



# Como a Transformação Digital influencia o processo de vendas?

Basta fazer uma busca rápida sobre qualquer coisa na internet para perceber que estamos passando por uma verdadeira transformação. Se antes a presença digital servia apenas para propósitos institucionais, ela hoje tem uma responsabilidade muito maior: rentabilidade.

Dados divulgados no final do ano passado pela Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento ([UNCTAD](#)) revelaram que o Brasil ocupa o quarto lugar no ranking de países com o maior número de usuários de internet no mundo. As três primeiras posições ficam com Estados Unidos, Índia e China, respectivamente.

Obviamente, quanto mais pessoas acessam a web, maior é a procura por serviços online. Sabe-se que o brasileiro passa uma média de 9 horas por dia conectado à internet. Imagine a quantidade de sites de notícias, lojas, redes sociais e buscadores que são acessados durante esse tempo.

Sejam prestadores de serviços ou fornecedores de algum tipo de produto, todos os empreendedores estão atrás da lucratividade. Com base em todas essas informações, é certo dizer que a [transformação digital](#) é uma grande influenciadora no processo de vendas.

## Como a TD influencia a lucratividade empresarial?

No processo de vendas, o atendimento ao cliente é fator decisivo na preferência pela marca e na lealdade do consumidor em 96% dos casos, segundo o relatório anual da [Microsoft State of Global Customer Service](#) de 2017.

A transformação digital é um fator que vem mudando constantemente a nossa maneira de lidar com os clientes e fechar negócio. Em meio a mudanças tecnológicas tão rápidas e significativas, a empresa que não planejar de olho no futuro certamente aumenta suas chances de fechar as portas.

Um exemplo de negócio que deu certo por muito tempo e foi extinto após essa nova revolução industrial é o das locadoras de vídeo. As novas preferências de consumo, atreladas às facilidades oferecidas pela tecnologia, fizeram com que os canais de streaming rapidamente substituíssem a necessidade das pessoas saírem de casa para alugar ou retornar um DVD.

Assistir filmes, seriados e documentários através de plataformas on-demand, além de muito mais barato, é mais prático e não impõe limites de tempo e/ou espaço. Você pode assistir a todas as temporadas de Game of Thrones no final de

semana ou, se preferir, pode levar o ano inteiro. Não importa, uma vez que já não é preciso correr para não pagar multa por atraso na locadora.

Veja o case da HBO, que precisou mudar o seu modelo de negócios para se adequar às novas formas de consumo e não correr o risco de desaparecer. Adaptou-se ao mundo online e atualmente oferece a [HBO Go](#), plataforma própria de distribuição de filmes e seriados via streaming.

Outras empresas que pensaram à frente e adotaram a transformação digital como forma de aumentar as vendas incluem a Amazon, o [Magazine Luiza](#) e a Domino's Pizza.

## Qual é a expectativa do consumidor em relação a uma boa experiência?



O smartphone tornou-se o principal meio de acesso à internet no país. Portanto, sites adaptados ao ambiente mobile têm mais chances de proporcionar uma experiência agradável aos consumidores.

Os internautas estão mais espertos, têm mais opções disponíveis e percebem que as empresas lutam para chamar a atenção deles. Com isso, o nível de satisfação também mudou, tornando-os mais exigentes.

Uma empresa com forte presença digital também faz bom uso das redes sociais e conversa com seu público-alvo através de vídeos, áudios e imagens produzidos sob medida. Não existe mais material genérico, que se adapte a todos os públicos. Cada público é um e deve ser tratado como tal. Seu cliente importa. Faça-o perceber isso.

Em suma, o [novo consumidor](#) quer mais do que simplesmente uma presença online. Ele busca atendimento personalizado,

informações relevantes e a sensação de que fez a escolha certa, diante de tantas possibilidades.

## Quais são as mudanças mais urgentes para abraçar a TD em vendas?

A [Vengreso](#), uma empresa internacional focada em vendas online, elencou alguns dos principais desafios dos times de vendas atualmente. Aquelas medidas mais urgentes, que evitam que bons negócios sejam fechados pela web.

Dentre eles, estão:

- A **falta de comunicação** entre os times de [marketing e vendas](#), que não buscam um alinhamento para atrair consumidores digitais e aumentar os lucros.
- A **não aceitação da transformação digital** por parte dos representantes comerciais, que ainda veem a tecnologia e as redes sociais como sendo “para os jovens”.
- A **falta de implementação de um ambiente virtual propício** para os negócios, que inclui compartilhamento de conteúdo, branding digital, a utilização eficaz das redes sociais, referências de qualidade e atendimento ao cliente adaptado para a web.

Vale lembrar que estamos atravessando uma era que é toda dos consumidores. São eles quem ditam as regras e, onde forem, também irão todos aqueles que dependem deles para sobreviver no mercado. Portanto, é preciso compreender que uma venda de sucesso em plena época de transformação digital deve estar exatamente onde o cliente está.

## Ferramentas que auxiliam o processo

# de vendas na era digital



A tecnologia, por si só, já é uma ferramenta. Basta saber como tirar o melhor proveito dela para atingir o seu objetivo: **vender**.

Como dissemos, o processo de vendas na era digital está mais complicado. A concorrência é maior, a internet deu voz a todos e os consumidores têm mais chances de comparar antes de decidir. Por outro lado, é possível usar essa disponibilidade a seu favor.

Quer saber como?

## Faça análise de dados

Tudo o que o seu público-alvo faz online pode ser registrado. Onde ele clica, quanto tempo permanece em uma página, quais palavras utiliza nos buscadores etc. Há aí uma oportunidade incrível de conhecer melhor o cliente e saber como agradá-lo.

## Adote o marketing de conteúdo

Uma forte presença online implica em oferecer conteúdo de qualidade, interessante e inovador. E-books, webinars, podcasts, blog posts, vídeos exclusivos, infográficos – vale tudo para chamar a atenção do seu consumidor. De quebra, um trabalho bem feito de SEO ajudará a sua marca com o posicionamento nos buscadores e na captação de novos leads.

## Aposte nas redes sociais

As mídias sociais estão presentes no dia a dia da maioria das pessoas, de uma forma ou de outra. Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, WhatsApp e YouTube são algumas das mais utilizadas no Brasil e no mundo. Um estudo da [We Are Social](#)

sobre o panorama geral do mundo digital revelou que, em 2017, as redes sociais receberam 19 milhões de novo usuários brasileiros.

Mais dados sobre as redes sociais:

- 22% da população mundial está no [Facebook](#);
- O [LinkedIn](#) conta com mais de 450 milhões de perfis cadastrados;
- Cerca de [80% de todo o acesso em mídias sociais](#) acontece através dos celulares;
- [1/3 da população mundial](#) está nas redes sociais.

Ufa! Ainda tem dúvidas sobre onde estão os seus potenciais clientes?

Uma forte presença digital tornou-se indispensável para o futuro de empresas de qualquer ramo – ou, pelo menos, para aqueles negócios que querem vender o seu peixe. Ou seja, todos!

Para saber mais sobre a verdadeira transformação digital em vendas, [clique aqui](#).

Este artigo foi escrito por **Tiago Magnus**, Fundador do [Transformação Digital](#)