



Guia prático de prospecção

Como as soluções do LinkedIn podem humanizar e impulsionar a sua estratégia de vendas?

Introdução

Quando a gente fala de Cenário de Vendas e futuro do mercado, não dá para desconsiderar a relevância do LinkedIn.

Com mais de 1 bilhão de usuários ao redor do mundo, a maior plataforma profissional do planeta combina todos os pontos deste material em um só lugar, elevando a sua autoridade, o que é muito importante para você continuar superando as metas.

Ajudar as pessoas, humanizar a comunicação e contar com o apoio dos dados e de soluções tecnológicas consolidadas no mercado são os caminhos que vão guiar as empresas na busca pelos melhores resultados daqui para frente.

A boa notícia é que você não precisa escolher apenas um, pois eles podem ser percorridos ao mesmo tempo. Tudo o que precisamos fazer é nos preparar e encontrar as pessoas certas para navegar ao nosso lado neste oceano de oportunidades.

Nesse sentido, eu separei algumas dicas neste eBook que vão ajudar as equipes de vendas a impulsionarem seus resultados por meio de algumas iniciativas que fazem a diferença.

Aproveite a leitura!

Denise Maia



Capítulo 01

Chamadas a frio... **Ligações perigosas**

Escritório, e-mails se acumulando e aquele relatório que não sai.

O telefone toca:

– Poderia falar com **Arthur**?

– É ele.

– Sou representante da empresa **X**, o senhor tem interesse em nossos **serviços Y**?

– Não.

– Obrigada!

E lá se vai mais um **cliente em potencial...**

Não são raras as vezes que empresas perdem oportunidades de negócio apenas por escolher de maneira errada a forma de abordagem. O Arthur, personagem citado na conversa fictícia, poderia, sim, ser um cliente. Mas não foi por toda a chateação e inconveniência que um telefonema fora de hora pode gerar.

Nenhum convívio frio pode ser considerado um bom relacionamento. Quanto mais próxima a empresa estiver de seus clientes, melhor será o serviço que poderá oferecer a eles. Quanto mais conhecer as pessoas que buscam aproximação, melhor será a abordagem que poderá realizar, de forma personalizada, inclusive. Infelizmente, não é assim que as coisas funcionam.

Ou seja, ligar para alguém que você não sabe quem é e oferecer algo que não sabe se ela precisa ou da forma como precisa é, sem sombra de dúvida, uma fria para os negócios.

Segundo o relatório “Deep Sales 2024”, publicado pelo LinkedIn, 25% dos vendedores B2B ainda enviam e-mails padronizados e modelados para compradores e mais de 33% deles fazem a divulgação com pouco ou nenhum conhecimento do setor, empresa ou pessoa que estão contatando.





As **cold calls** são um modo de prospecção utilizado há anos, e muitas empresas consideram essa a única maneira de buscar e introduzir novos clientes em seus negócios. Nos últimos tempos, com o avanço da tecnologia e a mudança de comportamento das pessoas, o método ficou ultrapassado e, de forma eficiente, transformou-se em cilada.

Com a internet, muitos recursos foram criados e desenvolvidos para otimizar e tornar mais eficiente o processo de prospecção de clientes. O LinkedIn, plataforma profissional destinada apenas para contatos desse âmbito, faz esse papel com maestria. Nos dias de hoje, é indispensável utilizar a ferramenta e, mais que isso, transmitir confiança por meio dela.

Com o mercado supercompetitivo, é preciso fazer a diferença para se destacar. É imprescindível ter informações contundentes sobre suas prospecções e trazer valor para a conversa.

O LinkedIn é uma plataforma com mais de 1 bilhão de usuários em todo o mundo. Se utilizado da maneira correta, é a ferramenta mais poderosa do planeta para realizar esse trabalho.

Fazer uma pesquisa satisfatória antes do contato direto com o cliente, pensar com a cabeça dele, entender o propósito pela raiz para assim trazer a solução necessária e adequada para o sucesso. Tudo isso em um só lugar, em um só perfil e com apoio da IA.

Os dados da maior plataforma profissional do planeta mostram que

das habilidades de um vendedor podem ser aprimoradas pela IA Generativa. Entre elas, estão as ligações não solicitadas, vendas no varejo, vendas internas e muito mais.

Aliás, um perfil conciso e direto é o ponto-chave, assim como um direcionamento adequado e uma aproximação pertinente também são fundamentais para o sucesso da prospecção. É preciso colocar o pensamento estratégico em prática.

Capítulo 02

Como preparar **sua equipe?**

Mais do que vender o seu produto ou serviço, você precisa entender como pode ser útil ao seu prospect. A venda será uma consequência disso.”

“Num mundo hiperconectado, as relações em que ambos ganham são benéficas não só aos envolvidos diretamente na negociação, mas ao mercado como um todo.”

“Vendas e Marketing precisam reconhecer que um depende do outro para o sucesso da prospecção.”



O Brasil está entre os primeiros países em número de usuários no LinkedIn. Por isso, a plataforma dedicada especialmente para networking é um campo cheio de minas de ouro a ser explorado.

“Os vendedores de alto desempenho são mais propensos a usar tecnologias de IA (75%) e ferramentas de inteligência de vendas (60%), como o LinkedIn Sales Navigator com tecnologia de IA, para aumentar a produtividade das vendas e gerar mais receita.”

Ficou animado? Calma! Não basta estar na plataforma profissional. Antes de começar, seu pessoal precisa entender o potencial do LinkedIn e estar capacitado para usar a ferramenta da forma correta. Para isso, a “providência zero” é adequar o perfil à estratégia de prospecção.

Quais são as demandas do seu público? Como resolver os problemas dele? Quando for desenhar a estratégia, aprenda a pensar com a cabeça do prospect, procure entendê-lo e antecipar-se às “dores” dele. Conheça o seu processo de compra e prepare sua argumentação.

Mas, acima de tudo, aprenda a **OUVIR**.

Seu perfil, o começo de tudo

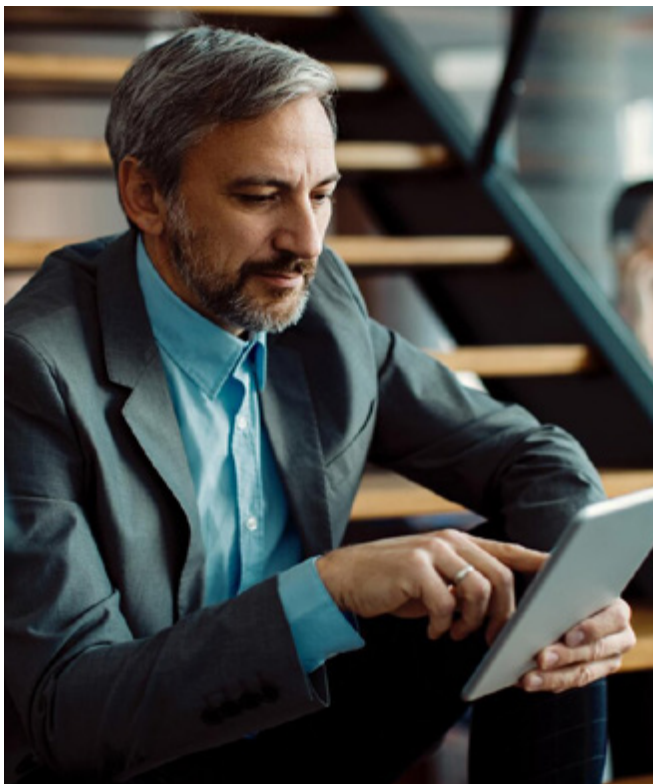
É aquela história: a primeira impressão é a que fica. Um perfil bem estruturado é a porta de entrada para uma prospecção de sucesso. É preciso ter bastante cuidado com as informações postadas, e utilizá-las de forma que despertem a atenção de todos que passam por ali.

Existe muito material disponível mostrando como montar um perfil eficiente, e este não é o objetivo deste eBook (estamos falando de prospecção), mas um perfil bem-feito é o passo inicial do processo, então valem algumas dicas para quem já fez o básico:

- Construa o seu perfil tendo o cliente em mente.
- O resumo não é um sumário. Ele deve ser um texto corrido em primeira pessoa contando sua trajetória e mostrando um posicionamento claro. Ressalte suas principais realizações e mostre como você pode colaborar para o crescimento do mercado em que atua.
- Use palavras-chave que tenham afinidade com os seus objetivos, ao longo de todo o perfil. Por exemplo: se você quer ser reconhecido como especialista em tecnologia,

essas são as suas principais palavras-chave. Agora, aplique palavras mais específicas de sua experiência para que encontrem você com mais facilidade. Pense em quantos especialistas em tecnologia existem na plataforma e vai ficar mais fácil entender como se diferenciar.

- Sempre vale a pena lembrar: sua foto deve ter relação com o seu objetivo profissional.



Qualificações

A qualificação é o seu conhecimento profissional. Ela é a principal via para quem faz uma busca utilizando palavras-chave, portanto é a porta de entrada do seu perfil profissional, ou da sua empresa.

Porém, se estamos aqui para ensinar a prospectar pelo LinkedIn, por que essas coisas são importantes? Porque como o seu prospect também tem acesso às informações da sua empresa — e o ideal é que elas correspondam às expectativas —, a prospecção também pode ser passiva!

Potencialmente, 25 milhões de compradores estão no LinkedIn procurando por negócios, e eles podem chegar justamente ao seu. Por isso, destacar as principais qualidades da sua empresa ou do seu perfil é tão importante quanto executá-las com eficiência e maestria, e o uso das palavras-chave é imprescindível.

Abordagem Eficiente

Encontrar ou ser encontrado. Agora que a conexão está feita, é preciso dar o passo seguinte e lidar com o seu prospect de forma a fazê-lo sentir-se único e especial.

Mesmo que você tenha possibilidade de gerar 500 leads por dia — e acredite, isso é possível! —,

faça o que você consegue gerenciar. Respostas-padrão levam o seu trabalho por água abaixo. Envie mensagens personalizadas, conforme seus objetivos e com o perfil conectado.

Existe uma oportunidade bem diante dos vendedores. O último relatório do LinkedIn mostrou que apenas **18% dos vendedores B2B usam a estratégia deep sales** e quase metade do número é de vendedores superficiais, ou de baixo desempenho.

Outro ponto que quero destacar é que os vendedores que adotam a abordagem de **vendas profundas** têm quase duas vezes mais probabilidade de superar os seus resultados do que os vendedores superficiais.

Entenda quais são as demandas e os assuntos de interesse daquela pessoa, e se não há oportunidade para uma abordagem comercial num primeiro momento, nem por isso deixe-a de lado. Existem inúmeras possibilidades de continuar em contato, como participar dos mesmos grupos de discussão, acompanhar suas publicações no LinkedIn ou compartilhar informações relevantes.

Veja a seguir como ampliar seu networking.

Capítulo 03

Os 4 Ps para ter sucesso na plataforma



Posicionamento

Faça do seu perfil sua marca pessoal;

Prospecção

Crie uma rede de conexões qualificada;

Proximidade

Aproxime-se das pessoas com a abordagem aproximada e fuja da cold call;

Presença

Compartilhe atualizações que iniciem o diálogo e fortaleçam relacionamentos.

Passo a passo: como prospectar com mais agilidade e eficiência?

“Diga-me com quem andas que te direi quem és.”

O LinkedIn é uma plataforma de relacionamento para assuntos profissionais. As pessoas e empresas que estão por lá têm objetivos bem claros: ampliar o networking, fazer negócios, trocar experiências, conquistar um emprego e estabelecer parcerias.

A plataforma se tornou um dos principais lugares para estabelecer conexões profissionais, trabalhar o marketing pessoal e institucional, participar de discussões construtivas dentro da área de atuação, entre outras possibilidades.

Para aumentar o alcance e conseguir atingir cada vez mais pessoas, é necessário se conectar com o maior número de perfis que tenham os mesmos interesses e assuntos. Manter-se ativo é essencial. Para isso acontecer, a principal dica é: conectar-se com as pessoas e os grupos certos. Essa interação com conexões corretas estimula e facilita os novos negócios.

Abordar alguém no LinkedIn a fim de fazer novos negócios é apropriado e bem-vindo, nem de longe torna-se uma inconveniência, já que todos estão conectados na plataforma exatamente para isso.

1. Adicione pessoas que já conhece

A influência é muito forte e significativa na plataforma profissional. Poucos contatos relacionados ao perfil podem fazer com que possíveis clientes questionem o porquê do número baixo e, inclusive, influenciar na decisão de responder ou não a futuras mensagens.

Além disso, conectar-se às pessoas com as quais já se envolveu profissionalmente gera uma lista de contatos em comum. Quanto mais perfis estiverem relacionados ao seu, mais chances de ser encontrado por pessoas que buscam por sua área de atuação.

2. Encontre conexões potenciais

O LinkedIn disponibiliza filtros que ajudam a aperfeiçoar a busca de conexões importantes para os seus objetivos na plataforma. Em poucos cliques, por meio de palavras-chave, é possível encontrar pessoas que se interessam pelo tipo de trabalho que você oferece.

É importante realizar buscas de formas diferentes, explorando ao máximo filtros de localização, setores de atuação, empresas em que essas pessoas atuam, cargos que ocupam e conexões em comum, por exemplo.

Alguns filtros geram mais resultados e outros, maior potencial de compra. Por isso, preocupe-se em abranger todas as opções para atingir mais pessoas com potencial de se tornarem clientes.

3. Adicione pessoas que não conhece

Ao encontrar potenciais clientes por meio de pesquisas de filtros, você pode convidá-los a fazer parte de sua rede. O LinkedIn permite aos usuários o envio de mensagens personalizadas. O ideal é que elas sejam curtas e causem boa impressão, já que o objetivo principal é que sejam respondidas.

O foco deve ser a forma como o cliente irá se beneficiar com o seu trabalho, e não o serviço em si. Para ajudar na disciplina de prospecção, programe-se constantemente para levantar novos contatos.

Coloque metas: 5, 10, 15 tentativas de contatos por dia. Assim como em todas as novas conexões, não se esqueça de mandar uma mensagem personalizada agradecendo o aceite.

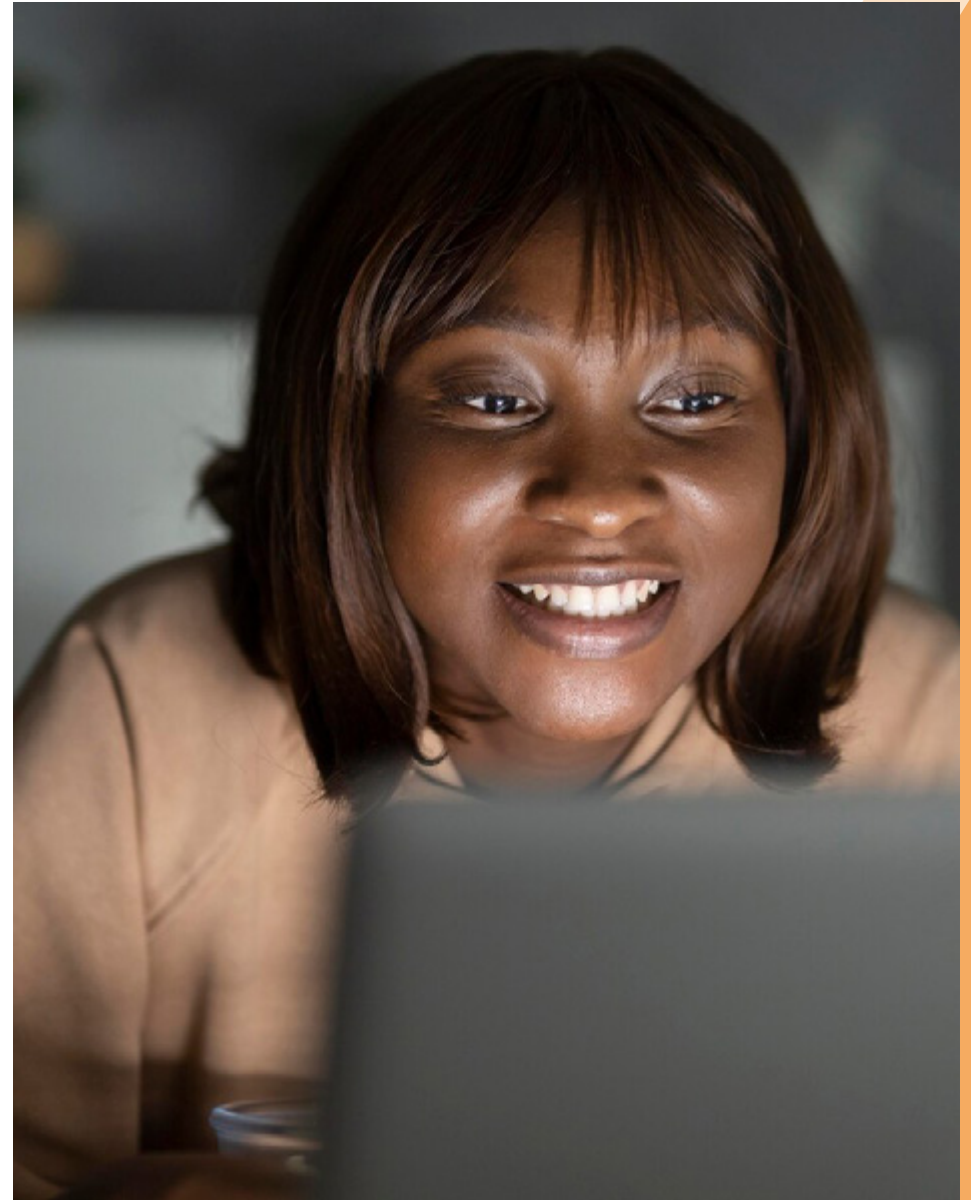
4. Gere conteúdo relevante

Publicar conteúdo no feed de notícias ou criar artigos são atividades que atraem a atenção das suas conexões, e não há nada melhor do que isso para construir autoridade na plataforma. Os cuidados aqui devem ser com a qualidade da informação (cheque TUDO antes de publicar) e com o texto (coesão, clareza e nada de erros gramaticais).

5. “Siga” os prospects

Outra opção para acompanhar de perto os possíveis clientes é o botão “Seguir”. A ferramenta faz com que seja possível acompanhar as atualizações de qualquer pessoa sem a necessidade de realizar uma conexão.

Seguindo esse passo a passo, será possível conquistar uma abordagem mais segura, já que você terá acesso a diversas informações expostas na plataforma, que direcionarão o processo de prospecção com maior eficácia.

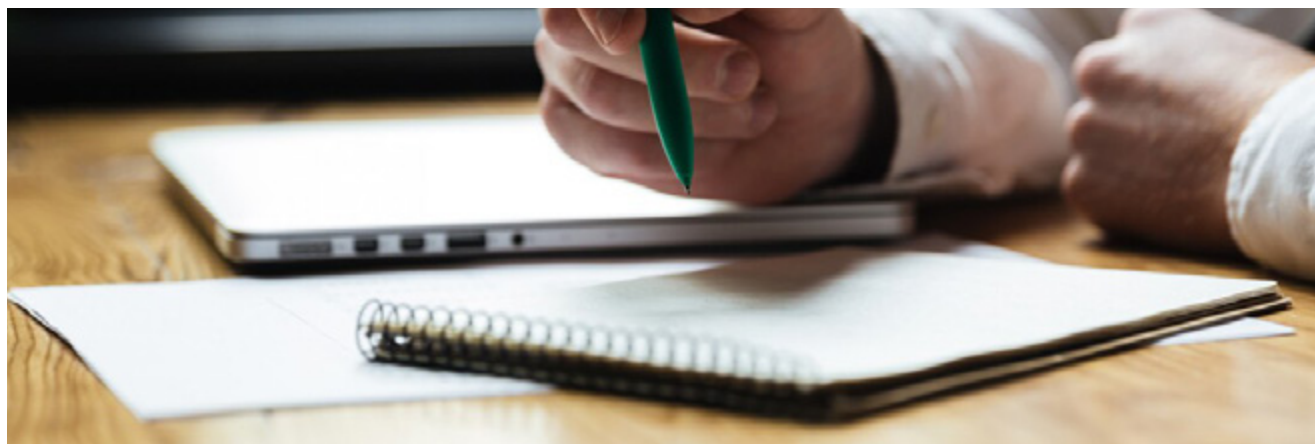


Capítulo 04

Como transformar seus **leads**
em **oportunidades**

Recolher todas as informações do seu lead e reconhecer que ele tem interesse em seus serviços não bastam para transformá-lo num prospect. Diferenciais como abordagem personalizada e focada exatamente na necessidade do cliente aumentam consideravelmente a possibilidade de fechar negócio.

Prospectar é basicamente obter informações em detalhes sobre empresas e clientes e, por que não, da concorrência também. Quanto mais informações levar para o seu futuro cliente, mais ele sentirá como seu trabalho gerará valor para o negócio.



Utilize o botão “seguir”

Se você ainda não conseguiu conectar-se ao seu prospect, utilize o botão seguir para acompanhar os passos dele no LinkedIn. Assim, você vai saber os assuntos de interesse dele, acompanhar as atualizações e interagir no momento certo.



Tome uma atitude

Você fez todo o trabalho de rapport, e o lead entrou em contato com a sua empresa. Não deixe para daqui a pouco, interaja imediatamente. As chances de fechar negócio vão caindo de forma significativa quanto mais o tempo passa. acredite! Em tempos de redes sociais, 30 minutos é um tempo grande.



Segmente seu público

Agora que você já está com um bom volume de conexões, é melhor separá-las de acordo com a estratégia adotada, para manter tudo sob controle. Use as tags (marcadores) que estão na aba “conexões”. O LinkedIn também é uma excelente ferramenta de CRM.



Cuide dos clientes

Eles podem ser excelentes “advogados da marca”, com depoimentos e recomendações dos seus serviços. Da mesma forma que você pesquisa seus prospects, eles também pesquisarão você e sua empresa.



Publique conteúdo relevante

O LinkedIn oferece três principais ferramentas para isso: Pulse, para publicação de artigos; SlideShare, para conteúdos em PPT, e a página da sua empresa.



Identifique o melhor momento

Pelas interações do seu prospect, você consegue ver quais os horários preferidos dele para estar no LinkedIn. Use essa informação a seu favor.

Capítulo 05

Estratégias para tirar o máximo
do **Sales Navigator**



LinkedIn
Connect to Opportunity™

Join now

Join with Google

Sign in



Costumo dizer que o Sales Navigator é uma Ferrari, mas não adianta ter um carro tão poderoso e não saber dirigir.

Antes de começar

O que é Sales Navigator?

O Sales Navigator (LSN) é uma ferramenta de vendas do LinkedIn, criada para ajudar profissionais de vendas a abrirem relacionamentos, identificarem e acompanharem seus clientes e potenciais clientes.

Atualmente, a plataforma conta com a tecnologia deep dales, na qual os vendedores acessam dados exclusivos e precisos. Por exemplo, é possível ter em mãos informações valiosas, como receita da empresa, decisores de compras e dados comportamentais dos prospects.

E não para por aí. A plataforma também oferece insights e indicações em grande escala, tudo em tempo real, ajudando as equipes de vendas a agirem de forma correta para o surgimento de melhores resultados. “Os vendedores de vendas profundas têm quase 2x mais probabilidade de superar seus números em comparação aos vendedores superficiais.”

O que é Sales Navigator?

Para usar o LSN, escolha o plano certo e, em seguida, integre-o totalmente ao seu processo de vendas, usando-o para encontrar leads, entender suas necessidades e interagir com eles de maneira eficiente.

Para diferentes perfis de empresas e usuários, o LSN tem um tipo de licença, cada uma delas dá ao usuário acesso a diferentes recursos e permissões. Por isso, é importante saber qual conta assinar antes mesmo de começar. São três tipos de licença com recursos principais:

Core: licença individual direcionada a profissionais liberais e pequenos empreendedores.

Advanced: para trabalho em equipe. Nesta opção, um administrador pode alocar as licenças conforme a necessidade. A compra é online, com limite de número de licenças.

Advanced Plus: vendida somente com contato direto com o LinkedIn e com total suporte da empresa. Inclui diversos diferenciais, o mais importante deles é a sincronização direta e simples com Salesforce e Microsoft Dynamics 365 Sales.

O que recomendo:

- 01** ■ Definição de um owner que forneça apoio na estratégia e acompanhe a equipe;
- 02** ■ Busca de ajuda especializada e promoção de treinamento sobre as funcionalidades básicas do LinkedIn, além da revisão dos perfis de quem utilizará a ferramenta e apresentação de abordagens efetivas;
- 03** ■ Alinhamento de vendas com marketing;
- 04** ■ Definição e acompanhamento das metas;
- 05** ■ Envolvimento da liderança;
- 06** ■ Revisão de processos de vendas;
- 07** ■ Envolvimento das outras áreas, em que todos devem conhecer o projeto e o Sales Navigator.

Na prática, o caminho é

● Segmente

Encontre os decisores e as empresas certas com mais rapidez.

● Entenda

Acompanhe atualizações importantes de leads e empresas.

● Interaja

Faça contato e interaja com potenciais clientes.



7 estratégias para práticas fundamentais

- 01.** Pesquise com filtros avançados.
- 02.** Analise cada perfil da lista gerada.
- 03.** Salve os leads que façam sentido, criando listas de leads ou contas.
- 04.** Acompanhe interagindo e oferecendo insights.
- 05.** Elabore InMails com base nos insights recebidos.
- 06.** Monitore respostas.
- 07.** Agende reuniões.



Segundo os últimos dados do LinkedIn, os usuários da plataforma B2B podem aumentar seu pipeline em 15%, fechar 17% mais negócios ao salvar leads e até mesmo fechar 42% mais negócios ao se conectar com tomadores de decisão.

No entanto, números são apenas números até você colocá-los em ação. E a melhor forma de fazer o LinkedIn Sales Navigator funcionar é integrá-lo totalmente ao seu processo de vendas.

Fonte: [LinkedIn](#)

Conclusão

Toda estratégia deve ser SMART: específica, mensurável, atingível, realizável e ter limite de tempo. Partindo desse princípio de gestão, determine as métricas de prospecção e avalie, periodicamente, o que deve ser ajustado para atingir o sucesso.

Acima de tudo, siga boas práticas de engajamento e governança. Os resultados vão ser positivos, pode ter certeza.

Lembre-se de que, nos negócios B2B, quem toma as decisões são as pessoas. Por meio de uma boa estratégia e com o apoio da tecnologia, é possível engajar seus clientes e obter resultados cada vez melhores.

Se precisar de ajuda para elaborar sua estratégia, você pode contar com o nosso apoio.

Bons negócios!



MARKETING DIGITAL

