey aponta que 75% dos vendedores e compradores acham que o novo modelo digital é mais eficiente e acreditam que as mudanças induzidas pela pandemia provavelmente serão permanentes.

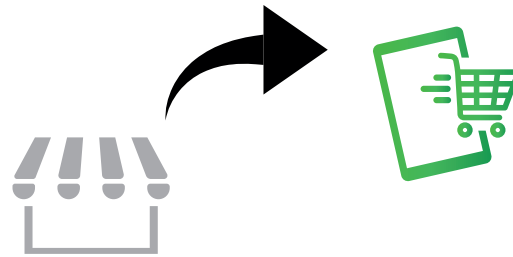
Isso vale também vendas B2B mais complexas e especializadas. Ainda segundo os dados da McKinsey, 50% dos tomadores de decisão entrevistados estariam dispostos a gastar mais de US\$ 50 mil em compras feitas remotamente. Outros 21% se sentiriam confortáveis mesmo em transações acima de US\$ 500 mil.



A Pandemia acelerou as mudanças no cenário de vendas B2B no Brasil



De 68 a 84% dos tomadores de decisão B2B preferem interação remota ou serviço digital



Desde o início da pandemia, 70% das empresas B2B mudaram seus modelos tradicionais de vendas para o digital



Apenas de 20 a 30% dos compradores B2B acreditam que o modelo tradicional volte em sua totalidade após a pandemia

Ou seja, apesar do caos e da instabilidade, temos como agir frente ao novo cenário. As soluções adotadas hoje continuarão sendo utilizadas, afinal, saber usar a tecnologia proporciona muitas vantagens não apenas ao profissional de vendas, mas também à empresa que ele representa.

Com a Transformação Digital, qual é o novo papel do vendedor?

Essa é uma das perguntas que mais escuto de profissionais em minhas palestras e mentorias de Vendas Técnicas. Boa parte deles possui dúvidas e receios sobre o futuro do vendedor, principalmente em função da mudança de comportamento do cliente e das inovações tecnológicas que têm surgido no mercado para otimizar processos.

Se você também tem essa preocupação ou em algum momento já se

questionou sobre isso, saiba que nós, profissionais da área de vendas, ainda teremos nosso espaço no mercado, porém, é preciso querer permanecer nele. E para continuar no jogo, é fundamental mudar o mindset para agir com as novas características do vendedor atual que, são:



Com a Transformação Digital, qual é o novo papel do vendedor?

1. Trabalhar em conjunto com o setor de marketing

Nesse novo cenário, o vendedor não pode mais agir sozinho, pensando que o cliente é dele. É preciso criar uma estratégia colaborativa entre os setores de marketing e vendas para que ambos participem do processo de retenção. Isso inclui desde o alinhamento de discurso até ações mais elaboradas de comunicação para melhorar o rendimento, otimizar a utilização dos leads e a taxa de conversão.

2. Superar as expectativas do cliente

Antes já era estratégico, agora tornou-se essencial ter a habilidade de compreender o que o cliente necessita e qual é seu perfil. Por quê? Para que você converse de igual para igual. O cliente saberá boa parte, se não tudo, da sua empresa e/ou produto quando for conversar contigo. Você não ter informações sobre ele, pode te deixar em uma saia justa, além de perder a chance de conquistá-lo. O cliente não tem mais tempo para ouvir o óbvio, por isso, dentre as suas novas funções, o vendedor moderno deve atuar como um consultor que agrega valor ao cliente, trazendo informações relevantes e superando as suas expectativas.

4. Conhecer e saber usar as ferramentas de vendas

Pare de olhar para as ferramentas como inimigas do seu trabalho. Elas foram criadas para otimizar processos e fazer com que você tenha mais tempo para focar no relacionamento com o seu cliente, em criar relações mais humanas e mostram ao seu público-alvo que ele pode confiar em você para solucionar suas necessidades. Dentre os softwares que o vendedor necessita conhecer estão: CRM, BI, Trello (ferramenta de gestão), LinkedIn Sales Navigator, WhatsApp para empresas, etc.

3. Garantir o sucesso do cliente

O novo funil de vendas mudou e agora funciona em formato ampulheta, alongando a jornada do cliente e fazendo com que a relação do vendedor não se limite apenas à venda em si. Hoje, você precisará reter, fidelizar e principalmente fazer com que ele tenha uma experiência de compra e um acompanhamento pré e pós-venda que supere suas expectativas.

5. Estar presente nas redes sociais

50% dos membros do LinkedIn são mais propensos a comprar de empresas que estão na rede.

80% dos membros do LinkedIn querem se conectar com empresas para melhorar suas decisões.

Rodrigo Portes · 2º

Diretor de Vendas | Diretor Comercial | Gerente Nacional de Vendas | Gerente de Vendas Sênior | Mentor | Palestrante | Autor | Transformação Digital | Indústria 4.0 | Automação Industrial | IIoT

Fala sobre #vendas, #inovacao, #tecnologia, #industria40 e #transformacaodigital

São Paulo, São Paulo, Brasil · [Informações de contato](#)

31.029 seguidores · + de 500 conexões

8 conexões em comum: Conrado Adolpho, Rosane Sampaio e mais 6 pessoas

[✓ Seguindo](#) [Enviar mensagem](#) [Mais](#)

Prestação de serviços
Coaching de desenvolvimento de carreira, Desenvolvimento de liderança, Formação de equipes, Estratégia de co...
[Ver todos os detalhes](#)

Destaques

Entre em contato com Rodrigo para...
Consultoria pro bono e voluntariado, Assessoria para empresas, Consultoria remunerada.
[Envie uma mensagem](#)



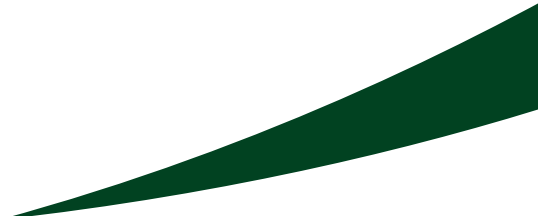
LinkedIn gera mais vendas às empresas do que Facebook, Twitter ou Blog próprio.



93% dos vendedores B2B consideram o LinkedIn o site mais efetivo para geração de lead.

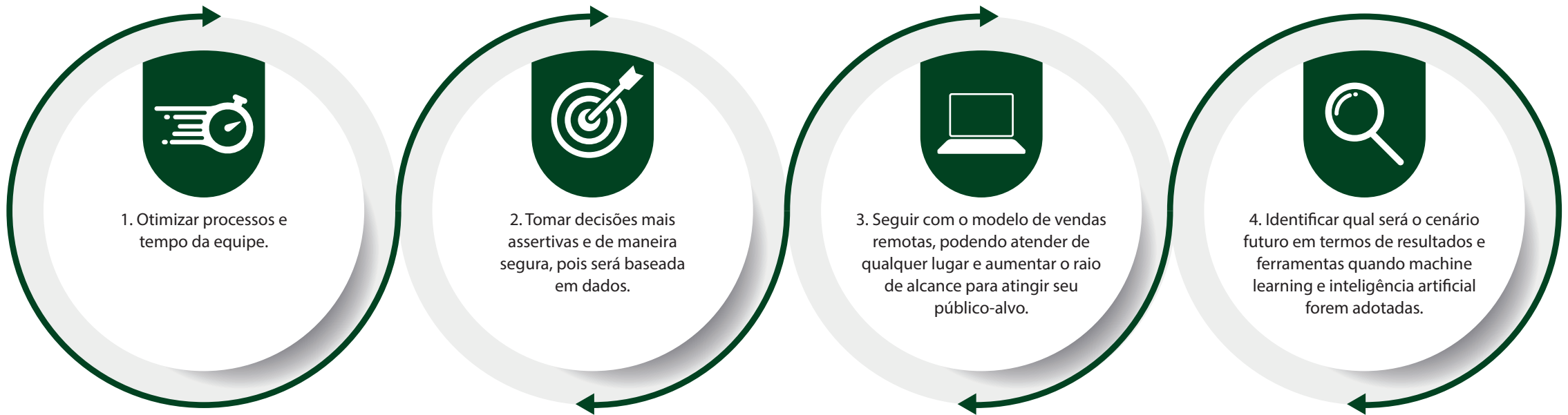


+ de 50 milhões de usuários no Brasil, país é o 4º, atrás apenas de EUA, China e Índia.



Benefícios da Transformação Digital em vendas

A partir do momento que você compreende qual é o novo papel do vendedor nos dias de hoje e que é fundamental olhar para a Transformação Digital como aliada na área de vendas, é possível ter os seguintes benefícios:



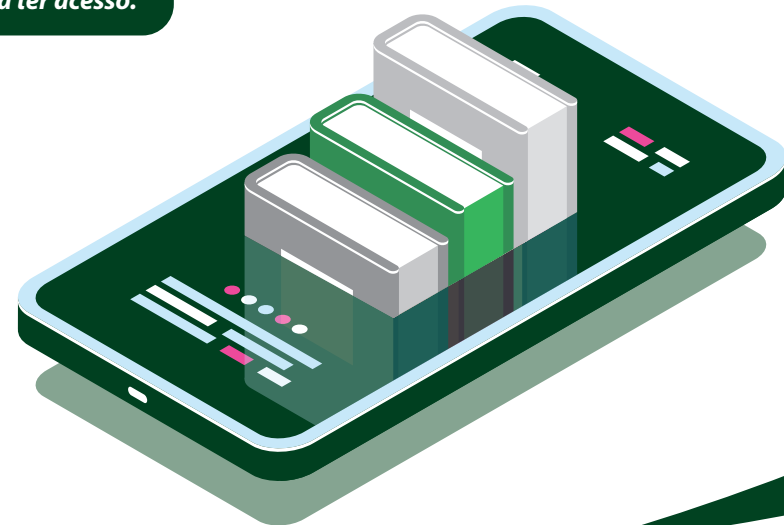
A Transformação Digital exigirá novas habilidades dos líderes de vendas

As vendas digitais já são realidade em muitas empresas, mas ainda é cedo para afirmar que os modelos tradicionais serão extintos. Na verdade, eles estão passando por uma verdadeira Transformação Digital, e se ela não pode ser parada, será necessário formar novos gestores comerciais (ou reciclar os atuais) para que estes possam liderar o processo de mudança trazido pelas novas tecnologias.

O novo gestor de vendas digitais precisará ser capaz de atuar na busca e implantação de tecnologias digitais que permitam a Transformação Digital das vendas de sua organização. Será preciso que ele selecione tecnologias que permitam a

implantação de plataformas de e-commerce, automação de processos, análise e tomada de decisão com base em dados obtidos com o uso de tecnologias de BI, Big Data e Inteligência Artificial. Se você que está lendo este conteúdo, quiser compreender mais sobre cada uma dessas ferramentas tecnológicas para fazer essa seleção da forma mais adequada, recomendo que leia meu outro e-book sobre Indústria 4.0.

[*Clique aqui para ter acesso.*](#)



A Transformação Digital exigirá novas habilidades dos líderes de vendas

Além disso, o novo gestor de vendas precisará se familiarizar com ferramentas modernas de gestão de vendas, atendimento ao cliente, mapeamento de processos, marketing digital, inteligência e análise de dados.

O trabalho remoto trouxe uma série de desafios e a gestão à distância, certamente, exigirá outro tipo de postura da liderança vendas. Além de não perder o controle do time e do andamento das vendas, o gestor precisa estar sempre focado em motivar os profissionais da equipe, mesmo à distância. A realização de reuniões online, tanto individuais quanto coletivas, é muito importante, assim como a empatia e o uso de estratégias de motivação.



Conclusão

Antes de você sair mudando totalmente sua rotina e suas estratégias de vendas com o cliente e/ou sua equipe, lembre-se que não é porque houve uma Transformação Digital que agora as vendas só funcionarão pelo online.

As vendas digitais serão cada vez mais comuns, sim, mas o presencial continuará tendo tanto valor quanto, fazendo com que os profissionais de vendas tirem proveito dos diversos canais de comunicação, tanto online, quanto offline. Isso é o que chamamos de omnichannel.

O vendedor terá que criar uma relação mais próxima com seus clientes e isso gerará como resultado a potencialização da margem de lucro a longo prazo, ao criar laços entre consumidores e marcas. Assim, com a relação de afetividade, conseguirá fascinar seus clientes com produtos e serviços novos.

Ao transformar o relacionamento com o cliente, fica mais fácil ter e perceber o aumento no engajamento e na fidelização. A consequência direta dessa proximidade é a sobrevivência em um mercado cada vez mais competitivo e o vendedor atuando muito mais no papel de consultor, tendo toda a expertise no produto ou serviço e em buscar soluções que realmente auxiliem o cliente antes, durante e depois da venda.

Quanto mais compreensão tiver do cliente e das ferramentas digitais, mais você e sua empresa crescem. Meu mentorados, depois que conseguiram fazer essa troca de mindset e colocaram ações em prática durante o processo de mentoria, puderam perceber a mudança não só nos números no final do mês, mas também no aumento de confiança e relacionamento com seu público-alvo.

Se você também quer evoluir nesse sentido, entre em contato comigo para saber mais sobre como minha mentoria em Vendas Técnicas pode te auxiliar e/ou a sua equipe.





***Uma trajetória de sucesso
é feita com dedicação,
disciplina e perseverança.***

 [in/rodrigoportes-gestão-comercial/](#)
 [rodrigoportes.mentordevendas](#)
 +55 11 98111-8912

R RODRIGO
PORTES