



Como fazer promoção de vendas B2B: mostre um valor claro para seu cliente

Como aumentar vendas em um negócio B2B?

Pensando em como fazer promoção de vendas em seu negócio?

Essa é uma estratégia muito usada no varejo. Mas será uma tática efetiva para quem trabalha com [vendas complexas](#) e [consultivas](#) de empresa para empresa?

Neste post você vai ver como planejar uma promoção de vendas em negócios B2B de forma estratégica e organizada.

Trata-se de um desafio. Porque, para alguns tipos de clientes B2B, pode parecer muito estranho fazer uma promoção de vendas.

Mas, neste texto, você vai entender quando, porque e como fazer promoção de vendas B2B com sucesso e de uma forma natural para seu público-alvo.

Leia também: [8 dicas para vender mais de maneira eficaz](#)

Como fazer promoção de vendas B2B: comece pelo quando e pelo porquê

Quando é o momento de fazer promoção de vendas?

Promoções não podem acontecer a todo o instante, ou perdem o sentido e se tornam banais.

Normalmente, existe um gatilho que leva a empresa a decidir por fazer uma ação de vendas desse tipo, veja alguns deles:

Quando fazer promoção de vendas

- Quando um produto está se acumulando no estoque e precisa ser vendido
- Quando uma nova geração de produtos é lançada e é preciso vender logo os antigos
- Quando a situação econômica não está favorável e é necessário tomar uma atitude rapidamente
- Quando o momento econômico é extremamente favorável é não se pode deixar passar essa excelente oportunidade de vendas
- Quando um concorrente está conquistando seus clientes
- Quando surge um novo concorrente desafiador no mercado
- Quando um evento importante pode impulsionar vendas de um setor que é seu cliente tradicional (durante as Olimpíadas e a Copa do Mundo isso é muito comum)
- Quando uma data especial faz sentido para o ramo de negócios (empresas que vendem para varejistas, por exemplo, costumam fazer promoções 3 meses antes de datas

como Natal e Dia das Mães, para que seus clientes se preparem para essas datas especiais com antecedência).

Por que fazer promoção de vendas?

Promoção de vendas são usadas por 3 motivos principais:

- Atingir os objetivos estratégicos do negócio por meio de uma ação de vendas agressiva
- Resolver um problema na empresa
- Aproveitar uma oportunidade

Listamos alguns problemas e oportunidades no tópico anterior. Mas um problema pode não ter nada a ver com vendas.

A empresa pode estar, por exemplo, simplesmente precisando fazer caixa e considerar que uma promoção de vendas pode ajudar nesse sentido.

Mas, como você vai ver a seguir, não tem como fazer promoção de vendas de sucesso sem satisfazer alguma necessidade do cliente.

Fazer uma promoção focada apenas nos interesses da empresa não funciona.

Como fazer um plano de promoção de vendas B2B, afinal?

Primeira coisa: tome cuidado com a palavra promoção de vendas em B2B!

Para alguns produtos, como máquinas agrícolas de pequeno porte, carros de uso comercial e de carga, equipamentos de informática para pequenas empresas e equipamentos para empreendimentos comerciais como restaurantes, hotéis, lojas e pequenos varejos pode até funcionar.

Veja este exemplo:

Mas não tem como fazer uma promoção de vendas para uma consultoria estratégica, ou de um software de análise de dados focado em Big data, concorda?

Isso pode parecer estranho para seus clientes e até desvalorizar sua marca.

O que não significa que você não pode planejar uma promoção de vendas para esse tipo de negócio. **Apenas não dê esse nome ao seu [plano de ação de vendas](#)!**

Veja como fazer promoção de vendas B2B em 5 passos

1. Defina o problema ou oportunidade para a sua empresa

Que resultado a empresa quer atingir?

Ele precisa vender muito do produto X?

Quer conquistar novos clientes?

Deixe bem claro qual o objetivo da promoção.

2. Defina a oportunidade para o cliente

Muito bem, digamos que o objetivo seja vender o produto tal.

Que vantagens seus clientes terão com isso? Pode ser que você tenha que selecionar um segmento de clientes específico para que este objetivo seja alcançado. Ou pensar em uma forma de pagamento diferente. Eventualmente dar alguma vantagem na forma de bonificação de outros produtos, ou criar combos.

Pense em uma maneira de casar essa demanda de sua empresa com uma necessidade real que ela pode satisfazer para o cliente.

Porque não adianta forçar uma situação para resolver um problema de sua empresa se isso não for realmente [gerar algum valor para o cliente](#).

3. Elabora uma abordagem da vendas consultiva

Definido o que pode ser útil e atrativo para seu cliente, elabore o discurso de vendas.

Defina como vai mostrar aos clientes o valor da sua solução e como eles podem se beneficiar das condições especiais da promoção (não use esse nome na frente de alguns clientes, lembre-se!) para usufruir desse valor.

Uma dica é deixar claro que essas condições são por tempo limitado!

Esta apresentação de slides criada pela equipe do Agendor pode ajudar você neste momento:

[12 maneiras para ter sucesso na abordagem de vendas](#) from [Agendor](#)

4. Desenvolva materiais de apoio, treine e motive a equipe

Ações de vendas especiais, como fazer promoção de vendas, merecem um investimento extra.

Por isso, produza folders, apresentações digitais e também faça uma campanha nas mídias sociais e artigos no blog da empresa.

Em seguida, treine a equipe sobre as regras da promoção (nada pior que um vendedor não conhece direito as vantagens oferecidas ou que esquece de avisar o cliente sobre elas!). Mostre também como usar da melhor forma os materiais criados.

Por fim, defina algumas metas específicas para a promoção e como eles serão recompensados se atingi-las.

5. Acompanhe os resultados

Com a promoção em andamento, acompanhe os números e verifique

se os objetivos estão sendo alcançados.

Caso algo pareça não estar ocorrendo com queria, reúna a equipe, discuta o assunto e procure achar o caminho certo.

Um [software de CRM](#) pode ajudar muito a acompanhar seus números de vendas e a performance da equipe.

Confira: [Saiba tudo que um software de CRM pode fazer por sua empresa](#)

Quer acompanhar melhor seu desempenho em vendas? Baixe algumas de nossas planilhas prontas para usar:

- [Planilha de Comissão de Vendas](#)
- [Planilha de Despesas e Relatório de Visitas](#)
- [KIT de Planilhas de Vendas: Planejamento de Vendas, Controle de Clientes e Prospecção de Clientes](#)