

50 ferramentas de produtividade e inteligência artificial para aumentar suas vendas





Este índice é interativo, clique no capítulo para o qual deseja ir diretamente.

Índice

- 1** Novo contexto: mudanças no consumidor e na equipe de vendas
– 4
- 2** Ferramentas de vendas que fazem a diferença
– 7
- 3** Inteligência artificial: mais um passo para se adaptar ao contexto em mudança
– 22
- 4** Nossa seleção de ferramentas de vendas indispensáveis
– 27
- 5** Análise das ferramentas propostas: o que a equipe de vendas da InboundCycle pensa delas?
– 28
- 6** Adaptabilidade e valor: o segredo está nas novas ferramentas de vendas
– 31

Já tem bastante tempo que, quando se fala em vendedor, ninguém mais imagina um representante que, com uma apresentação em mãos, percorre quilômetros em busca de possíveis clientes. **As ferramentas de vendas evoluíram e, com elas, a estratégia comercial também.**

Neste material não falaremos apenas sobre como ajudar que os vendedores das empresas sejam mais eficientes, flexíveis e produtivos, mas também sobre as **ferramentas de vendas** que permitem que eles conduzam um **processo comercial adaptado à jornada dos potenciais clientes.**



1 Novo contexto: mudanças no consumidor e na equipe de vendas

A transformação não é só do lado da empresa, pois acontece de maneira evidente em ambas as extremidades do relacionamento comercial. Por esta razão, também se observa uma **mudança na forma como os consumidores compram**. Nos últimos anos, houve um aumento significativo no uso de celulares para comparar, pesquisar informações e comprar online.

Antes de 2020 falava-se de uma mudança de paradigma caracterizada por menos paciência e maior ceticismo em relação a marcas e negócios. Como empresa, devemos entender a **necessidade de adaptação das equipes de vendas à nova realidade**, marcada por mudanças na forma como trabalhamos e consumimos.

Os profissionais dessa área devem estar preparados para oferecer soluções inovadoras e adequadas ao contexto atual, no entanto, acompanhar as mudanças pode ser um grande desafio. Por isso é importante que eles tenham todas as ferramentas necessárias não só para vender mais, mas também para aumentar sua produtividade.

Ferramentas de vendas que ajudam na adaptação às mudanças

Com o ritmo frenético de mudança que enfrentamos atualmente, **é preciso re-
ver a forma de trabalho da equipe de vendas e capacitá-la com as ferra-
mentas de vendas mais eficazes**. Elas permitem flexibilidade, eficiência e agili-
dade, ao mesmo tempo em que garantem que o vendedor adapte o processo
ao cliente.

A importância de ter uma metodologia de vendas baseada nas necessidades dos clientes ganha relevância neste contexto de incertezas e mudanças na forma como consumimos. **Continuar com um processo de vendas não adaptado à situação atual do potencial cliente, sem empatia e focado no produto, pode ser contraproducente.**

Metodologia Inbound Sales Guiando seu novo processo de vendas

A mudança é inevitável, mas também necessária, e se você aproveitar o momento, pode tornar-se um catalisador para a melhoria do processo de vendas.

Para isso, você precisa redesenhar a forma como faz marketing, vende e atende cada cliente. Você sabe como pode fazer isso? Com a metodologia inbound, que permite oferecer o conteúdo certo no momento apropriado.

Não é o que você vende, é como você vende. Nós, como empresa, devemos mudar. Não podemos esperar que o usuário faça a alteração, temos que ser os protagonistas desta mudança: **facilitar as coisas para o usuário. Você já tentou se colocar no lugar deles?**

É nisso que consiste a metodologia [Inbound Sales](#): transformar suas vendas para corresponder à maneira como as pessoas compram. Para aplicá-la, você precisa:

- Basear sua estratégia no comprador, não no vendedor.
- Personalizar toda a experiência de vendas com base no contexto do potencial cliente.
- Vender pensando em como seus clientes compram.

2 Ferramentas de vendas que fazem a diferença

As ferramentas não só ajudam você a vender mais, mas a vender melhor.

E dedicar seu tempo a tarefas que agregam valor. O uso de ferramentas ajuda a:

- Ser mais eficiente.
- Mais produtivo.
- Melhorar os resultados.
- Ter maior visibilidade sobre todas as atividades da empresa.

Além disso, não vamos esquecer que algumas ferramentas também permitem que você seja flexível e não dependente de uma localização física. Como você pode imaginar, existem muitas opções, uma grande variedade de possibilidades e, por isso, as **ferramentas de gestão empresarial** são organizadas em três categorias:

1. Marketing Automation: converte um visitante do site em um lead.
2. CRM & Sales Automation: antecipa necessidades e aumenta suas vendas.
3. Produtividade & Gestão: ferramentas que facilitam sua vida.

1. Marketing Automation

Converte um visitante do site em um lead

Por que falamos de ferramentas de marketing em um conteúdo para vendas?

Poderíamos expandir esse ponto, mas vou resumir o porquê em dois aspectos chaves:

1. Os departamentos de vendas e marketing ([Smarketing](#)) devem se apoiar e estarem alinhados porque buscam a mesma coisa: o sucesso comercial da empresa.
2. As ações de marketing para geração de leads causam um **impacto direto nas oportunidades comerciais da equipe de vendas.**

A **automação de marketing** é uma metodologia que consiste no uso de ferramentas digitais para automatizar ações em determinados canais online. Essas ferramentas permitem:

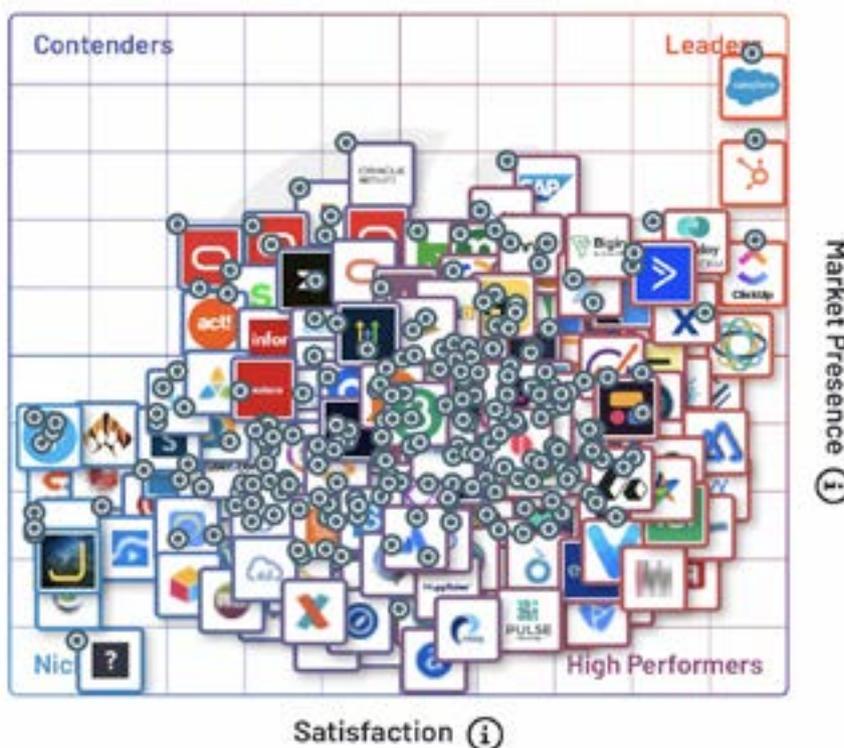
- Aumentar o tráfego para o seu site.
- Converter este tráfego em contatos no banco de dados.
- Acompanhar cada lead, por meio da automação, em seu processo de compra.
- Monitorar o funil de conversão.

Escolher um software de automação de marketing é uma decisão estratégica que deve ser analisada, planejada e discutida. O seguinte gráfico pode dar uma ideia geral de qual ferramenta você pode começar a pesquisar para sua empresa.

2. CRM & Sales Automation Antecipa as necessidades e aumenta as suas vendas

Se tivéssemos que resumir o que o uso de ferramentas como CRM e Sales Automation podem fazer por você, eu diria: **"Economiza tempo e obtém os dados mais relevantes dos seus leads, automatiza as tarefas mais tediosas e fecha negócios mais rápido."** Vale a pena, certo?

O conceito de CRM (Customer Relationship Management) vai além de uma plataforma ou software. É um processo e é toda a tecnologia necessária para gerenciar e analisar interações com clientes, fornecedores e clientes em potencial. O CRM permite antecipar necessidades, otimizar a lucratividade, aumentar vendas e personalizar o relacionamento da sua empresa com cada um dos atores.



Fonte da imagem

É uma gestão 360° de todos os pontos de contato (Marketing, Vendas, Atendimento ao cliente, etc.).

Existem muitas marcas de software no mercado. Abaixo você tem uma lista dos principais CRMs:

- [Sales Force](#)
- [HubSpot CRM](#)
- [Zoho CRM](#)
- [Sugar CRM](#)
- [SAP CRM](#)
- [Microsoft Dynamics](#)
- [Sage CRM](#)
- [Oracle CRM](#)

De acordo com [Salesforce](#), graças a um CRM

- Você encontra mais leads, fecha mais negócios, mantém mais clientes e começa a expandir seus negócios com um **aumento de 37% na receita de vendas.**
- Suas conversas são sempre pessoais, relevantes e atualizadas, gerando um **aumento de 45% na satisfação do cliente.**
- Os clientes do Salesforce relatam um **ROI de marketing 43% melhor** com o uso do CRM.

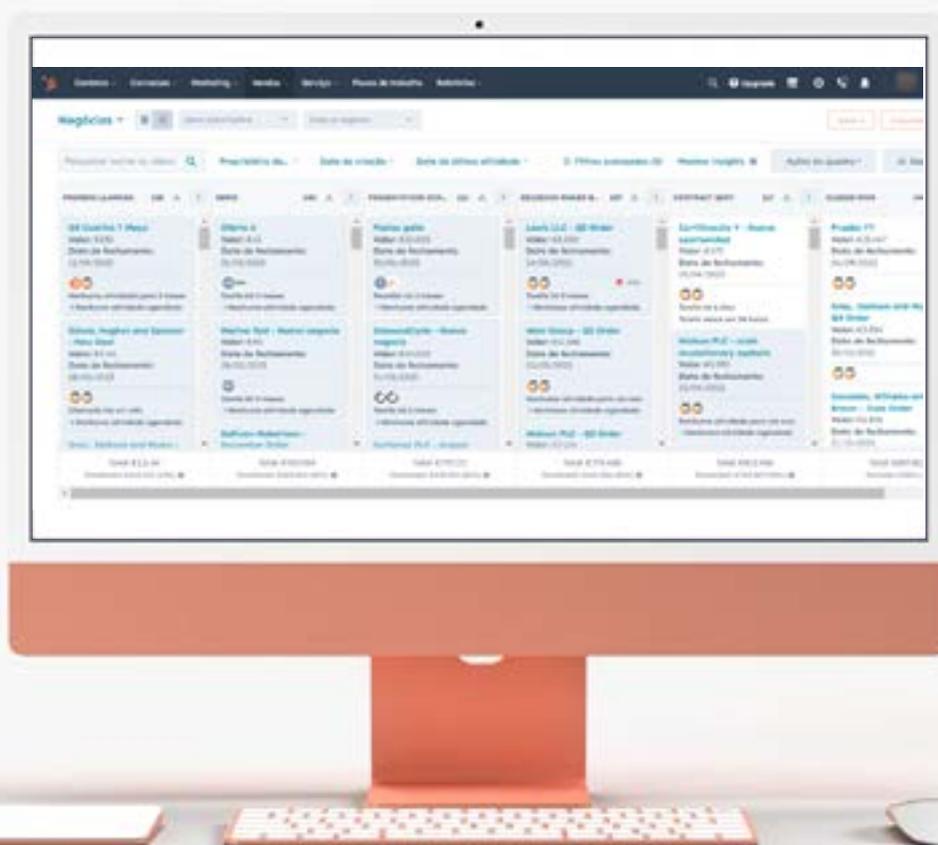
HubSpot CRM

Quando a HubSpot lançou seu CRM (Customer Relationship Management) e outras ferramentas de vendas gratuitas em 2014, ela agregou uma dimensão completamente nova para os negócios. Com essa decisão, eles permitiram que as empresas alinhassem melhor sua estratégia de marketing e vendas, oferecendo o suporte necessário para otimizar o atendimento ao cliente, tudo sem custo adicional no pacote básico.

A HubSpot resume seu CRM da seguinte forma: você é notificado quando as pessoas abrem os seus e-mails, há um rastreamento automático de todas as interações e integração de todas as suas atividades de vendas.

As vantagens (e funcionalidades) que mais se destacam nas ferramentas de vendas são as que permitem:

- Automatizar a divulgação sem ser impessoal: automatizar uma sequência de lembretes e e-mails personalizados.
- Criar e compartilhar modelos de e-mail: converter e-mails repetidos ativos em templates, medir seu desempenho e compartilhar os melhores modelos com o resto da equipe.
- Fazer um rastreamento sem problemas: receber uma notificação automática.
- Agendar reuniões: conecte-se via chat ao vivo. É o próprio lead que escolhe quando funciona para ele, levando em consideração a sua agenda.
- Gastar tempo fechando negócios, não inserindo dados: reduz a entrada manual de dados e automatiza tarefas manuais.
- Monitorar todo o seu pipeline: a sincronização com o CRM permite que você acompanhe todas as atividades.



Em resumo, você não só poderá saber quem está interessado em seu produto ou serviço sem precisar perguntar, como também enviará as informações necessárias no momento certo.

3. Produtividade e gestão

Ferramentas que facilitam sua vida

Como você já sabe, muitas tarefas de vendas do dia a dia são repetitivas e às vezes tediosas. Nesta seção abordamos algumas ferramentas de vendas que impactam diretamente na produtividade e na gestão de processos. Elas ajudam você a ser mais eficiente e também mais produtivo, agregando mais valor aos clientes em potencial.

Agendar reuniões

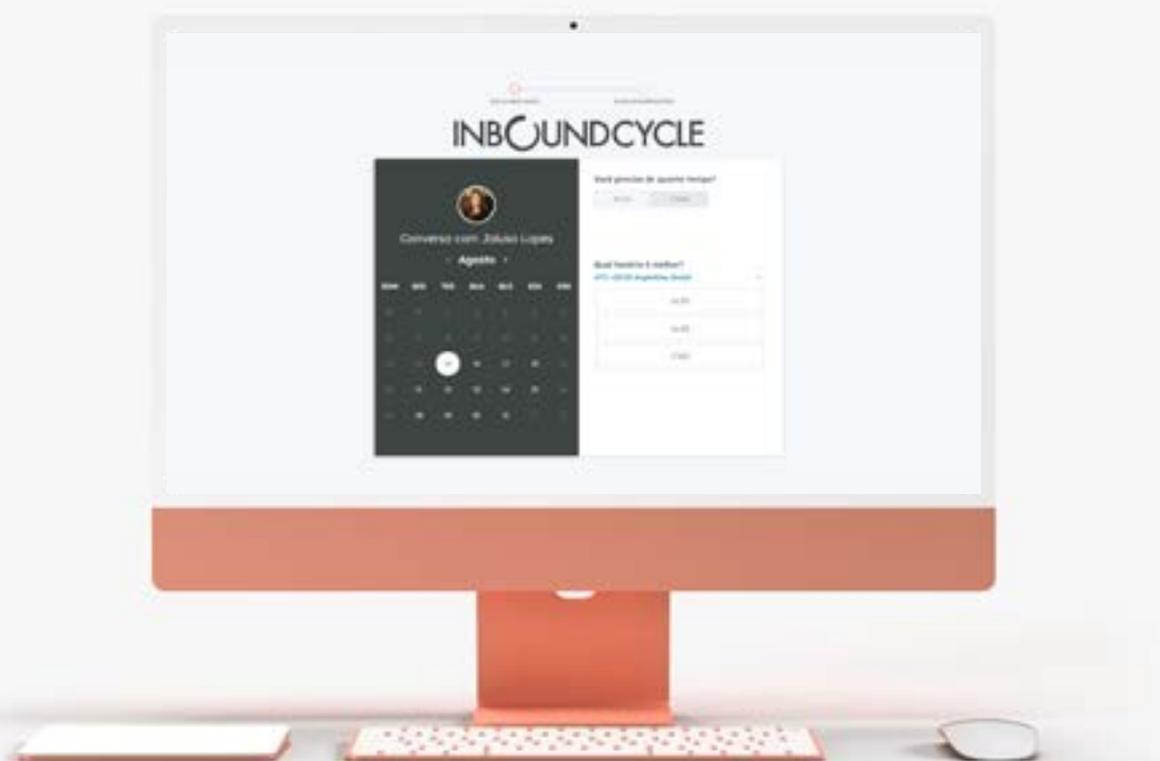
Ferramentas como [Calendly](#) ou a funcionalidade incluída no CRM da HubSpot “[Meetings](#)” permitem agendar reuniões de forma ágil e rápida. Ele é sincronizado com a sua agenda e é o próprio lead quem marca o dia e o horário da reunião.

Em última análise, **permite simplificar o agendamento de reuniões com seus leads**. Você deixa de enviar e-mails para encontrar o momento perfeito e empodera o lead para escolher um espaço em sua agenda conforme sua conveniência.

É compatível com Google Calendar, Office 365 Calendar e HubSpot CRM. E integra-se com Gmail, Outlook, GSuite e Office365.

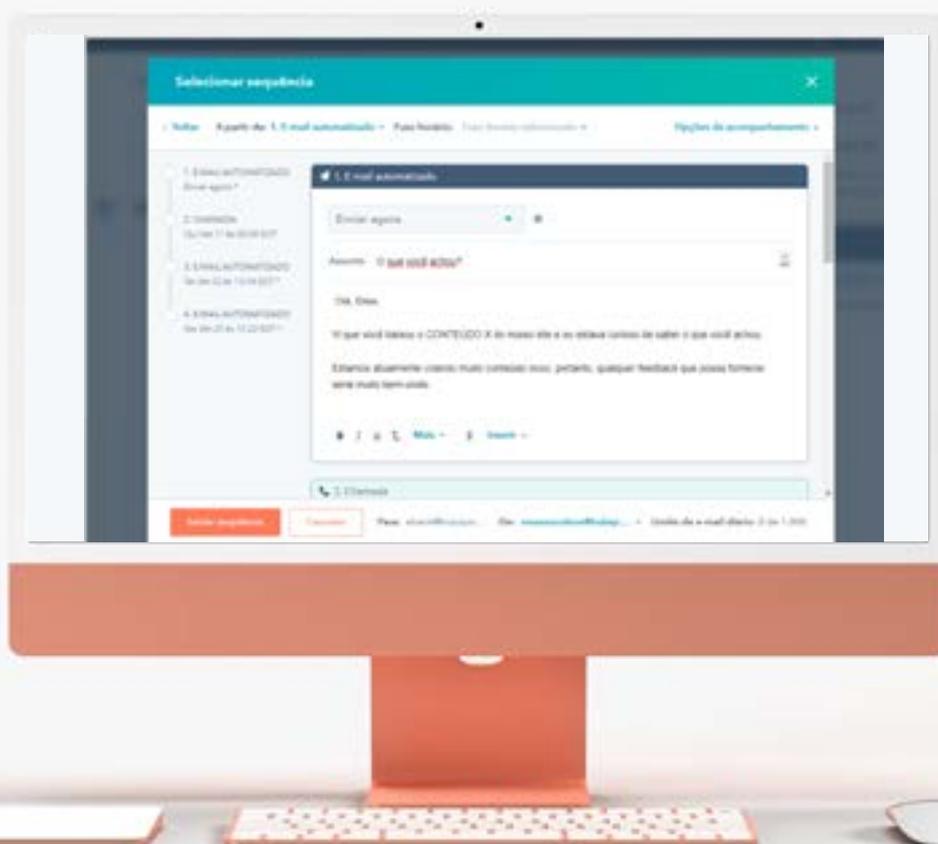
Vejamos um exemplo: Você tem 10 minutos para me contar sua necessidade por telefone?

Você pode agendar um horário pela minha agenda:



Contato e acompanhamento de leads

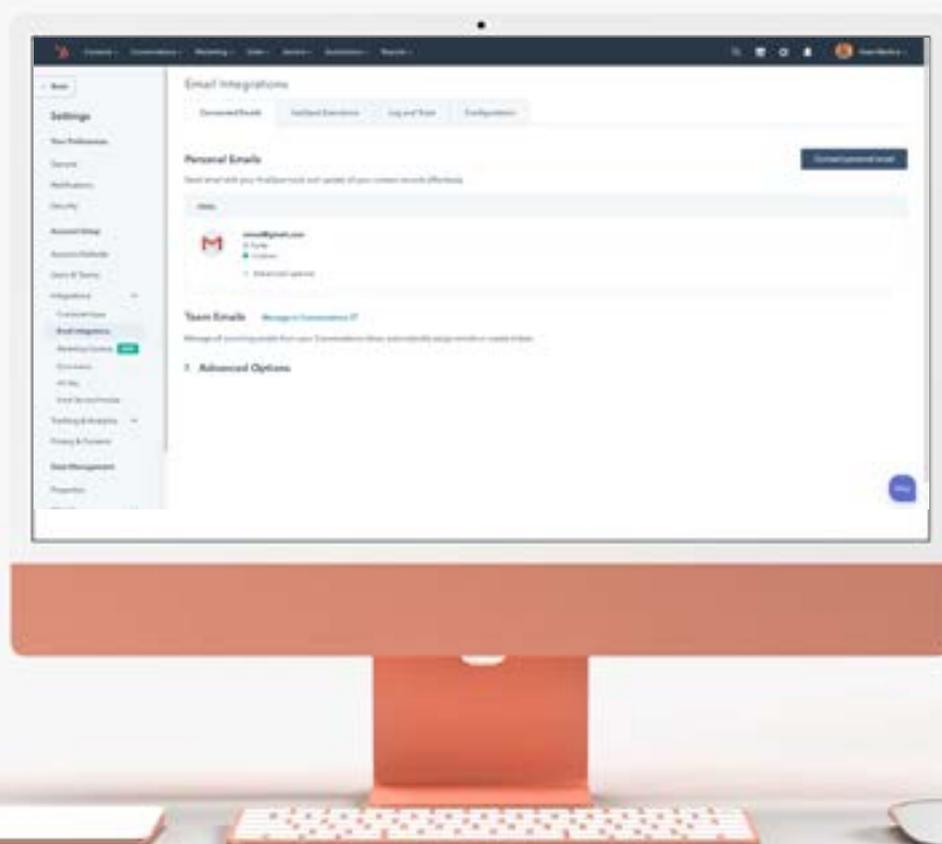
Outra funcionalidade importante do Hub Sales é a ferramenta de “[Sequências](#)”. Ela permite automatizar tarefas de conexão e acompanhamento com seus leads, personalizando cada uma de suas comunicações. Você usa modelos editáveis, mede seu desempenho e compartilha o que funciona melhor com a equipe.



Ao contrário dos fluxos de automação, esta funcionalidade permite que você gerencie os modelos de seu próprio gerenciador de e-mail (do Outlook, Gmail, etc.) e você pode editar os modelos diretamente em seu e-mail e atribuir tarefas ou lembretes.

Integração de CRM e e-mail

A maioria dos CRMs tem uma integração com seu e-mail. Apesar de parecer óbvio ou simples, ele dá visibilidade sobre o lead (e sua atividade) na hora de escrever um e-mail. Você tem o histórico de comunicação em mãos e garante que tudo esteja sempre centralizado e de fácil acesso.



Gravação de vídeos

Grave um vídeo personalizado para seus leads oferecendo um conteúdo valioso, uma proposta personalizada ou simplesmente respondendo suas dúvidas. Esse tipo de ferramenta permite agilizar a comunicação com seus leads, evitar mal entendidos, economizar tempo e analisar o desempenho de suas ações.

Ferramentas de vendas para a criação de vídeos comerciais personalizados, que permitem gravar a tela do computador, bem como a webcam e o microfone, e também costumam incorporar funções básicas de edição e produção de vídeo. →

Loom
Vidyard
Screencastify
CloudApp
Open Broadcaster
Software (OBS)



Videochamadas

As videochamadas são uma fórmula ágil e ideal para conversar com seus leads.

Eles economizam seu tempo e você evita ir ao escritório daqueles contatos que você ainda não sabe se são qualificados ou não. Outra vantagem é que você pode compartilhar a tela e gravar a sessão.

Existem muitas ferramentas para fazer chamadas de vídeo, entre as quais destacamos. →

Zoom
Skype
Google Meet
Microsoft Teams
BlueJeans
GoToMeeting

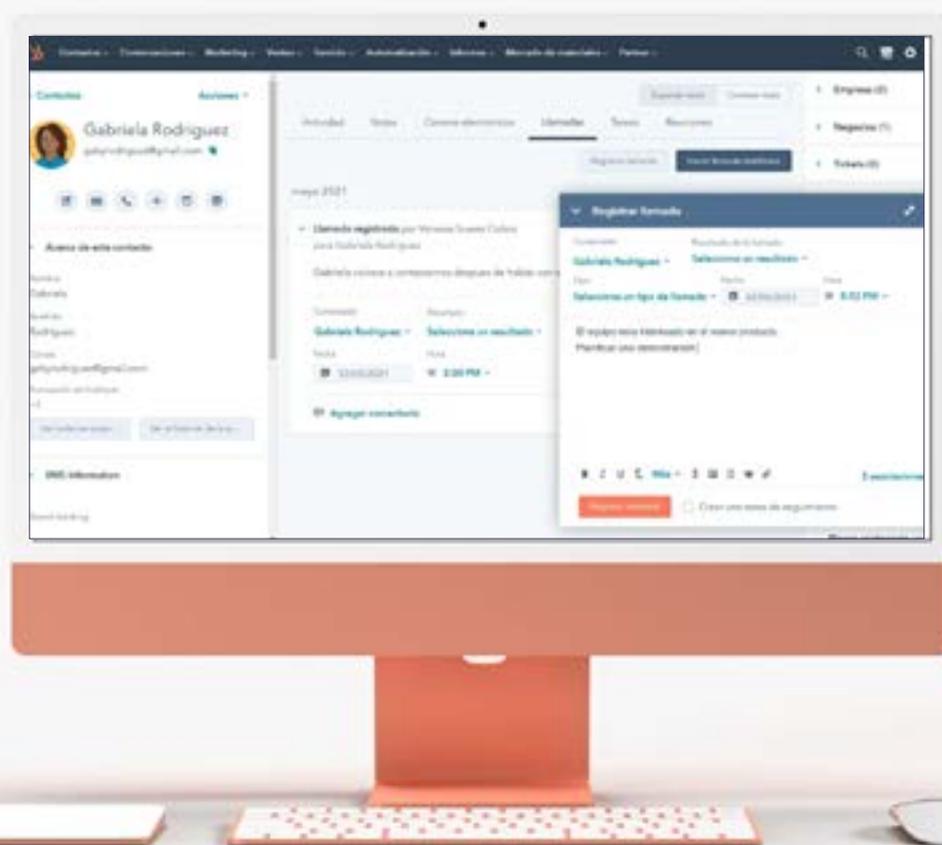


Registro de ligações

Priorize suas ligações de vendas do dia, faça e grave a chamada diretamente do seu navegador e registre-as automaticamente em seu CRM. Você terá todo o histórico de comunicações em mãos.

[Hub Sales](#) tem essa funcionalidade, assim como muitos outros CRMs. Além disso, existem várias integrações para que toda a informação fique centralizada.

Também existem ferramentas que podem ser combinadas com as anteriores para tirar mais proveito das reuniões, como [Tactiq](#), uma extensão do Chrome ou Microsoft Edge com a qual você pode transcrever automaticamente videochamadas em tempo real em diferentes plataformas, como Google Meet, Zoom e Slack.



Notas digitais

Esqueça o caderno e escreva todas as suas anotações, observações, ideias, etc., em uma ferramenta de anotações digital. **Você pode acessar de qualquer lugar e a qualquer hora, ter um histórico de tudo, compartilhar uma nota com um colega ou anexar uma imagem ou documento.**

Aqui recomendamos algumas ferramentas que podem ser úteis.

Todas permitem criar notas de texto, imagem, áudio e vídeo, fazer organizações por categorias, seções, aplicar cores, e possuem funções avançadas de pesquisa e sincronização em vários dispositivos. →

Evernote
Microsoft OneNote
Google Keep
Simplenote
Bear
Turtl



Gerenciador de documentos

Permite que você tenha fácil acesso à documentação necessária para realizar as suas tarefas de forma mais ágil e rápida. Você terá informações centralizadas, o histórico em mãos, acesso a modelos e documentos, etc.

Praticamente todos os CRMs têm essa funcionalidade. Algumas ferramentas famosas que permitem armazenar, compartilhar ou enviar documentos são. →

Dropbox
WeTransfer
Microsoft Onedrive
Google Drive



Assinatura digital

Às vezes, as assinaturas dos documentos legais podem ser um freio para avançar no processo de compra. São processos que envolvem várias pessoas e nem sempre são ágeis. Ao escolher uma ferramenta para a assinatura digital, você facilita a gestão tanto da sua empresa quanto do seu cliente.

O que mais usamos pela agilidade, segurança e conformidade legal é a [Hello Sign](#), mas deixamos outros interessantes aqui →

DocuSign
Signnow
PandaDoc



Comunicação Interna

Otimizar o seu dia a dia também envolve facilitar a **comunicação interna** da sua empresa. É conveniente centralizar as comunicações do cliente em um canal fechado, para que você possa acessar as informações de forma mais ágil e rápida.

Além disso, existem ferramentas que facilitam a transmissão de informações de uma equipe para outra durante o onboarding de um cliente, como →

Slack
Microsoft Teams
Google Chat
Mattermost



Se eu tivesse que resumir as principais vantagens desses tipos de **ferramentas de vendas**, eu diria que são seis:

- Velocidade.
- Conversas mais organizadas.
- Possibilidade de segmentação por canais e grupos.
- Opção para conectar aplicativos ou ferramentas.
- Visibilidade da atividade e seu andamento.
- Favorece o team building.

Alertas

Existem **ferramentas que notificam** você com base no comportamento ou em outros eventos, como a publicação de um novo conteúdo sobre um tópico específico. Desta forma, você não precisa se preocupar, pois **sabe que pode reagir a tempo. Esse é o principal valor desse tipo de ferramenta de vendas, que avisa quando algo é atualizado.**

Por exemplo, graças a ferramentas como [Google Alert](#), [ifftt](#) ou [HubSpot](#), você pode receber um alerta quando o conteúdo de um tópico específico for publicado ou uma notificação quando um de seus leads entrar na página do produto.

Automações

Ferramentas como [ifftt](#) e [Zapier](#) permitem a **integração de aplicativos e a automação de tarefas e processos de trabalho.**

Eu recomendo que você leia o [caso de sucesso da Olark](#) para ver como a automação de pequenas tarefas entre o Zapier e a HubSpot os ajudou a se tornarem mais eficientes.

Como uma revisão de todas as ferramentas mencionadas até agora, deixo abaixo um quadro resumo:

CRM Salesforce HubSpot CRM Zoho CRM Sugar CRM SAP CRM Microsoft Dynamics Sage CRM Oracle CRM	Agendar reuniões Calendly HubSpot Meetings	Gravação de vídeos Loom Vidyard Screencastify CloudApp Open Broadcaster Software (OBS)	Videochamadas Zoom Skype Hangout Google Meet Microsoft Teams BlueJeans GoToMeeting
Alertas Google Alert Ifftt HubSpot	Notas digitais Evernote Microsoft OneNote Google Keep Simplenote Bear Turtl	Gestor de documentos Dropbox WeTransfer Microsoft Onedrive Google Drive	Assinatura digital HelloSign DocuSign Signnow PandaDoc
	Comunicação interna Slack Microsoft Teams Google Chat Mattermost		

3 Inteligência artificial: mais um passo para se adaptar ao contexto em mudança

A inteligência artificial (IA) é uma tecnologia em constante evolução que está mudando a forma como as empresas fazem negócios em todo o mundo. As ferramentas de IA podem ajudar os vendedores a serem mais produtivos e venderem mais, fornecendo informações valiosas sobre o cliente, identificando oportunidades de vendas e oferecendo soluções personalizadas que satisfaçam as necessidades específicas de cada cliente.

Em termos gerais, podemos falar sobre 3 objetivos que a IA pode ajudar:

Análise preditiva

Essa tecnologia usa dados históricos e modelos estatísticos avançados para prever o comportamento futuro do cliente. Ao analisar as interações anteriores dos clientes com a empresa, a análise preditiva pode identificar padrões e tendências que indicam quais produtos ou serviços um cliente provavelmente comprará no futuro. Essas informações podem ajudar os vendedores a adaptar suas estratégias de vendas e concentrar seu tempo e esforços em clientes com maior probabilidade de comprar.

Automação de tarefas

A IA pode automatizar tarefas repetitivas e rotineiras, como gerenciamento de e-mail, agendamento de compromissos e acompanhamento de clientes. Ao liberar os vendedores dessas tarefas, eles podem se concentrar em tarefas de maior valor, como identificar novas oportunidades de vendas e construir relacionamentos mais fortes com os clientes.

Personalização

Essa é outra área em que a IA pode ajudar os vendedores a vender mais. Ao analisar grandes quantidades de dados do cliente, como histórico de compras, preferências e comportamento online, ela identifica padrões e oferece soluções personalizadas. Os vendedores podem usar essas informações para oferecer aos clientes soluções adaptadas às suas necessidades e preferências específicas, o que pode melhorar significativamente a experiência do cliente e aumentar o potencial de vendas.

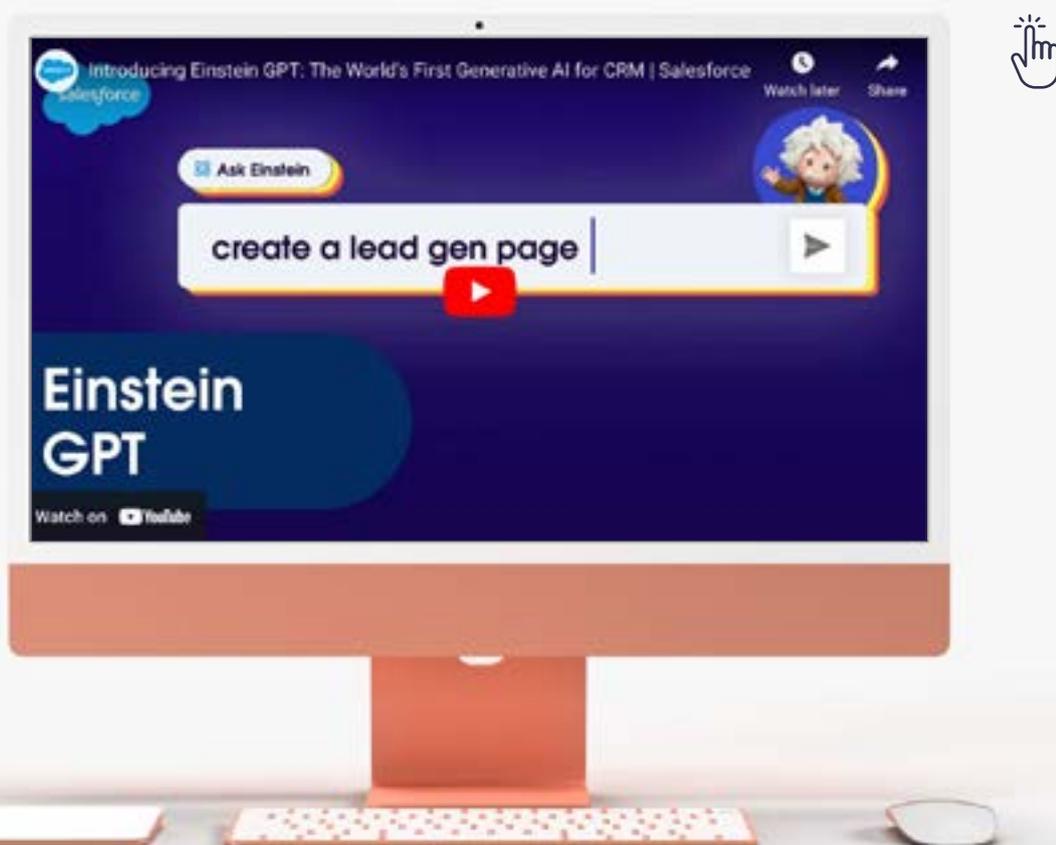
Em suma, as ferramentas de IA podem ser valiosas para vendedores que buscam ser mais produtivos e vender mais. Da análise preditiva à automação e personalização de tarefas, a IA pode ajudar os vendedores a entenderem melhor seus clientes, identificar oportunidades de vendas e fornecer soluções personalizadas que atendam às necessidades específicas de cada um.

Embora surjam constantemente novas ferramentas que aproveitam o poder da IA para nos ajudar a atingir nossos objetivos, aqui estão algumas que você pode achar úteis para gerar demanda:

- [ChatGPT](#): este modelo de linguagem AI pode ajudar a equipe de vendas a agilizar a criação de conteúdo atrativo e personalizado, gerar respostas rápidas a perguntas frequentes de clientes e prospects, ajudar a equipe no processo de investigação antes das conversas com os clientes em potencial e automatizar tarefas repetitivas, como enviar e-mails de acompanhamento ou agendamento de consultas.
- [ChatSpot](#): desenvolvido pela HubSpot, esta ferramenta baseada em IA pode ajudar os vendedores a interagir com os clientes de forma mais eficiente e eficaz, economizar tempo e personalizar as respostas criando chatbots que respondem automaticamente às perguntas frequentes. Graças ao aprendizado da máquina, a precisão e a relevância das respostas do chatbot são aprimoradas e também permite que você encaminhe conversas do chat para os vendedores certos quando necessário.

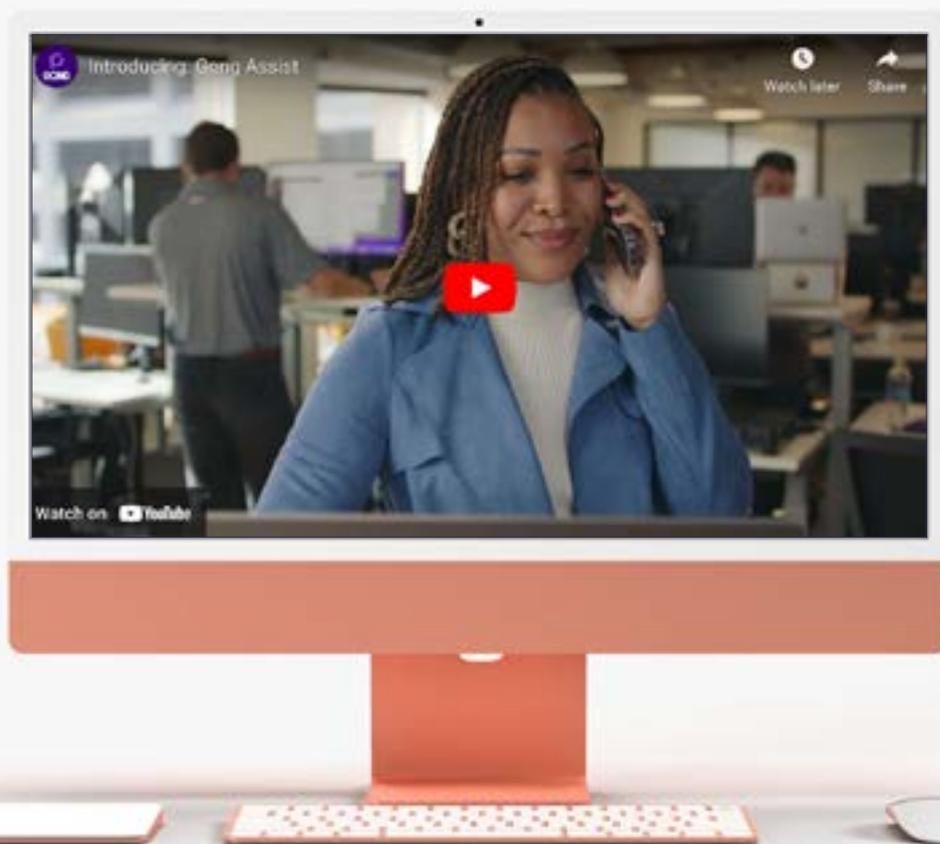


- [Salesforce Einstein](#): uma plataforma de IA integrada ao CRM da Salesforce que usa análise preditiva e aprendizado automático para ajudar os vendedores a identificar oportunidades de vendas, prever resultados e automatizar tarefas.



- [Conversica](#): um assistente de vendas virtual com IA que lida com geração e acompanhamento de leads. A Conversica usa IA para interagir com os clientes por e-mail e mensagens de texto, classificar os clientes com base na sua intenção e fornecer informações valiosas ao departamento de vendas.
- [Cristal](#): usa a análise de personalidade para ajudar os vendedores a adequar sua comunicação e estilo de venda aos diferentes tipos de personalidade do cliente.

- [Gong.io](#): uma plataforma de análise de ligações que usa IA para analisar as ligações de vendas e fornecer informações valiosas aos vendedores sobre como melhorar sua técnica de vendas e se adaptar às necessidades do cliente.



- [People.ai](#): uma plataforma que usa aprendizado de máquina para fornecer informações valiosas sobre o comportamento do vendedor, identificar oportunidades de vendas e oferecer recomendações personalizadas.
- [Luminoso](#): uma plataforma de análise de texto que usa IA para analisar conversas com clientes online e nas mídias sociais e fornecer informações valiosas sobre como melhorar a experiência do cliente e se adaptar às suas necessidades.

4 Nossa seleção de ferramentas de vendas indispensáveis

Como você pode ver, existem muitas opções e a maioria delas é bastante completa. Mas é inviável (e desnecessário) pensar em incorporar todas elas ao processo de negócio da sua empresa.

É por isso que queremos compartilhar com você as ferramentas indispensáveis de acordo com nossa equipe de vendas:

- **ChatGPT** para agilizar a criação de e-mails, perguntas frequentes, pesquisas sobre potenciais clientes, etc. graças à inteligência artificial.
- **Sequências da HubSpot** para economizar tempo na comunicação com os seus leads, sem descuidar da personalização e do acompanhamento.
- **Loom/Vidyard** para enviar respostas personalizadas em formato de vídeo para potenciais clientes.
- **Reuniões da HubSpot** para evitar a troca de e-mails procurando o tempo perfeito. É o próprio lead quem decide quando é bom para ele falar com você.
- **Tactic** para a transcrição das ligações, o que permite que você fique 100% focado na reunião em vez de fazer anotações. Depois você pode revisar a transcrição.
- **HelloSign** para agilizar e acelerar a assinatura de documentos importantes. É rápido, seguro e eficiente, tanto para você quanto para seus clientes.

5

Análise das ferramentas propostas

O que a equipe de vendas da InboundCycle pensa delas?

Um dos aspectos que mais gostamos ao escrever conteúdos como este é poder dedicar o tempo necessário para refletir e compartilhar experiências ou pontos de vista com outros colegas.

Com base nas conversas que tivemos com a equipe de vendas da InboundCycle, apresentamos alguns **insights que revelam como os profissionais valorizam as diferentes ferramentas de vendas com base em suas experiências com elas.**



Néus Sánchez

Diretora Geral da InboundCycle Espanha

*“No meu ponto de vista, a parte de Marketing evoluiu muito mais, foram adaptadas mais ferramentas, analytics, automação, etc. E agora é o momento que a equipe de Vendas tem que fazer mudanças. É necessário ser muito mais empático com o cliente. **Há uma transição da venda do produto para a venda com base nas necessidades***

***do seu cliente potencial.** O usuário deseja que a gente o ajude a tomar decisões.*

Devemos criar uma experiência única em vendas. Não vale apenas ter boas ferramentas. A relação entre as pessoas nas últimas fases do processo de tomada de decisão de compra do cliente é o segredo.

Uma **má experiência do usuário** quando interage com os nossos vendedores, processos ou conteúdos, pode levar-nos à perda de um potencial cliente. E o que seria mais grave: uma pessoa insatisfeita pode ter um alcance enorme em outros potenciais clientes. Afetando assim, não só a perda de outros potenciais clientes, mas também a reputação da marca e outros "danos colaterais".

Se falamos de **ferramentas**, analisando o que há no mercado, há pouco de "Au-

tomação de Vendas". Temos ferramentas de CRM e automação, mas muitas vezes não temos o link entre os dois. E é isso que a HubSpot pretende com suas funcionalidades, como as "sequências". Em suma, ajuda-nos a sermos mais produtivos e automatizar tudo o que é automatizável, para que a equipe de vendas possa se dedicar ao que agrega valor: **vender**. Vender com esta nova metodologia, vender pensando no cliente e nas suas necessidades."



Patricia Bueno

Consultora Sênior de Inbound

"Como representante de vendas, a ferramenta que mais me ajuda a encontrar informações valiosas é o **LinkedIn**, pois me permite entender o background da pessoa e poder iniciar conversas que tenham mais relevância no processo comercial.

Em segundo lugar, as ferramentas que me permitem agilizar o trabalho do dia-a-dia, como **os links de reuniões automatizadas da HubSpot ou as sequências para automatizar processos de prospecção.**"



Lorena Montes

Consultora de vendas

"Acho que o que traz mais valor para o cliente e que nos ajuda em todo o processo de venda é a **ferramenta de reuniões da HubSpot. Graças a ela o cliente pode escolher o dia e agora que melhor lhe**

convém em seu calendário automaticamente. Essa ferramenta também permite adicionar uma mensagem para cada tipo de reunião."

**Alice Didier**

Gerente Geral da InboundCycle França

"A HubSpot me dá tempo e visibilidade. No departamento de vendas, estamos indo contra o relógio, muitas das oportunidades têm que ser aproveitadas na hora e os tempos são muito apertados. Não podemos perder o controle dos diferentes contatos que estamos acompanhando.

*Por outro lado, temos de ser capazes de **minimizar o atrito que existe em nosso processo de negócios.** A HubSpot me permite, de forma simples, atender todos os*

meus contatos com a mesma atenção e reduzir os possíveis obstáculos. A ferramenta de reuniões permite organizar minha agenda e agendar reencontros minimizando o atrito.

Outra ferramenta que utilizo bastante é a de ligações direto da ferramenta: a HubSpot me permite gravar as ligações e ter o registro de cada uma delas. É muito positivo que toda a equipe de vendas caminhe para o mesmo objetivo e tenha visibilidade de todo o processo."

**Andrea Castañar**

Diretora de vendas InboundCycle Espanha

*"O ritmo frenético dos departamentos comerciais de qualquer empresa obriga-nos a **usar aquelas ferramentas de vendas que auxiliam na produtividade das equipes para serem mais ágeis, venderem mais rápido e melhor.** Também considero importante ter bons relatórios, para medir a eficácia das ações. Além disso, no atual contexto em que nos encontramos, a **digitalização dos processos é vital para poder nos adaptar e sermos mais empáticos com os clientes em potencial.***

Se olharmos para ferramentas ou funcionalidades de CRM, destaco o uso de Meetings ou Calendly para agendar reuniões automaticamente, ferramentas como Loom para gravar vídeos e outras como Hello Sign para poder assinar documentos online. Sem dúvida, eles aceleram a conclusão de tarefas que não agregam valor, permitindo que eu gaste meu tempo construindo estratégias para os clientes."

6 Adaptabilidade e valor

O segredo está nas novas ferramentas de vendas

Fica claro que a **tecnologia no processo de vendas não só agrega valor ao usuário, como também facilita o trabalho da equipe de vendas.**

Faz tempo que, pouco a pouco, fomos incorporando novos aplicativos, programas e soluções de software, e agora que o contexto atual acelerou a digitalização do consumidor é preciso continuar lá, quando e onde ele precisar de nós.

Ao implementar a metodologia inbound em uma empresa, é importante ter em mente que todas as decisões sobre como deve ser o processo de vendas, o conteúdo, os indicadores a serem analisados, etc. **vão depender totalmente do usuário.**

A definição de processos e a escolha tecnológica que você faz devem aproximá-lo do consumidor, colocá-lo à sua disposição e atender às suas expectativas. Os costumes mudaram, o local de trabalho se adaptou e o relacionamento entre você e seus clientes precisa ser atualizado.

Agora que colocamos à sua disposição uma longa lista de possíveis ferramentas para sua equipe de vendas, é a sua vez. Comece a aumentar sua produtividade e gerar mais vendas!

Conta pra gente, o que achou do conteúdo?

Se você está pensando em melhorar o processo de vendas da sua empresa, nós podemos te ajudar.

VAMOS CONVERSAR

