

Vendedor digital

O NOVO PROFISSIONAL DE VENDAS

Como o termo já indica, o vendedor digital é uma pessoa ou uma marca que realiza vendas em ambiente on-line.

Esse vendedor utiliza não apenas redes sociais para realizar essas vendas, mas, todos os recursos digitais atualmente disponíveis. Para exercer a função de vender digitalmente, é preciso manter uma presença on-line constante.

As vendas podem ser realizadas nas redes sociais ou em ambientes distintos da web, como fóruns, grupos de discussão, comunidades on-line ou salas de interação, como o Slack ou o Telegram.

O atendimento de qualidade é uma das competências essenciais de um vendedor digital. É esse atendimento qualificado que promove uma experiência construtiva junto ao seu público, conquistando a confiança de sua audiência e a fidelidade.

Na era digital, no atual mundo on-line, a missão de se conectar com seu público pode se tornar um grande desafio.

E VOCÊ SABE QUAIS SÃO AS BOAS PRÁTICAS DE UM VENDEDOR DIGITAL?

Para começar a criar conteúdo ou divulgar um produto ou serviço, sem dúvidas, é imprescindível que você conheça o seu público, pois saber com quem seu negócio dialoga torna-se o início de qualquer estratégia.

Criação de uma “persona”, um personagem que representará o seu público. Você deve atribuir características a esse personagem: gênero, interesses, idade, nível de escolaridade, por quais meios consome conteúdo, profissão etc.

Quando você sabe qual perfil tem interesse por seu produto, serviço ou solução, consegue direcionar o seu plano de marketing e de vendas para atrair os clientes certos.

A definição desse “personagem” é muito importante, pois, assim, toda sua equipe também saberá, com clareza, com “quem” sua marca ou seu produto está se comunicando. Com um público definido, seu planejamento e seus objetivos farão muito mais sentido.

O principal objetivo de seu negócio é vender, seja um produto ou um serviço. E existem outros métodos característicos ao ambiente on-line que, de forma direta, estão relacionados ao sucesso de suas vendas. Não faça uso dos meios digitais apenas para divulgar produtos e serviços.

Os clientes buscam informar-se sobre determinado produto ou serviço, o qual irão consumir, antes mesmo da intenção de compra. E procuram informações não somente sobre a sua solução mas, também, sobre os diferentes assuntos que alternam o sistema que engloba o seu mercado.

Conhecer a preferência de seu público pode ser interessante para você começar a entender as suas escolhas. Mas entender o “momento” de compra de sua clientela requer muito mais do que uma simples fórmula, pois é preciso analisar e testar técnicas que tragam resultado para o seu negócio.

A autoridade da marca, percebida pelo público em uma abordagem on-line bem-feita, serve como base para que sua marca tenha uma boa reputação e seja lembrada na hora da compra.

Cada público tem um comportamento diferente, por isso, sempre considere a realização de pesquisas e, depois, analise muito bem os resultados.

E O ATENDIMENTO?

Segundo pesquisas realizadas sobre o e-commerce no Brasil, em média 87% dos clientes deixam de comprar devido a um atendimento ruim. Vemos, então, que o atendimento, principalmente o digital, deve ser realizado com muita atenção, comprometimento e da maneira mais fluida possível.

Centralizar o atendimento pode ser algo considerado como uma boa prática do vendedor digital. Em alguns casos, embora existam vários vendedores dedicados a essa função, é possível direcionar esse atendimento utilizando um chatbot. Essa ferramenta poderá agilizar um pré-atendimento, primando pela qualidade.

Implementar o chatbot não significa excluir a participação humana, mas sim, incluir um instrumento que tornará as tarefas do vendedor mais otimizadas e estratégicas, somando a inteligência humana à inteligência artificial, aproveitando, assim, o melhor de cada uma delas.

PÓS-VENDA: COMO FICA ESSA ETAPA?

Quando suas vendas começarem a acontecer, após todo o processo de divulgação e vendas finalizadas — esse processo deverá ter sido bem estruturado e planejado —, existe uma outra etapa que deve ser concluída: o pós-venda.

O pós-venda não deve ser considerado apenas um atendimento que acontece “depois” de uma venda. Esse processo tem que estar focado em dar continuidade ao abastecimento de conteúdo para seus clientes. Além disso, o pós-venda objetiva manter a sua marca sempre presente, mostrando que seu negócio se importa com o cliente e sua satisfação em relação ao produto ou serviço ofertado.

Uma boa recomendação de pós-venda seria ofertar descontos, ou a participação do cliente em um clube de fidelidade, ou, ainda, um tratamento especial para essas pessoas que efetuaram compras da sua mercadoria ou utilizaram o seu serviço.

Muito bem! Agora que você já sabe o que é ser um “vendedor digital” e sabe como fazer essa venda on-line, coloque em prática todas essas dicas e venda muito!

Ainda tem dúvidas? Procure o Sebrae! Podemos te ajudar!

www.sebrae.com.br 0800 570 0800

