

Como a inteligência comercial ajuda na geração de leads?

Entenda a importância da inteligência comercial para potencializar as ações do time de vendas e gerar leads qualificados!

Se antes a base da estratégia de vendas poderia ser resumida aos estágios de atenção, interesse, desejo e ação do cliente, hoje há etapas mais complexas e variantes entre o momento de definição da estratégia comercial, a **geração de leads** e a tão aguardada conversão. Por isso, a **inteligência comercial** surgiu como uma forma mais moderna e completa de organizar a estratégia comercial de um negócio e desenvolver uma geração de leads qualificados.

Trata-se de um conjunto de ações integradas para potencializar o processo de **vendas B2B**, que prepara o time comercial, analisa o campo de oportunidades do mercado e define a melhor maneira de atrair e converter o lead. A inteligência comercial deixa de lado achismos e previsões superficiais e dá lugar à análise científica e racional de dados da empresa e do mercado.

Nos últimos anos, a captação e relacionamento de leads tem sido largamente empregada como estratégia comercial em empresas de todos os portes e setores, direcionando assim a atenção do time de vendas para aqueles contatos que já expressaram algum interesse em seu produto ou serviço.

Assim, o processo de **geração de leads** evoluiu, tornando-se mais sofisticado e competitivo e, conseqüentemente, levou a um cenário que exige técnicas comerciais mais complexas para manter sua vantagem competitiva, ganhar destaque no mercado e gerar leads com grande potencial de **conversão**.

A **inteligência comercial** é a resposta a esse desafio porque otimiza tanto a força da equipe de vendas quanto o potencial das ofertas da empresa, e assim permite focar o esforço do time em **oportunidades reais** de venda.

Um time de vendas baseado em inteligência comercial é extremamente **estratégico, focado e produtivo**, o que ajuda a eliminar as lacunas e tempo ocioso da equipe e chegar ao possível cliente no *timing* ideal. As principais entregas da metodologia de inteligência comercial são: análise da concorrência, análise de oportunidades e análise de indicadores. A seguir, vamos detalhar a importância de cada uma:

Análise da concorrência

Já sabemos que conhecer a estratégia da **concorrência** é absolutamente necessário em um cenário cada vez mais competitivo. Mas como ir além e gerar ações de impacto com esse conhecimento? A **análise da concorrência** com foco em definição de ações estratégicas é um dos objetivos da inteligência comercial para ajudar nesse sentido.

Em primeiro lugar, é preciso comparar em detalhes o seu próprio negócio com a concorrência, para assim definir quais são os seus pontos fortes e diferenciais no mercado. Uma das maneiras mais diretas e eficientes de obter informações estratégicas do concorrente é simplesmente prospectar um de seus clientes.

O time de inteligência comercial pode coletar *feedbacks* sobre o processo de negociação que o cliente teve com o concorrente, qual discurso foi empregado, preços, condições de compra, seu nível de satisfação com o atendimento e o suporte pós-venda, entre outros fatores e detalhes que fazem a diferença.

Saber o que o concorrente oferece e como age no mercado é essencial, e é ainda mais importante usar essa informação para traçar um plano de ações de impacto. A inteligência comercial pode organizar toda a informação obtida da concorrência e montar um plano estratégico de contraposição, que compare diretamente o seu negócio com o mercado, e mostre ao *prospect* os pontos fracos da concorrência e a solução da sua empresa para suprir essas necessidades. Isso é usar a informação de forma produtiva para entender o que o cliente espera e otimizar a **geração de leads**.

Análise de oportunidades

Analisar oportunidades de um negócio é traçar uma linha horizontal de visão do futuro para basear o **planejamento estratégico e tático**. A única constante de todos os mercados é a mudança e, por isso, é imprescindível que a equipe comercial esteja sempre atenta para tirar proveito de novas tendências e oportunidades que impactam a geração de leads. A inteligência comercial emprega ao máximo dados racionais e informações concretas para analisar oportunidades e ao mesmo tempo otimizar os recursos da empresa, evitando correr riscos ou fazer investimentos equivocados.

Identificar possibilidades de participação em **novos mercados** e negócios, assim como a expansão do escopo de serviços atuais da empresa, é essencial para participar das mudanças do mercado. Seu cliente atual está sempre suscetível às tais mudanças, com atualizações e novidades chegando o tempo todo, inclusive de seus concorrentes. A cesta de soluções da sua própria empresa pode se adaptar e criar novos negócios para expandir suas ofertas e suprir várias necessidades do cliente ao mesmo tempo, gerando maior fidelização e aumento de *market share*.

Inovar não significa necessariamente correr altos riscos. A inteligência comercial é capacitada para identificar as tendências de mercado e sugerir as inovações que valem a pena a atenção e o investimento. Muitas vezes, a inovação já está sendo oferecida ao cliente, mas não foi identificada como oferta independente e precificada como um novo serviço. Com novas ofertas, o time comercial tem mais argumentos à disposição para atender as necessidades de novos *prospects*, e assim aumentar a **geração de leads**.

Análise de indicadores

Os indicadores exigem uma **análise inteligente**, que trace relações de causa e consequência com o plano estratégico e com as ações já aplicadas para a geração de leads. Nesse momento, a inteligência comercial reúne todas as métricas e dados do processo para definir os pontos de melhoria e otimizar os próximos planejamentos.

Nessa fase, o time de inteligência pode descobrir quais leads gerados possuem os critérios de compatibilidade ideais para a empresa, ou até mesmo saber se é necessário mudar o discurso e a forma de apresentar a oferta aos *prospects*.

Toda a análise de indicadores otimiza a tomada de decisões da equipe de vendas e pode ser relacionada a ações e metas de melhoria para otimizar a **geração de leads**.

Como implementar a inteligência comercial no seu negócio?

Prospecção 4.0 é uma solução completa impulsionar sua estratégia comercial e aplicar a inteligência para obter leads qualificados, desde o estudo de perfis de empresa e cliente até a identificação das oportunidades de vendas. A solução Prospecção 4.0 está dividida em quatro fases:

1) Big Datas: o *Big Data* é um dos segredos da inteligência de mercado. Nesta fase, traçamos o perfil da sua empresa, considerando seu nicho de mercado, suas ofertas e oportunidades de atuação. Com isso, definimos o perfil do seu potencial cliente em big datas.

2) Inteligência Comercial: a próxima fase é qualificar o lead com perfil correspondente. Nossa solução realiza toda a qualificação do lead e valida todos os dados, baseada nos critérios de inteligência comercial.

3) Automação: manter contato e nutrir o lead é essencial para levá-lo à conversão. Para isso, criamos fluxos de e-mails personalizados que geram interesse e mantêm contato contínuo com o lead, destacando sua empresa como uma solução confiável para as necessidades do lead.

4) Oportunidades de vendas: nesta fase, seu time comercial recebe os resultados prontos para a ação. O resultado do processo de análise com *big datas*, inteligência comercial e automação revela as oportunidades de vendas. Com isso, o time comercial marca reuniões com contatos qualificados e interessados no seu negócio, com grande potencial de conversão.