



3 ações de vendas que deram certo no mercado B2B usando redes sociais

Quando se fala no uso de mídias sociais em ações de vendas, logo as pessoas associam essas táticas ao mercado de consumo.

Você apostaria em ações de vendas que deram certo nas redes sociais para o mercado B2B?

Pois saiba que trouxemos para você 3 cases incríveis de sucesso seguindo essa receita.

O que acontece é que com mercados cada vez mais competitivos e a evolução de novas tecnologias, os empresários e gestores de marketing estão sendo levados a buscar ações de vendas criativas para seus negócios.

Sem [campanhas de marketing de sucesso](#), não serão notados nem os resultados alcançados.

Neste cenário, quanto mais as marcas se aproximarem de seus potenciais clientes, construindo um relacionamento de confiança, maiores as chances de aumentarem suas vendas B2B.

Está sem tempo para ler o conteúdo? Gostaria de poder acompanhá-lo enquanto dirige, caminha ou realiza outra atividade? Então não perca tempo e ouça este artigo na íntegra. Basta clicar no play! Agradecemos o seu feedback nos comentários ☐

Isso exige o desenvolvimento de uma estratégia de marketing que enfatize não só a atenção à marca e ao produto ou serviço oferecido, mas que também aproxime e engaje os potenciais clientes.

E as principais ferramentas utilizadas neste novo cenário são as redes sociais, que se tornaram uma [poderosa ferramenta](#) para empresas B2B captarem novos clientes e realizarem ações de vendas.

Neste artigo vamos mostrar algumas ações criativas de vendas que foram realizadas e como você pode se inspirar nelas para alcançar os mesmos resultados na sua empresa.

Veja também em nosso blog: [Social Selling: o que é e como implementar em sua estratégia de vendas](#)

Como usar as redes sociais para ações de vendas criativas

Promover produtos e serviços para empresas, instituições ou até governos exige [planejamento estratégico](#) e cuidado com a maneira como se fala da própria marca.

O problema é que esse cuidado muitas vezes leva as empresas a ficarem com receio de inovar, evitando ações de vendas criativas e permanecendo no “lugar comum”.

E os resultados não aparecem.

Por exemplo, muitas empresas ainda pensam que o marketing B2B deve se concentrar na geração de conteúdo institucional, descrevendo seus produtos e serviços, e veiculados apenas no LinkedIn, no caso das mídias sociais.

Essa abordagem limita os resultados que podem ser obtidos nas outras redes, como Facebook e Instagram, por exemplo. Na verdade, a empresa deve realizar estudos e testar ações de vendas em todas as mídias para identificar onde seu público se encontra e em qual canal ele se engaja mais.

Os dados comprovam que a tendência atual no mercado B2B é investir cada vez mais na produção de conteúdo de qualidade para impactar seus potenciais clientes:

- 55% dos compradores no mercado B2B procuram informações nas redes sociais, de acordo com o site [Biznology](#)
- [80% dos tomadores de decisões](#) preferem conseguir informações a respeito de uma empresa através de artigos ao invés de anúncios

Atualmente, os decisores do mercado B2B estão sempre on-line e nas redes sociais. Frequentemente, eles buscam as soluções para seus problemas empresariais dentro dessas redes.

Portanto, é essencial desenvolver estratégias de marketing que englobem ações criativas de venda, [relacionamento](#) e engajamento nesses canais.

Vamos entender melhor como as redes sociais podem ser usadas para sua empresa se aproximar dos seus potenciais clientes. Também veremos como algumas empresas usaram essas redes para veicularem ações de vendas que deram certo.

Veja 3 exemplos de ações de vendas que deram certo nas redes sociais

1 – Facebook

Atualmente, o Facebook é a rede social que mais possui usuários ativos e, ficando fora dela, a empresa corre o risco de perder futuros negócios.

A plataforma disponibiliza diversos meios para interagir com o público, como comentários, compartilhamentos, anúncios pagos e impulsionamentos de publicações.

O ideal é mesclar conteúdos que falem sobre os problemas que sua empresa resolve; dos processos produtivos ou inovações que são desenvolvidas e dos seus produtos e serviços, estes últimos de forma sutil e em menos quantidade.

Case de Sucesso

A [Cielo](#), empresa que fornece soluções em pagamentos eletrônicos, idealizou uma campanha com anúncios pagos no Facebook com o objetivo de gerar mais reconhecimento da marca e, também, obter conversões de novos clientes no seu site.

Para isso, foram criados vídeos com o comediante Marcelo Adnet no papel de diferentes tipos de comerciantes e empresários, como dono de supermercado, de posto de gasolina, entre outros. Em cada produção o ator destacava uma das vantagens do serviço da Cielo.

A [campanha](#) foi veiculada durante 3 meses e obteve os seguintes resultados:

- Aumento de 112% de visitas ao site da Cielo
- 50% de toda a população brasileira no Facebook alcançada em três dias de campanha
- 8% de crescimento no volume de views completos
- 36% de queda no custo por visita comparado à média da

campanha

Confira alguns detalhes de uma das ações de vendas que deram certo no Facebook:



2 – Instagram

Apesar do Instagram ainda ser considerada uma rede social mais voltada ao mercado B2C, muitas empresas estão encontrando meios de se comunicar e divulgar seus interesses na plataforma.

Assuntos que aumentam os seguidores e o engajamento no Instagram podem ser fotos e vídeos de festas e eventos corporativos, histórias das equipes, frases motivacionais, trabalhos voluntários, entre outros.

Case de Sucesso

A [Aden](#) é uma escola de negócios dedicada ao desenvolvimento profissional de executivos e gerentes de empresas em 17 países. Tem um foco acentuado em cursos in-company ou online (o que costuma ser incentivado por diversas empresas, inclusive com ajuda de custo para seus funcionários que solicitam esse benefício).

Seu objetivo principal era alcançar um público de jovens e ambiciosos profissionais para seu programa de MBA de um ano. Eles definiram algumas metas específicas: reduzir o custo por cadastro, diminuir o ciclo de conversão e criar uma base de cadastros qualificados para vendas.

Para alcançar o principal objetivo de gerar cadastros qualificados para o programa de MBA, foram criados conteúdos exclusivos para engajar e [ganhar seguidores no Instagram](#), direcionados, especificamente, para a geração Y.

Os anúncios foram veiculados utilizando a segmentação de

[públicos semelhantes](#), baseada nas pessoas que já haviam demonstrado interesse em produtos similares no Facebook.

Os [resultados](#) foram o aumento da base de cadastros qualificados para vendas, com um ciclo de conversão 35% menor do que em outras mídias e com um custo por cadastro quatro vezes menor.

Atualmente, os cadastros do Instagram representam 10% dos cadastros qualificados para vendas (SQLs) da Aden.

3 – LinkedIn

O LinkedIn já foi criado para ser uma rede de networking voltada para geração de negócios, o que a torna, naturalmente, uma plataforma mais segmentada para o mercado B2B.

Além disso, ela possui diversos recursos que permitem a geração de leads qualificados, permitindo o desenvolvimento de estratégias de marketing e ações de vendas direcionadas para os tomadores de decisões das empresas.

Case de Sucesso

A [General Electric](#) (GE) decidiu lançar uma campanha no LinkedIn durante os Jogos Rio 2016 com o objetivo de ampliar o reconhecimento da marca como líder em inovação no seu setor. O público desejado era formado pelos decisores de negócio, abrangendo gerentes comerciais e técnicos, CGOs, CEOs, CIOs e COOs, em vários setores da indústria.

As [ferramentas](#) utilizadas foram os InMails e conteúdos de texto publicados no LinkedIn Pulse, o blog do LinkedIn, além de vídeoaulas ao vivo no formato webinars.

Todo o conteúdo podia ser compartilhado com a rede de contatos dos participantes, alcançando uma audiência mais abrangente.

Por fim, os 10 participantes mais engajados foram convidados para um encontro presencial nas sedes da GE em São Paulo.

Os resultados alcançados:

- Mais de 1.500 views nos Webinars criados
- O site do projeto obteve mais de 6.000 visitas e mais de 1.100 inscritos
- Os artigos foram visualizados mais de 5.000 vezes

Veja mais dicas de como usar o LinkedIn em ações de vendas criativas:

[Como construir a sua influência no linked in com 5 minutos por dia](#) from [Agendor](#)

.

Veja também: [Dicas para contatar um prospect com linkedIn inmail](#)

O gerenciamento das redes sociais para conquistar mais vendas

Essas ações de vendas que deram certo mostram que as plataformas das redes sociais possuem diversas ferramentas que as empresas podem usar para se aproximar do seu público, conquistar leads e aumentar as vendas B2B.

Basta saber usá-las corretamente.

No entanto, a atuação da empresa nas redes sociais deve ser feita através de um cuidadoso planejamento e gerenciamento da marca.

Atualmente, milhares de empresas estão presentes nas redes sociais, porém, nem todas entregam um conteúdo de valor. Quando a empresa apenas publica nas suas páginas para mantê-las atualizadas os resultados alcançados serão mínimos.

Todo conteúdo deve ser planejado e pensado para gerar interesse no seu público alvo. As publicações devem ter o

objetivo de criar uma audiência, cativando seu público e conquistando um efeito viral através do compartilhamento dos conteúdos com amigos e parentes.

Assim, a empresa aumenta as chances de ser encontrada, se destacar e atrair possíveis prospects. Esse foi o segredo dessas ações de vendas que deram certo.

Ações para melhorar vendas podem impactar tanto clientes antigos como conquistar novos. Baixe nosso e-book gratuito e veja dicas de como prospectar: [O Guia da Prospecção](#)