Tudo o que você precisa saber sobre o mercado B2B

B2B é a sigla para Business to Business, ou seja, um negócio entre empresas. Nesse caso, é preciso adaptar as estratégias de vendas e não cair em tentação de se aplicar as mesmas abordagens B2C (Business to Customer).

A seguir, nós vamos falar um pouco mais sobre o mercado B2B e apresentar algumas dicas para se alcançar o sucesso nas vendas. Vamos lá!

Tipos de negócios B2B

Existem dois tipos básicos de negócios B2B, que são:

Tipo 1: Quando uma empresa compra produto ou serviço de outra empresa para o próprio uso. É o caso, por exemplo, de uma empresa de eventos que adquire um software de inscrição e controle de participantes. Nesse caso, a organizadora de

eventos é uma compradora e consumidora, simultaneamente.

Tipo 2: Quando uma empresa compra produtos de outra empresa para revender ao consumidor final. Por exemplo, os varejistas.

Características das transações

Quando se trata de negócio entre empresas, a quantidade de clientes é menor e eles são mais seletos. No entanto, o volume de vendas é geralmente expressivo.

Veja outras 2 características marcantes do mercado B2B:

- **Ciclo de compra mais longo e complexo**, exigindo esforço e determinação, com análises de dados mais apuradas. Existe ainda o fato da tomada de decisão envolver várias pessoas. Fazendo a coisa certa, sua empresa pode comemorar excelentes resultados.
- **Maior probabilidade de novos negócios**: apesar da jornada de compra ser maior, uma vez concluída a negociação, são grandes as chances da empresa voltar a comprar de você.

O vendedor no negócio B2B

Manter um relacionamento pessoal, ser cortês e atencioso, apresentar as novidades e promoções, enfim, tudo isso é importante no perfil de um vendedor B2B, mas não basta.

Nesse segmento, o vendedor deve ser um especialistas no negócio do cliente. Somente assim ele conseguirá uma conexão com esse cliente, envolvendo-se no cotidiano dele. E, principalmente, será capaz de apresentar informações relevantes e soluções para os seus problemas ou demandas.

Isso significa que o vendedor precisa agregar valor na percepção do cliente potencial. No entanto, a realidade é bem diferente. Pesquisa divulgada pela Salesforce mostrou que “apenas 20% dos representantes de vendas são vistos como

valiosas por seus compradores”.

O CRM (Customer Relationship Management ou Gestão de Relacionamento com o Cliente) aparece como um forte aliado, registrando todas as interações realizadas. Assim, o vendedor pode seguir uma trilha que facilitará o contato e a compreensão das necessidades do cliente.

7 dicas para vender mais no B2B

Troque o Cold Call pelas pesquisas

Um artigo da Harvard Business Review mostrou que 90% dos Prospects de nível C (CEO, CFO, CMO) simplesmente desprezam e não respondem o Cold Call. Desta forma, essa estratégia deixou de ser altamente relevante nas negociações B2B.

No seu lugar, entraram as pesquisas sobre o cliente. Afinal, nos dias atuais, ficou fácil saber se um cliente pode ser convertido em venda, qual o lucro ele pode trazer para sua empresa etc.

Com as pesquisas, você tem em mãos todos os dados necessários para priorizar os clientes potenciais e, assim, valorizar o seu precioso tempo. Lembre-se que, muitas vezes, uma venda é decidida já na coleta de informações. Segundo a Corporate Executive Board, 57% da jornada de compra é concluída antes que o comprador converse com o setor vendas.

Qualifique os leads

Invista o foco, tempo e energia da sua equipe em leads que são mais aptos a se tornarem clientes e, portanto, mais propensos a gerarem bons resultados para a empresa. Alguns especialistas sugerem adotar a abordagem GPCT – Goals (objetivo); Planning (planejamento); Challenge (desafio) e Timeline (linha de tempo) para qualificar os leads.

Evite as primeiras abordagens por telefone

No negócio B2B, uma venda por telefone não é a melhor estratégia. Opte por uma reunião e para otimizar o tempo dos envolvidos, envie um questionário antes para entender melhor os objetivos, as necessidade e/ou problemas do seu cliente. Estude tudo o que puder sobre ele e mostre que você é um especialista no assunto, impressionando-o pela capacidade de realmente apoiá-lo.

Menos agressividade, mais eficiência

Tentar fechar um negócio a todo custo é uma péssima ideia. Nos dias atuais, quando o comprador busca por um produto/serviço ele pesquisa sobre o assunto por conta própria e, na sequência, procura por um vendedor remotamente. Isso ocorre com 71% dos clientes.

Em síntese, para esse pessoal, a primeira etapa do processo de compra é uma referência e, quando é feito o contato com o vendedor, ele já tem as informações básicas sobre o

produto/serviço. No entanto, sua empresa ainda precisa convencer o cliente a investir em seu produto.

Então, destacar-se nesse primeiro contato é decisivo para o sucesso das vendas. Evite ser agressivo e aposte em liberar informações relevantes e atuar como um apoiador.

Negociando com pessoas

O negócio B2B ocorre entre empresa, mas são as pessoas que conduzem as transações. Tenha isso em mente, sempre. Portanto, como já foi mencionado, ser educado, cordial, simpático, numa abordagem consultiva, são tão importantes quanto ser um estrategista.

Esse é um dos motivos pelos quais as empresas investem na excelência profissional das suas equipes. Inclusive, capacitação dos funcionários é uma característica marcante em 48% dos empreendimentos que registram crescimento acelerado.

Aposte nas mídias sociais

Os números são favoráveis. Uma pesquisa publicada pelo LinkedIn mostrou que “75% dos compradores B2B e 84% dos executivos de nível C (CEO, CMO, CFO) e VP (Vice Presidentes) usam as mídias sociais para tomar decisões de compra.

Na outra ponta estão os profissionais de marketing B2B e 54% deles garantem produzir leads de redes sociais. Eles utilizam campanhas de mídia segmentadas em plataformas como Facebook, LinkedIn e Twitter.

O peso das feiras e eventos

As mídias sociais ajudam a vender, mas no mercado B2B são as feiras e eventos as principais fontes de geração de lead. Nesse caso, entre os profissionais de marketing, os dados são mais relevantes. Eles continuam investindo rios de dinheiro nessas interações face a face e 77% afirmam que produzem uma quantidade significativa de leads com essa ferramenta.

Medição de vendas B2B

Você somente saberá se as suas estratégias de vendas são eficazes ou não se medir os resultados. A medição, inclusive, permite identificar a existência de falhas para corrigi-las o mais rápido possível.

Nos dias atuais, as empresas têm tecnologia como aliada em todo o processo de venda B2B. Estamos falando de software que oferecem as mais valiosas informações, como: principais indicadores de desempenho, custos de aquisição de clientes, tempos de resposta do setor de venda, percentual de aumento das vendas e o valor da vida útil de um cliente etc.

Todas essas informações podem ser usadas pelos setores de vendas e marketing para decisões estratégicas e impulsionarem os resultados.

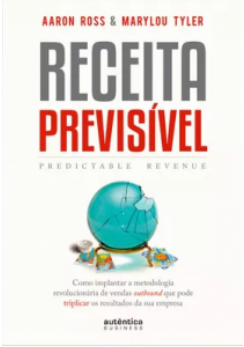
Crescimento do mercado B2B online

O mercado B2B no Brasil está em expansão, acompanhando a tendência mundial. Segundo a Frost & Sullivan, o mercado B2B online, por exemplo, será duas vezes maior que o B2C, até

2020, movimentando 6,7 trilhões de dólares, com crescimento de 7% ao ano.

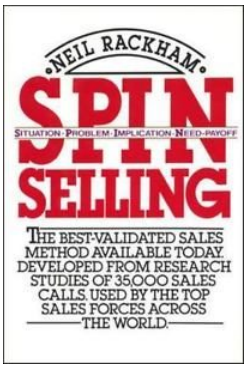
Agora, vão aqui duas dicas imperdíveis de leitura para quem deseja ampliar os conhecimentos sobre o mercado B2B.

Receita Previsível – Aaron Ross & Marylou Tyler



Receita Previsível é a estratégia para levar o seu time a funcionar como uma máquina de vendas milionária, por meio da geração de mais leads e previsibilidade. O sucesso de Aaron e sua equipe na Salesforce colocou essa obra entre os melhores livros de vendas de todos os tempos.

SPIN Selling – Neil Rackham



SPIN Selling é um método que ajuda você a fazer as perguntas certas na hora de vender. O autor lembra: você tem duas orelhas e uma boca. Use-as na mesma proporção. Esse livro é essencial se você vende para empresas ou vende produtos de alto valor agregado.

Os resumos dessas duas obras estão na plataforma 12MIN.

Boa leitura! E se você curtiu esse post, compartilhe conosco os seus comentários!