



Social Selling: o que é e como implementar em sua estratégia de vendas

Implemente o Social Selling na cultura do seu departamento de vendas e veja os negócios aumentarem significativamente

Neste exato momento em que você começa a ler este artigo, uma ou mais pessoas em algum lugar do mundo querem comprar exatamente o produto ou serviço que você está oferecendo.

Se a notícia parece favorável, o lado negativo é a pergunta que fica: afinal, como encontrar esses potenciais clientes espalhados por aí?

As respostas já levantadas no mercado são tantas que, muitas vezes, os empreendedores se sentem um pouco perdidos em meio a um universo de promessas e alternativas.

Já os empresários bem-sucedidos sabem que, para obterem bons resultados nas vendas, precisam adotar um **mix de iniciativas integradas de marketing e vendas**, evitando acreditar que somente uma ou duas são a solução para todos os seus problemas.

Entre as várias ferramentas e processos disponíveis, uma estratégia de vendas eficaz no século XXI deve incluir as redes sociais, espaço preferencial das pessoas que utilizam a web para comprar produtos e serviços.

Continue com a leitura e saiba o que é Social Selling, seu significado e como implementá-lo em sua estratégia de vendas.



Social Selling: o que é e como implementar em sua estratégia de vendas

O que é Social Selling? Alavancar o uso das redes sociais

O Social Selling tem um significado pode ser definido como a tentativa de alavancar a utilização das redes sociais para a criação e manutenção de relacionamentos que aprimoram os esforços de vendas de uma marca.

Mas, muito mais que estar presente nas redes sociais – criando perfis e fazendo publicações sem qualquer tipo de filtro – é preciso saber como integrá-las à estratégia da empresa.

fazer Social Selling significa que a sua empresa deve usar uma série de [ferramentas de marketing digital](#) disponíveis nas redes sociais para **tornar a conversa com seus clientes mais**

significativa e pessoal, evitando as chamadas “cold calls”, ou seja, a prática de ligar para clientes sem qualquer contato prévio.

Esses recursos podem estar em redes sociais como Facebook, Instagram, Twitter e LinkedIn: cabe à sua empresa identificar qual delas seus potenciais clientes costumam utilizar para se relacionar.

Encaixando o Social Selling na estratégia

Embora apresente pequenas variações em cada fonte consultada, o [funil de vendas](#) é amplamente conhecido por gestores de vendas. Para entender melhor o que é Social Selling, basta imaginar que as redes sociais exercem um papel crucial em **cada uma das etapas do processo de vendas**, desde a construção de reconhecimento (no topo do funil) até o fechamento da venda e obtenção de recomendações (em sua parte inferior).

Na fase de reconhecimento, por exemplo, sua empresa pode usar os perfis nas redes sociais para encontrar usuários que se encaixam no perfil de seus compradores, influenciadores do segmento, ampliar o alcance do marketing de conteúdo e até mesmo promover conteúdo de forma paga.

Já na etapa seguinte, de geração de leads, as redes sociais contribuem gerando tráfego para o website e outras landing pages da sua empresa. Na qualificação dos leads, as redes sociais também podem apoiar a estratégia de vendas construindo um perfil mais detalhado do prospect, incluindo quem ele é, onde mora, o que está fazendo e o que está pensando.

Por último, depois do fechamento do negócio, **as redes sociais seguem apoiando a estratégia de vendas** quando os vendedores seguem curtindo, compartilhando e recomendando posts junto a seus clientes, favorecendo iniciativas como o cross-sell, o up-sell e as recomendações.

Social Selling, o que é na prática

Estudos realizados pela [empresa de pesquisas norte-americana Aberdeen Group](#) mostram que mais de 70% dos representantes comerciais que utilizam Social Selling como parte do seu processo frequentemente superam seus pares e atingem as metas 23% mais vezes.

Essa estatística mostra que o Social Selling não é uma simples buzzword, mas sim uma tática importante que não pode ficar de fora da **estratégia de vendas de seu negócio**.

Infelizmente, [dados divulgados em 2013](#) mostram que a grande maioria dos executivos de vendas ainda não recebeu qualquer treinamento em Social Selling. Isso significa que a sua empresa pode sair na frente nessa tendência, buscando novas formas de encontrar as pessoas na hora certa na internet.

E você? Agora que você sabe o que é Social Selling, acredita que ele pode realmente fazer diferença em sua estratégia de vendas? Deixe seu comentário!

O Social Selling é uma das várias estratégias de marketing, conheça mais baixando nosso e-book gratuito: [Como usar o Marketing para escalar suas vendas](#)