**Veja como usar a tecnologia a favor de sua empresa e aumentar o volume de vendas**

*Pesquisa do LinkedIn aponta que uso de plataformas digitais no comércio crescerá 63% neste ano; especialista dá dicas para a digitalização do setor.*

A transformação digital no comércio vem mudando a forma como os consumidores escolhem e adquirem produtos e serviços no Brasil e no mundo, movimento que foi ainda mais acelerado em 2020, com a pandemia. Com isso, cada vez mais as empresas buscam soluções tecnológicas para otimizar o atendimento ao cliente e melhorar suas experiências de compra. O estudo “O cenário de vendas no Brasil – edição 2022”, divulgado pelo LinkedIn, confirma essa tendência e aponta que o uso de tecnologia no comércio brasileiro irá aumentar 63% ainda em 2022.

“As empresas que apostam em ferramentas digitais e capacitação para colocar os clientes no centro do negócio, com certeza estarão em destaque no cenário brasileiro, ainda neste ano”, afirma Rafael Piepo, Head de marketing e vendas da Sucesso em Vendas, empresa especializada no desenvolvimento de soluções para áreas comerciais.

**Inteligência de dados**

O estudo do LinkedIn destaca ainda os investimentos em inteligência de dados, como peça fundamental para a estratégia comercial das empresas. Entre os benefícios da gestão de dados citados pela pesquisa, estão a construção de relacionamentos mais sólidos com os clientes e a geração de valor em cada etapa da jornada de compra.

Para Rafael Piepo a gestão data driven, baseada em dados, é o que determina o sucesso de uma operação comercial. “Hoje é impossível fazer uma intervenção na área comercial, construir uma metodologia com ferramentas customizadas sem que você conheça profundamente o seu cliente, a sua operação atual e a sua concorrência. Uma análise de dados ajuda a definir as estratégias, conhecer a jornada de compra do cliente, as taxas de conversão em cada um dos canais de vendas e o perfil do cliente de cada canal”, explica.

Segundo o levantamento, entre as plataformas que serão mais usadas pelos vendedores estão: colaboração e apresentação virtual (61%), relação com o consumidor – CRM (58%), planejamento de vendas (56%) e inteligência de vendas (53%).

O especialista lembra que o investimento em tecnologia, seja para automatizar processos, seja para criar novos canais de vendas, requer planejamento estratégico e conhecimento do mercado. Ele cita alguns cuidados que as empresas devem ter na busca pela digitalização.

**1 – Defina uma estratégia**

O primeiro passo, segundo Rafael Piepo, é definir uma estratégia comercial para um período pré-determinado e que seja baseada em dados. Saber onde quer chegar, em quanto tempo, o que precisa fazer ao longo do processo e qual a metodologia de vendas que usará é fundamental para alcançar os objetivos.

**2 – Utilize as ferramentas adequadas**

Após definir a estratégia, procure a tecnologia mais adequada para acelerar o processo, acoplando as soluções tecnológicas disponíveis no mercado à sua operação comercial. Algumas plataformas que foram citadas pelos vendedores na pesquisa do LinkedIn são: Anaplan, InsightSquared, LinkedIn Sales Insights, SalesLoft, Outreach, por exemplo. Rafael Piepo explica que cada uma delas tem aplicações diferenciadas que se encaixarão em maior ou menor grau às demandas da empresa, por isso a pesquisa da tecnologia mais adequada é muito importante.

**3 – Invista em Omni Experience**

Ao implantar um canal digital de vendas é indispensável fazer uma análise de integração (Omni Experience), para que as diferentes plataformas não concorram entre si. “Uma empresa que está lançando um e-commerce por exemplo, mas tem uma loja física, precisa centralizar a comunicação e utilizar as informações de ambos os canais, para que o virtual seja uma extensão da loja e não um concorrente. Outro exemplo é uma indústria que vende para o varejo, ela pode ter um canal digital de comunicação com o cliente e também manter as visitas dos vendedores externos, sem que uma coisa interfira na outra, de modo integrado”, afirma Rafael Piepo.

**Sobre a Sucesso em Vendas**

A Sucesso em Vendas é especialista no desenvolvimento de soluções para a área de vendas para empresas que atua há 25 anos no Brasil e em Portugal.