



Como vender software: As 11 técnicas que vão abrir esse mercado para você!

Saber como vender software exige uma série de habilidades e conhecimentos que se corretamente empregadas podem trazer excelentes resultados.

Por isso, neste posts, selecionamos 11 das melhores formas de como vender softwares para empresas de maneira extremamente eficiente.

Acompanhe essas dicas, coloque em prática e bata todas as suas metas!

Vender programas de computador é um desafio para você? Então, dê uma olhada nestas dicas de vendas em geral que, com certeza, também vão ajudá-lo a descobrir como vender sistemas

corporativos:

[8 dicas para vender mais de maneira eficaz](#) from [Agendor](#)

Leia também: [5 dicas de como escolher um software de vendas](#)

11 dicas de como vender software para empresas

Uma IMPORTANTE dica inicial

Seu software é um SaaS?

SaaS são softwares vendidos como serviços, via assinaturas mensais, mediante acesso online.

Assim, os usuários não instalam o software em seus computadores, mas acessam os softwares na nuvem, de onde estiverem, a hora que quiserem.

Essa é uma tendência mais do que consolidada no mercado.

Por isso, se você quer mesmo saber como vender software, caso a sua não seja uma [empresa SaaS](#), saiba que já estará com uma grande desvantagem em relação aos seus concorrentes.

Veja mais:

- [SaaS em Cloud: saiba tudo sobre Software as a Service](#)
- [Sua empresa está preparada para os benefícios do CRM SaaS?](#)

1. Tenha um site tecnicamente perfeito

Se seu site não funciona muito bem, tem um layout não muito atrativo, usabilidade ruim e não promove uma boa experiência para o cliente, **o que você acha que ele vai esperar de seu software?**

Afinal, se sua empresa não domina nem a tecnologia necessária para criar um bom site, que dizer de um software?

Por isso, é fundamental investir em um site de design impecável, que seja rápido de abrir e extremamente funcional e intuitivo.

2. O conteúdo do site deve ser completo!

Além de tecnicamente ágil e de design atrativo, o conteúdo do site deve ser suficiente para que um possível interessado entenda o que o software oferece, suas vantagens e benefícios.

Para isso, pode conter em sua página inicial uma chamada de efeito seguida de um breve parágrafo descrevendo o posicionamento de seu software. Isto é: seu diferencial (a razão pela qual seu software é superior aos concorrentes) e o público-alvo.

Em seguida, pode haver uma sequência de ícones com as principais funcionalidades, depoimentos de clientes, cases de sucesso, notícias na mídia sobre a empresa, entre outros elementos.

3. Desenvolva um trial ou um plano freemium

Pense bem, não tem como vender um software se o interessado não puder testá-lo.

Além disso, se o software for realmente bom, essa será uma excelente oportunidade de mostrar isso.

Assim, a esmagadora maioria das empresas que pretende vender programas, oferecem uma das duas opções:

- **Trial:** um teste da versão **completa** do software (na maioria das vezes), com acesso por **tempo limitado**.
- **Plano freemium:** versão com **menos funcionalidades**, mas que

fica disponível **para sempre**.

[Trello](#) e [Slack](#) são duas empresas que sabem como vender sistemas, prova disso é seu extremo sucesso no mercado. E ambas optaram por oferecer versões freemium de seus softwares.

Leia também: [Sistema de CRM gratuito de verdade](#)

4. Abuse de tutoriais em vídeo

Não, nem sempre é fácil entender como operar um software. Por isso, contar com vídeos tutoriais para mostrar como fazê-lo, de forma criativa e didática, é um trunfo.

É uma excelente maneira de como vender um softwares para clientes que se preocupam com sua usabilidade e intuitividade, o que leva e ao maior engajamento dos colaboradores.

5. Tenha um presença consistente e relevante nas redes sociais

O LinkedIn é uma importante plataforma social para [captura de leads](#) B2B. Mas, se feito da maneira correta, o marketing em outras redes sociais, como o Facebook, Instagram e Pinterest, também traz excelentes resultados.

Para isso, faça postagens relevantes para seu público-alvo, que tragam **informações que ele pode usar em seu dia a dia de trabalho**. Nada de fazer “propaganda” de seu software o tempo todo, isso deve representar no máximo 15% de seu conteúdo.

Confira: [Como ser visto no LinkedIn gastando 5 minutos por dia](#)

6. Faça SEO

SEO significa *Search Engine Optimization*, ou otimização do mecanismos de busca. Consiste em descobrir com ajuda de softwares analíticos quais são as palavras-chave mais usadas por seu público ao fazer buscas na internet e que têm alguma

relação com o seu negócio.

Em seguida, usam-se essas palavras nas páginas de seu site e blog, de forma consistente, atraindo esse público.

7. Não esqueça do marketing de conteúdo digital

O marketing de conteúdo trabalha em parceria com o SEO. De posse das palavras-chave citadas acima, sua empresa cria um blog onde escreve artigos com informações muito úteis para seu público, abordando esses temas.

Além disso, são colocados links para formulários curtos nesses artigos, em que o leitor pode “trocar” seus dados, como e-mail e nome, por e-books, infográficos, webinars e outros materiais ricos.

Assim, ele passa a fazer parte de seu banco de dados.

Se você quer entender ainda melhor como usar o marketing digital de conteúdo, então, confira este vídeo:

Veja mais: [Tudo que você precisa saber sobre como fazer marketing de conteúdo!](#)

8. Pratique automação de marketing

Depois de conseguir os e-mails desses leads, é hora de enviar e-mails para eles. Mas faça isso de forma segmentada, com ajuda de um **software de automação de marketing**.

Essas ferramentas ajudam você a segmentar seus clientes e enviar o conteúdo certo para a pessoa certa. Dessa forma, você vai esclarecendo suas dúvidas sobre seus produtos ou serviços e as conduz através do funil de vendas, até estarem bastante propensas a fechar um negócio.

Nesse ponto, sua equipe de vendas pode entrar em contato

telefônico com eles.

9. Use as vendas consultivas

A venda consultiva é a ferramenta que sua equipe de vendas deve usar ao entrar em contato com os clientes.

Para isso, deve empregar as técnicas de vendas certas. Basicamente, conhecer as principais necessidades do cliente e como a solução de sua empresa vai ajudá-lo a resolvê-las.

Assim, um vendedor consultivo mostra o valor daquilo que vende para o cliente, na forma de uma solução para seus problemas.

Saiba mais aqui: [0 diferencial de uma venda consultiva](#)

10. Crie uma área de *customer success*

A área de sucesso do cliente (*customer success*) é responsável por assegurar que os clientes que compraram as soluções de sua empresa fiquem satisfeitos com elas.

Assim, ao vender um software, é fundamental que essa equipe monitore os resultados do cliente, em conjunto com ele, para que logo domine seu uso e tire os melhores benefícios, levando o cliente ao sucesso.

11. Use um software de CRM

Essa ferramenta é fundamental tanto para conhecer profundamente seus clientes e atender suas necessidades, como para gerenciar a força de vendas.

Para coordenar todos os esforços acima e transformar leads em clientes, um funil de vendas digital como este pode fazer toda diferença:



E essa é apenas uma das muitas funcionalidades de um bom

software de CRM.

Veja mais algumas nesta apresentação de slides:

[Como o crm pode dobrar seus resultados de vendas](#) from [Agendor](#)

Se você quer conhecer mais, então, baixe nosso e-book gratuito: [GUIA para o sucesso com CRM](#)