



# Comunicação em vendas: como atrair, conquistar e fidelizar clientes e sua equipe também?

Comunicação em vendas é um dos pontos fundamentais para quem trabalha na área comercial.

E quando falamos em comunicação em vendas, devemos levar em conta dois aspectos principais:

- [Comunicação interna](#), com a equipe e entre a equipe
- Comunicação com o cliente

Saber se comunicar em vendas envolve uma série de competências. Entre elas, a empatia. Isto é: se colocar no lugar do outro e perceber o que ele sente e deseja.

Assim, é possível encontrar interesses comuns e desenvolver um discurso persuasivo em que fique claro que ambas as partes terão vantagens ao realizarem aquele negócio (o famoso [ganha ganha](#)) .

E isso vale tanto para clientes como para vendedores.

Afinal, para ter uma [equipe engajada](#) é preciso que os objetivos da empresa e das pessoas de alguma forma se complementem. Assim, levando à satisfação pessoal, ao desenvolvimento profissional, à realização de seus planos de vida e, é claro, à lucratividade do negócio.

Neste post, você vai entender como a comunicação em vendas envolve conhecer profundamente seus clientes (internos e externos) para poder entender suas necessidades e satisfazê-las de forma recíproca.

Além disso, verá como a tecnologia tem um importante papel nesse processo, principalmente com todas as oportunidades proporcionadas pela [transformação digital](#).

Leia também: [Comunicação interna e endomarketing: mantenha equipes bem informada](#)

## **Comunicação em vendas: comece pelo vendedor**

Comunicação em vendas, hoje, não tem mais nada a ver com aqueles vendedores que se achavam “cheios de lábia” e que conseguiam vender até “gelo para esquimó”.

Na verdade, esse modelo está acabado.

Atualmente, é preciso vender somente aquilo que seu cliente realmente precisa e deseja. Empurrar produtos e serviços que na verdade não vão satisfazer o cliente é um tiro no pé, **principalmente para quem trabalha com B2B.**

Isso porque em pouco tempo esse cliente insatisfeito não apenas deixará de comprar seus produtos ou serviços, mas se tornará um detrator de sua marca, falando mal dela inclusive nas redes sociais.

Por isso, é fundamental iniciar um processo de [gestão do relacionamento com o cliente](#), para conhecê-lo melhor e levar até ele exatamente o que deseja.

Para isso, a tecnologia oferece todas as ferramentas que você precisa para facilitar esse processo, seja na comunicação interna, na comunicação entre equipes e com as equipes e na comunicação com o cliente.

Confira algumas dicas de como fazer isso com ajuda dos [softwares colaborativos](#) certos.

Note que só será possível se comunicar bem com seus clientes se, antes, a comunicação com a equipe estiver sendo bem feita. Assim, os vendedores estarão alinhados, capacitados e saberão exatamente o que seu público-alvo realmente precisa para se sentir satisfeito com sua empresa.

## Os 3 pilares tecnológicos da comunicação em vendas

Antes de darmos dicas de comunicação com a equipe, entre as equipes e como os clientes, entenda alguns conceitos.

- **Computação em nuvem:** é uma tecnologia que disponibiliza o armazenamento, compartilhamento de arquivos e o uso de softwares sem a necessidade de instalá-los em uma máquina. Isso se dá por meio de servidores remotos de acesso rápido e alta capacidade computacional.
- **Ferramentas SaaS:** Softwares baseados na nuvem que são acessados via login e senha e cobram uma mensalidade para isso. Muitas vezes têm versões gratuitas, com menos funcionalidades, mas ainda bastante úteis para a

empresa.

- **Sistema CRM:** software de gestão do relacionamento com os clientes que conta com funcionalidades como cadastro de clientes, funil de vendas, histórico de contatos e muitas outras. Tem o objetivo de gerenciar a força de vendas e de conhecer melhor seus clientes para entender suas reais necessidades e desejos.

Veja agora como usar essas ferramentas para melhorar a comunicação em vendas:

## 1. Comunicação com a equipe

O e-mail cada vez mais vem se mostrando uma ineficiente forma de comunicação com a equipe. Não que ele deva ser extinto, algumas vezes é necessário. Mas quanto menos for usado, melhor.

A comunicação com a equipe de vendas deve se dar de forma mais ágil, com o uso de aplicativos específicos para isso, como ferramentas SaaS do tipo do [Slack](#) e até mesmo por meio de grupos no [WhatsApp](#).

Afinal, esse é um ambiente onde a maioria dos vendedores se sente à vontade e usa suas funcionalidades com facilidade.

Mas a comunicação com a equipe também deve ser feita de forma pessoal. Uma reunião semanal no início ou no fim desse período é fundamental.

Repasse tudo que foi conquistado na semana (ou na semana anterior), comemore vitórias, passe um [feedback](#) do que precisa ser melhorado e combine com a equipe qual será o plano de ações para a semana.

Não deixe de fazer também reuniões individuais, quando necessário, mas sem excesso.

Esta apresentação de slides pode interessar a você:

## 2. Comunicação entre equipes

Drives compartilhados na nuvem são uma das ferramentas mais indicadas para que a equipe troque com agilidade documentos, planilhas, apresentações e outros arquivos.

Além disso, o Slack (mais uma vez) também é uma ferramenta que agiliza muito a comunicação entre equipes.

Por fim, é importante destacar o papel do CRM na comunicação entre equipes. Hoje, com a proliferação de CRMs no modelo SaaS, eles se tornaram muito mais acessíveis para empresas de todos os portes.

O [sistema CRM](#) normalmente não conta com uma funcionalidade de comunicação direta entre os vendedores, mas é o local onde se encontram todas as informações relevantes que a equipe necessita.

Assim, se um vendedor precisa conhecer melhor determinado perfil de clientes para pensar em uma abordagem de vendas, poderá consultar o histórico de clientes com esse mesmo perfil que são atendidos por outros vendedores.

Para isso, o CRM precisa estar sempre atualizado pela equipe.

Quer algumas dicas de [como se comunicar melhor no trabalho](#)? Então, confira este infográfico:



Fonte: Siteware

## 3. Comunicação com o cliente

Por fim, com a equipe alinhada e conhecendo bem seus clientes, ela deve focar em uma **comunicação relevante** com ele.

Ligar ou enviar um e-mail para um cliente para saber “como vão as coisas” não serve de nada. Não perca tempo dessa forma.

**Toda comunicação em vendas deve ter um propósito**, um objetivo claro e ser bem planejada.

O cliente deve perceber que aquele contato foi feito com a intenção de ajudá-lo a atender suas necessidades ou resolver um problema da empresa. Mostre todo valor da solução oferecida: **o que ela realmente pode fazer para tornar a vida do cliente mais fácil.**

Além disso, nunca termine um contato com um cliente sem marcar um próximo passo, com uma data definida.

Pode ser uma visita no dia tal, enviar uma proposta até o final da semana, ou aquele case de sucesso que você está elaborando sobre a empresa dele e gostaria que o cliente desse uma opinião, até sexta-feira, para você incluir na apresentação.

Conecte-se de forma sincera e relevante com seus clientes e eles estão sempre abertos às suas comunicações.

Assim, você poderá satisfazê-los, superar suas expectativas e fidelizá-los com mais facilidade.

Saiba mais: [4 dicas essenciais para quem quer se comunicar melhor e vender mais](#)