



Reuniões de vendas online: como podem ser mais eficientes?

Durante os últimos meses, não apenas precisamos nos adaptar ao formato das reuniões de vendas online, como também passamos a conviver com um número maior de interações deste tipo no dia a dia de trabalho.

Segundo pesquisa realizada por professores de Harvard e da Universidade de Nova York, o [número médio de reuniões diárias aumentou em 12,9% se comparado ao período pré-pandemia](#).

Ou seja, para que possamos executar todas as tarefas necessárias na nossa rotina comercial, essas reuniões precisam ser mais eficientes, certo?

Para isso, o principal é não tentar transportar a experiência do presencial para o virtual, mas construir de fato uma experiência online para os encontros com os clientes e com os membros da equipe.

Neste artigo, daremos algumas dicas sobre como fazer isso. Confira!

Das reuniões presenciais para as virtuais: o que mudou?

Se a ideia é desenvolver reuniões que sejam efetivamente pensadas para o ambiente virtual, é interessante falarmos primeiro sobre as principais diferenças das reuniões de vendas online para as presenciais:

Direto ao ponto

Nas reuniões presenciais, temos mais claro o “momento do cafezinho”, em que quebramos o gelo e definimos o clima para uma reunião.

Nas videoconferências, o natural é irmos mais direto ao ponto. Isso significa uma dificuldade maior de colocar todos na mesma página – tanto quando o assunto é mais sério, quanto quando o objetivo é descontrair e [integrar](#) os participantes.

Falta de feedback

Também é mais difícil ter a percepção de como as pessoas estão reagindo às mensagens nas videoconferências, inclusive pois muitas optam por não ligar a câmera ou há instabilidade na conexão para isso.

Assim, para o líder da reunião, há um desafio maior do que nas reuniões presenciais “olho no olho”.

Dificuldade de engajamento

Vamos ser sinceros, muitos de nós aproveitamos videoconferências em que não somos apresentadores para colocar em dia as mensagens de WhatsApp, os e-mails e até para organizar as gavetas do [home office](#).

Com isso, quem está liderando, enfrenta uma dificuldade maior de engajamento e, conseqüentemente, de entrega da mensagem desejada para o encontro.

11 passos para tornar as reuniões de vendas online mais eficientes

Considerando esses três desafios que listamos, independentemente de sua [reunião ser com clientes](#), com a equipe ou com outras áreas da empresa, nossa recomendação é que você foque em vencer essas barreiras.

Lembrando que, tanto no ambiente virtual quanto presencial, reuniões eficientes e produtivas precisam ter alguns elementos principais:

- Propósito – o motivo de a reunião acontecer
- Preparação – o planejamento para a reunião
- Participação – engajamento dos presentes
- Processo – o conteúdo, o formato e o fluxo de informação a serem passados
- Continuidade – o pós-reunião, com ações concretas

Como, então, direcionar esses elementos para a qualidade de suas reuniões de vendas online? Aplicamos eles em 11 passos para videoconferências de sucesso:

1. Tenha clareza sobre quando uma reunião

é realmente necessária

Já viu aquele meme do “sobrevivi a mais uma reunião que poderia ter sido um e-mail?”. Pois é, ele não existe por acaso.

De fato, muitas delas acontecem sem um motivo que justifique colocar todas as pessoas em uma sala, mesmo que virtual. Portanto, o primeiro passo é compreender se a sua [videoconferência](#) precisa mesmo existir, ou se um e-mail ou um áudio por WhatsApp poderia resolver a questão muito mais rapidamente.

Também pense em quem é presença obrigatória ou opcional na videoconferência, assim você já começa com o pé direito no objetivo de engajar quem realmente é importante.

2. Mantenha agendas fixas para pautas recorrentes

Quando uma reunião for recorrente – ou caso exista necessidade de revisar pontos com frequência, o ideal é já criar esses compromissos fixos. Desta maneira, desenvolve-se uma cultura de atualização sobre determinada pauta ou para determinada questão.

Esse [tipo de reunião](#) é particularmente útil para atualizações periódicas com os clientes ou com o time. Inclusive, pois este momento centraliza todas as interações com esses públicos sobre um tema específico.

3. Escolha a tecnologia mais adequada

Nestes últimos meses, tivemos oportunidade de testar e aprender mais sobre funcionalidades de diferentes [ferramentas de videoconferências](#). As mais comuns são Zoom, Microsoft Teams, Whereby e Google Meet.

Qual a sua empresa já utiliza?

O ideal é saber que algumas delas trazem funções diferentes que podem ser bem úteis para aprimorar a experiência de sua reunião.

Por isso, sempre vale a pena explorar possibilidades como gravação, divisão em salas, perguntas & respostas, pesquisas, entre outras.

E esteja aberto a mudar a ferramenta preferida de acordo com o foco da sua videoconferência!

4. Prepare uma pauta para cada reunião – e compartilhe com todos previamente

A pauta da reunião faz parte da etapa de preparação. É o planejamento de como sua mensagem será transmitida, a fim de que sejam alcançados os objetivos desejados.

Para tanto, sempre prepare o tema da reunião e os materiais que irá apresentar com antecedência. E, preferencialmente, compartilhe com todos os participantes na hora do convite. Recomendamos seguir uma estrutura como:

- objetivo da reunião;
- duração;
- quem deve participar;
- o que deve ser levado ou preparado pelos participantes;
- qual será o impacto da videoconferência.

Desta forma, não apenas você tem a chance de preparar uma [reunião](#) melhor, como coloca todos na mesma página.

5. Estabeleça acordos

É comum que qualquer reunião perca o foco ou até tenha comportamentos inadequados para a sua continuidade – como o participante que interrompe continuamente, por exemplo.

Por isso, é interessante estabelecer as regras do jogo, seja no momento do briefing da reunião, seja nos minutos iniciais.

Você pode definir, por exemplo, se a câmera deve ser ligada ou desligada ou qual o momento ideal para as perguntas e se elas devem ser feitas pelo microfone ou pelo chat.

6. Evite as interrupções do home office

Sabemos que é muito difícil separar a vida pessoal da profissional quando [se está em home office](#), especialmente para quem tem filhos e animais de estimação. Porém, na medida do possível, tente evitar interrupções que possam afetar o fluxo das reuniões.

7. Comece pelos objetivos

Já falamos sobre a preparação da pauta da reunião e o envio prévio aos participantes, certo?

E é essa agenda que deve ser o primeiro tópico da sua videoconferência.

Desta forma, todos os participantes realmente podem estar na mesma página e saber o que esperar desta reunião.

8. Encerre com os próximos passos

Depois, ao término da reunião, é importante retornar a esta agenda, verificando o que foi atingido e o que deve ficar para uma nova conversa – inclusive em respeito ao tempo de todos, para encerrar pontualmente a chamada.

Deixe também os 5 minutos finais para a definição dos próximos passos, assim como as responsabilidades de cada um.

9. Envie uma ata aos envolvidos

Apenas resumir os próximos passos ao final das reuniões de

vendas online não é o suficiente para que eles sejam seguidos. Portanto, cabe enviar uma ata a todos os participantes.

Não, não precisa ser algo super formal como antigamente. Um simples e-mail ou a distribuição de tarefas no [sistema de CRM](#) ou no aplicativo de gestão de projetos já resolvem a questão!

10. Avalie o formato e os resultados

A avaliação das principais reuniões também é importante para incorporar melhorias nas que vierem pela frente. Você pode tanto pedir um feedback mais formal (principalmente aos clientes), quanto avaliar ao longo do tempo o próprio atingimento dos objetivos definidos.

E, no que houver oportunidade, melhore!

11. Cuidado com a fadiga de videoconferências

Para fechar, muita atenção para evitar o que está sendo chamado como “fadiga de videoconferências”.

Sim, elas podem ser mesmo exaustivas, por diversas razões, como o alto estímulo ao cérebro e a permanência por muito tempo em frente às telas.

Ou seja, mais uma vez cabe avaliar quando uma reunião é realmente necessária e qual deve ser a sua duração. Estamos caminhando rumo à maior eficiência em vendas, reuniões otimizadas fazem parte disso.

Não fuja delas, as reuniões online vieram para ficar!

Estamos falando há alguns meses sobre home office, [vendas remotas](#), videoconferências... E, cada vez mais, o que percebemos é: mesmo com a “volta ao normal”, muitos dos nossos hábitos de

agora irão permanecer.

Conseguir reunir facilmente pessoas de diferentes localidades ou conseguir encontrar um cliente sem perder tempo no deslocamento, certamente são exemplos que fazem parte desse rol. Então, assim como outras práticas, o caminho é abraçar logo de vez a mudança e fazer o melhor a partir dela!

Quer turbinar sua gestão de vendas no home office? Confira o ["KIT Gestão e operação do home office de vendas"](#) que preparamos em parceria com a Exact Sales!