

SQL e MQL: entenda o que são e como ajudarão na sua conversão de vendas

Imagine um time de vendas eficiente e capaz de otimizar a conversão de vendas da sua empresa. Parece sonho, mas é possível!

Quando pensamos em **vendas**, uma das principais metas dos gestores desse setor é a otimização de todo esse processo, tornando cada vez mais clara e prática a [conversão de leads](#) em clientes.

No entanto, a conversão de vendas só pode ser otimizada se entendermos os conceitos de **MQL e SQL** e como eles impactam no setor comercial da sua empresa. Ficou curioso para saber mais? Continue com a leitura!



SQL e MQL: entenda o que são e como ajudarão na sua conversão de vendas

O que é MQL?

MQL (Marketing Qualified Leads) é um estágio específico em que algumas **leads** se encontram. Nesse momento, elas já estão em um estágio de educação mais avançado – sabem quais os problemas possuem e o que precisam para resolvê-los, mas ainda estão em busca de uma empresa capaz de suprir essas necessidades.

No entanto, essas leads já estão dispostas a **conhecer sua empresa como uma solução para os problemas que encontrou**. Elas já tiveram muito contato com o conteúdo fornecido pela sua empresa: já baixaram alguns e-books, assistiram alguns webinars e, por isso, estão mais [qualificadas e educadas a respeito do seu produto ou serviço](#).

É esse o divisor de águas para os MQLs: **leads educadas** que estão em busca de empresas para resolver o problema.

Podemos identificar um MQL também por suas características. Quando trabalhamos o processo de nutrição de leads, é possível perceber se ela se encaixa no perfil de possíveis clientes. Não existe uma proporção preestabelecida para saber quantos MQLs vão se tornar SQLs e quantos dessas SQLs converterão em vendas.

Para isso, é preciso observar o comportamento das suas leads e entender como trabalhá-las junto às metas de vendas da sua empresa.

Por exemplo, ao observar o comportamento das leads percebemos que são necessários 5 MQLs para gerar um SQL, assim como são necessários 4 SQLs para gerar uma venda.

Sendo assim, se a [meta de conversão de vendas](#) da empresa é de 32 clientes fechados por mês, são necessárias 128 SQLs e 640 MQLs, gerados pelo departamento de marketing para auxiliar o time de vendas.

O segredo para gerar MQLs qualificados é fazer o **processo de nutrição** da melhor forma possível. Para que isso aconteça, é fundamental que a sua equipe de marketing consiga levar o conteúdo certo para a persona certa no momento certo!

Para isso, indicamos o uso de [ferramentas de automação de marketing](#) – elas são fundamentais para otimização do processo e do tempo de trabalho da sua equipe.

O que é SQL?

SQL (Sales Qualified Leads) são as **leads** que estão realmente inclinadas para efetuar uma compra com a sua empresa. Nesse estágio, é possível encontrar as **melhores opções em conversão de vendas** e deixar que o seu time de vendas trabalhe em cima desses usuários.

Nesse momento, os [critérios de qualificação](#) são mais específicos: a lead já sabe que sua empresa possui uma solução

para o problema e está considerando as opções.

Trata-se de uma lead educada que entrará em contato com seus consultores.

O departamento de marketing é que vai decidir qual MQL é qualificado o suficiente para ser um SQL. Após receber uma lista de SQLs, o time de vendas entrará em contato com a lead e trabalhará na conversão de vendas.

De modo geral, trata-se de um trabalho de [construção de relacionamento](#) com as suas leads. O processo de nutrição de vendas é fundamental e precisa ser feito com atenção e cuidado.

O time de marketing precisa, além disso, analisar estrategicamente cada lead para encontrar opções qualificadas para fechar contrato.

A sua equipe de marketing já cuida disso? Você tem alguma sugestão ou dúvida sobre o assunto? Escreva para nós através dos comentários!