



# Como converter leads em vendas e parar de acumular contatos: 5 dicas

Para quem quer multiplicar o faturamento, aprender como converter leads em vendas é imperativo.

*Você concorda que o grande objetivo de um profissional de marketing é [gerar novos leads](#)?*

*Você também concorda que o objetivo, na verdade, deveria ser **converter leads em vendas**?*

Afinal, do que adianta ter um banco de dados com centenas de milhares de leads se eles não geram uma *vendinha*, sequer?

O fato é que a sua visão precisa mudar agora! **Gerar leads é apenas o primeiro passo.** Sua meta a partir de hoje será **converter leads em vendas, estamos combinados?**

Com isso acertado entre nós, a seguir você receberá 5 dicas de como converter leads em clientes.

Então, vamos lá!

## Como converter leads em vendas e multiplicar seus ganhos com 5 passos

O estudo, intitulado "[The Short Life of Online Sales Leads](#)", do Dr. James Oldroyd, descobriu que a maioria das empresas não é **suficientemente rápida na forma como acompanham seus leads.**

De fato, o estudo descobriu que, **de 2.240 empresas, apenas 46% respondem às interações de seus leads em até 24 horas.**



Se esse é o seu caso, você precisa mudar isso. Somos enfáticos: ter um tempo de resposta de 24 horas **não é rápido o suficiente.**

Em um [relatório](#), o MIT descobriu que os **leads passam de quentes/mornos para frios em apenas 90 minutos!**

Ou seja, a velocidade na qual sua equipe de vendas acompanha um lead de marketing é primordial.

Um **acompanhamento lento significa perder negócios para um concorrente**, ao passo que um acompanhamento rápido pode levar a uma venda.

Com esses números em mente, você deve acompanhar as 5 dicas de como converter leads em vendas.

# 1. Não faça os leads esperarem

Como mostramos acima, quando o assunto é “como converter leads em clientes” *tempo é dinheiro!*



Os leads não podem esperar até o dia seguinte.

O nível de interesse cai drasticamente após uma hora. Além disso, enquanto você faz outra coisa (*o que você está fazendo que ainda ligou pro lead?*), seu concorrente pode ser ainda mais rápido, largou na frente e já está trocando altos papos com seu lead.



Para evitar tudo isso, e iniciar o processo de como converter leads em vendas, é importante configurar rotinas internas para o **tratamento do prospect**. A [gestão de leads](#) deve começar no instante que ele cai na sua “caixa de entrada”.

Você pode, por exemplo, direcionar seus leads online para um email da empresa, onde várias pessoas têm acesso para garantir o manuseio rápido ou você pode usar o sistema de atendimento ao cliente, como um [software de CRM](#) (essa é a nossa indicação para facilitar os demais passos).

## 2. Qualifique primeiro o lead

Um [lead qualificado de marketing](#) (MQL) pode baixar um white paper gratuito, enquanto um **lead qualificado para vendas** (SQL) pode solicitar uma reunião. Eles têm características diferentes e provavelmente estão em um estágio diferente do [ciclo de compra](#).

No entanto, todos os leads são potenciais leads de vendas.

Para fornecer uma primeira impressão relevante, é importante **qualificar o lead primeiro**.

Isso pode ser feito por meio de um coordenador designado, pela própria equipe de vendas ou – melhor ainda – pelo sistema que falamos acima, que distribuirá automaticamente uma pontuação para o lead – [Lead Scoring](#) – de acordo com os critérios que vocês estabeleceram anteriormente.

Você não fechará vendas se entrar em contato com um lead que não está pronto para comprar. E ainda mais, você pode até mesmo assustar o contato, se for agressivo demais em um momento em que o usuário não está preparado.

### 3. Concentre-se em resolver problemas

Os prospects estão gastando mais tempo fazendo pesquisas independentes e obtendo informações de colegas e de outras fontes de terceiros. De acordo com um estudo da Accenture, **94% dos compradores B2B** realizam pesquisas online em algum momento do processo de compra.

Os clientes são mais educados do que nunca e são muito resistentes aos diálogos em que o vendedor quer empurrar o produto ou serviço a qualquer custo.

Certifique-se de que sua equipe de vendas evite este tipo de abordagem. Em vez disso, concentre-se em **solucionar possíveis problemas dos leads**.

Como converter leads em vendas? **Não** comece a falar sobre o seu produto. Ao invés disso, pergunte *“Como posso ajudar?”*.

Mostre que você notou que ele baixou seu ebook sobre *“como controlar o fluxo de caixa de uma pequena empresa”* e questione a razão. Sem ser invasivo demais, pergunte que tipo de solução ele já considerou e mostre como você pode resolver esse problema.

Então, o mais importante, é ficar quieto e ouvir.

Muitas de suas perguntas de qualificação serão respondidas e o

cliente lhe dirá exatamente quais problemas está tendo.

Você então estará em uma posição melhor para **recomendar a solução adequada para o problema.**

Adote essa abordagem e veja, na prática, como converter leads em vendas.

## 4. Mantenha os leads quentes

Mesmo que você ligue para o cliente em potencial após dez minutos do preenchimento de um formulário online, talvez ele não esteja pronto para avançar nas [etapas do processo de vendas](#). Entretanto, ele demonstrou interesse em seu produto ou serviço, por isso, não perca a oportunidade de mantê-lo aquecidos durante a ligação.

Por exemplo, você pode perguntar se ele quer ser adicionados à sua lista de e-mail, o que ajudará você a mantê-lo próximo para quando estiver pronto para realizar a compra.

O [atendimento ao cliente](#) começa antes que qualquer venda seja feita.

Esse passo de como converter leads em vendas é sobre manter seus leads informados e mostrar a eles que você se importa. Com isso, certamente voltarão para você, quando estiverem prontos para avançar para a próxima [etapa do funil de vendas](#).



## 5. Monitore seu pipeline de vendas

Seu pipeline de vendas oferece uma visão geral única sobre os clientes em potencial com os quais você está trabalhando. Em um **sistema de CRM**, você pode monitorar:

- em que estágio do processo de vendas os possíveis

**clientes estão;**

- quais são as atividades executadas por eles (em qual CTA clicou, qual página acessou, como interagiu com seu e-mail marketing e mais).



Resumindo, essa última dica de como converter leads em clientes é sobre como a tecnologia transformou a relação entre consumidores e empresas.

Não sabe o que é pipeline e ainda não implementou um CRM nos departamentos de marketing e vendas? Acesse nosso artigo “[0 que é pipeline de vendas e como ganhar mais dinheiro com ele](#)” e descubra as funcionalidades da ferramenta.

É importante que você entenda que todas essas dicas de como converter leads em vendas só serão efetivas se você utilizar um bom [software de CRM](#), no qual as tarefas são automatizadas.

Se você argumentar que o problema é o preço, saiba que existem excelentes versões freemium, isto é, **gratuitas**, como esta do [AGENDOR](#) que é por tempo ilimitado: **você pode usar para sempre**.

Acesse nossa página e veja como podemos te auxiliar a atrair e converter leads.