myPartner

Capacitar equipas para vendas inteligentes

Transformar relações em receitas através da capacitação das equipas para venderem de forma mais inteligente

Otimize o trabalho comercial através da automatização de processos e do acesso a insights valiosos que permitem conhecer melhor os clientes, interagir de forma eficiente e não desperdiçar oportunidades de negócio

"Qualquer pessoa pode ter o seu carro pintado da cor que quiser, contanto que seja preto". A frase, de Henry Ford, ganhou notoriedade ao longo dos tempos e ilustra bem aquela que foi a estratégia do empresário para a produção em massa do modelo T da marca. Nessa altura, algures no século passado, Henry Ford lançava uma enorme revolução. Na verdade, durante quase 100 anos, esta foi a ideia que definiu a base estratégica na maioria das organizações ao nível das vendas. E dizemos foi… porque, entretanto, tudo mudou.

Com os avanços tecnológicos dos últimos anos, a denominada "cultura de vender" transformou-se por completo por via da Internet e o cliente começou a assumir o comando. Está muito mais informado, exigente e autónomo. Todos os dados que precisa para efetuar as suas escolhas estão à distância de um clique e o contacto direto com a empresa passou apenas a ser necessário numa fase muito mais à frente: a decisão de compra. Até lá é ele próprio que pesquisa, pede recomendações, compara alternativas. Tudo digitalmente. A partir das redes sociais, dos motores de pesquisa, dos emails que recebe, dos websites que visita. Os produtos e serviços que não aparecem neste processo simplesmente não são considerados, e deixa de ser possível apresentar argumentos na hora certa. Quem não se adaptar a esta nova forma de fazer negócio, tem poucas probabilidades de sucesso.

Numa economia global e com a concorrência a espreitar em todos os cantos e a qualquer momento, as vendas querem-se diferentes: personalizadas em vez de massificadas, consultivas em vez de intrusivas, centradas em resolver os desafios do cliente e não em si próprias, totalmente alinhadas com o marketing, e suportadas em insights que permitam agir da forma mais assertiva possível.

Para tal, a tecnologia assume um papel fulcral. É ela que permite otimizar e acelerar o trabalho diário; automatizar tarefas; ter acesso aos dados que fundamentam ações comerciais; comunicar eficazmente e na hora certa; conhecer, segmentar e qualificar os leads; criar workflows com base nas suas ações; personalizar propostas; priorizar oportunidades; planear reuniões; gerir encomendas; monitorizar objetivos; fornecer uma experiência superior aos clientes; avaliar indicadores e fazer ajustes em tempo útil.

O Dynamics for 365 Sales da Microsoft é um claro exemplo que materializa tudo isto, suportando e centralizando numa única plataforma todas as áreas da gestão comercial e cobrindo o ciclo lead do cash.

O peso real da tecnologia nas vendas

A transformação digital a que assistimos está bem patente nos vários estudos sobre o tema. Dados de um trabalho realizado pela Accenture revelam que a tecnologia está e estará ainda mais integrada em todos os processos de vendas B2B no planeta. A pesquisa ouviu milhares de profissionais de vendas distribuídos pelos cinco continentes e traça um cenário de perspetivas e realidades bastante concretas.

Uma das notas que este é o momento-chave para avançar, a partir do qual já não haverá retorno: "Percam a oportunidade que se apresenta e não há segundas hipóteses." Na verdade, a Accenture refere que 76% dos inquiridos acredita ser "mais fácil do que nunca virar-se para outra marca sempre que os clientes estiverem de alguma forma insatisfeitos com o atual fornecedor". Talvez por isso, 85% dos executivos defendem que a personalização e a capacidade de resposta em real/near time são duas grandes tendências para promover uma maior competitividade no negócio.

Comprar é uma jornada e os comerciais precisam de ser capacitados para seguir no melhor caminho

Os compradores de hoje mudaram as regras do jogo. Querem experiências que gerem confiança. Interações e transações sem atrito. Com uma plataforma avançada, com Inteligência Artificial embutida, fica mais fácil e rápido consegui-lo. E isso traduz-se em resultados.

O Dynamics 365 for Sales está disponível para diferentes cenários, como força de vendas, call centers e equipas de suporte/atendimento. Direcionado para suportar estratégias de negócio centradas no cliente, promove a sua fidelização e a geração de novas oportunidades, e ainda fornece capacidades de gamificação que potenciam a motivação e superação.

Como é que ajuda a melhorar a performance da equipa comercial e a transformar relações em receitas? Simples. Porque permite:

1. Vender de forma mais inteligente com insights contextuais

• Melhores taxas de adjudicação com modelos de classificação avançada de oportunidades para identificar os clientes com maior probabilidade de conversão e compra.

• Aumento das taxas de resposta com introdução por intermédio de outros colegas que já enviam e-mails e colaboram com os potenciais interessados.

• Realização de interações baseadas em insights contextuais que recomendam tópicos de conversa personalizados e as melhores ações posteriores.

• Conhecimento de quando e como os clientes interagem com os respetivos e-mails para se ser mais proativo e eficiente nas comunicações.

• Monitorização das relações com os sinais de outras ferramentas como o Dynamics 365 e o Office 365 que revelam o estado e os riscos associados.

2. Criar relações através de interações genuínas e pessoais

• Através da integração com o LinkedIn Sales Navigator, unifica-se dados e processos para os comerciais poderem criar relações de confiança e gerirem-nas facilmente mesmo em grande escala. Obtém-se ainda perfis e insights, incluindo oportunidades potenciais relacionadas e formas de assegurar uma apresentação acolhedora.

• Monitorização dos contactos e visualização das relações entre eles com organogramas interativos.

• Colaboração e personalização de documentos de vendas com as ferramentas incorporadas do Office 365 que se ajustam à maneira como os comerciais trabalham.

• Conhecimento do ponto de vista do cliente e melhoria do envolvimento com as vendas combinando os seus dados com informações de inquéritos do Microsoft Forms Pro - incluídas no Dynamics 365 for Sales.

3. Dispor de mais tempo para foco naquilo que realmente interessa: vender

• Minimização das tarefas rotineiras com mensagens contextuais que, à medida que os comerciais introduzem notas, sugerem os novos registos a criar.

• Acesso a manuais de procedimentos com técnicas de sucesso repetíveis e materiais de referência contextuais.

• Menos tempo gasto na procura de conteúdos com a ajuda de recursos modernos de capacitação das vendas que recomendam de forma inteligente o material mais relevante e a formação relacionada aos comerciais.

4. Aumentar a produtividade das vendas com ferramentas integradas

• Melhoria da coordenação e alinhamento entre vendas e marketing com visibilidade entre equipas em campanhas e fluxos de trabalho pré-criados que entregam automaticamente leads prontos a serem contactados.

• Colaboração em negócios que abrangem diferentes funções e regiões geográficas com informações dos clientes e partilha de documentes diretamente a partir do Microsoft Teams, um hub para chat, reuniões, notas, documentos e aplicações.

• Minimização da introdução manual de dados através da digitalização e conversão de cartões de visita em novos registos no Dynamics 365.

• Simplificação do workflow com aplicações modernas para dispositivos móveis e ferramentas familiares como o Outlook, o Excel e o SharePoint, que funcionam de forma totalmente integrada com o Dynamics 365 Sales.

• Fortalecimento do canal de parceiros, proporcionando-lhes uma vista rápida das interações com oportunidades e informações relevantes.

5. Acelerar o desempenho das vendas

• Simplificação do planeamento e aumento do rigor das previsões através de projeções intuitivas geradas pelo comercial, aumentadas com previsões preditivas.

• Promoção da responsabilidade com snapshots e visualização do fluxo de negócios para rastrear e analisar alterações no pipeline.

• Apoio aos managers de vendas a potenciar o desempenho com insights do negócio, análise de relacionamentos e conversação inteligente.

• Conhecimento das necessidades emergentes dos clientes, das dinâmicas competitivas e das tendências de mercado com insights orientados por Inteligência Artificial.

• Identificação proativa dos negócios em risco, visibilidade sobre as conversações e comentários práticos através de ferramentas de coaching incorporadas.

6. Inovar com soluções flexíveis que acompanham o crescimento do negócio

• Aceleração do time-to-market, adaptando rapidamente as aplicações pré-construídas de Vendas e Inteligência Artificial com editores visuais. Automatização de workflows, análise de dados e criação fácil de soluções personalizadas com o Microsoft Power Platform.

• Apresentação dos insights à equipa de vendas com Inteligência Artificial incorporada, e respetiva personalização de acordo com o processo de vendas, sem ser necessário criar código.

• Transformação de toda a jornada de compra do cliente, unificando os seus dados de marketing, vendas e serviços.

O poder da Inteligência Artificial, no escritório e em mobilidade

Priorizar e interagir com os clientes mais valiosos faz toda a diferença. Muita produtividade e desempenho perde-se quando o foco está no sítio errado. Com os insights fornecidos pelo Dynamics 365 for Sales consegue aliar a intuição do comercial ao poder científico da Inteligência Artificial.

Com a IA a funcionar sobre os dados, deteta mudanças nas necessidades do comprador que não seriam facilmente sentidas apenas pelas capacidades humanas. Insights prescritivos em tempo real permitem às equipas de vendas agir, em vez de reagir, sobre as oportunidades e riscos. Em qualquer lugar, a qualquer momento. Um assistente móvel que está sempre a "trabalhar" nos bastidores permite estar sempre a par das atividades de vendas para otimizar o trabalho e obter sugestões proativas. Já imaginou chegar às reuniões preparado com um resumo completo que inclui dados importantes sobre a empresa e os participantes? Sem gastar horas nisso?

Depois vende em ciclos mais curtos usando um acelerador com tudo o que precisa. Identifica o próximo melhor cliente e encontra todos os tópicos que cobrem os perfis, as interações anteriores e os insights das redes sociais. Mantém-se produtivo através de listas de trabalho inteligentes e obtém ferramentas de envolvimento multicanal.

Com o Dynamics 365 for Sales também consegue transcrever e analisar automaticamente a emoção, o sentimento, o conteúdo da conversa e o estilo de fala de cada cliente. Desta forma sabe o que faz os clientes responderem positivamente e pode replicar estratégias de chamadas bem-sucedidas por toda a equipa.

Finalmente, ganha poder de antecipação usando insights derivados das menções da marca e dos concorrentes. E obtém respostas em tempo real usando as Q&A em linguagem natural com base nos dados das vendas e conversas.

Da teoria à prática

Não haverá melhor inspiração do que olhar para a realidade de quem tem já a solução no terreno. A Quinta do Lago é o primeiro caso que lhe trazemos.

Situado junto à margem da Ria Formosa, no Algarve, o resort **Quinta do Lago** oferece aos seus clientes um vasto número de serviços que, ao longo do tempo, vieram trazer novos desafios à gestão do Grupo. Era imperativo centralizar e integrar a informação dispersa nas várias unidades e tornar o relacionamento com os clientes e potenciais clientes mais eficiente. Para tal foi selecionada a tecnologia da Microsoft e a myPartner como parceiro de implementação.

O Dynamics 365 for Sales suporta hoje as áreas de Real Estate, Guest Services, The Magnolia Hotel e Golfe, tornando possível aceder facilmente a insights preciosos para as ações comerciais e de atendimento, agilizar processos e abrir portas a novas oportunidades de negócio.

Antes da implementação, o Grupo recebia vários pedidos de leads que não eram devidamente aproveitados, algo que se alterou totalmente. Na sequência da conclusão do projeto, passaram a ser todos eles registados no CRM, tratadas as fichas dos clientes e dado o devido acompanhamento.

Sónia Moreira, responsável de CRM do Grupo Quinta do Lago explica que **«todas as pessoas que trabalham no CRM têm o conhecimento daquilo que o cliente faz, qual o seu perfil, quais as suas necessidades e os seus gostos e, desta forma, conseguem promover práticas adaptadas e desenvolver ações específicas para aquele cliente, apresentando um melhor serviço e assegurando um maior retorno».**

Já Miguel Sousa, CFO do Grupo Quinta do Lago refere que «a escolha da myPartner foi muito natural pelos elevados conhecimentos ao nível do Dynamics 365».

Com 645 hectares de dimensão, 640 trabalhadores e responsável por 26 marcas, o Grupo Quinta do Lago representa, por si só, um exemplo de sucesso. O mesmo sucesso que teve também esta parceria com a myPartner e que promete desenvolvimentos no futuro.

A meio do Oceano Atlântico deparamo-nos com outro excelente caso de utilização do Dynamics 365: na **Finançor** este é, hoje em dia, um aliado de gestão indispensável.

Assumindo-se como o maior grupo agro-alimentar dos Açores, no mercado há mais de 60 anos, a Finançor dedica-se à produção de rações, moagem de cereais, produção de bolachas, carne de frango, porco e novilho e respetivo processamento e transformação em produtos derivados. Com atividades tão diversas e com necessidades tão específicas, o Grupo procurou integrar os seus vários serviços numa única ferramenta, digitalizando processos e uniformizando as metodologias de gestão.

A myPartner recomendou a solução Dynamics 365 como a mais adequada, depois de conhecer de perto a realidade da Finançor através de uma equipa própria que acompanhou o dia-a-dia de vários técnicos e veterinários e todas as suas rotinas.

Conseguir planear as visitas dos médicos veterinários às explorações era um dos desafios. Os técnicos no terreno, responsáveis pela gestão de um total de 800 explorações de bovinos, aves e suínos, têm agora acesso a informação rigorosa e em tempo real, para um serviço de excelência ao cliente.

Também a deslocação dos técnicos às padarias e supermercados se tornou muito mais eficaz, a par da centralização da informação em termos de indicadores de clientes, das explorações e de atos laboratoriais.

O projeto promoveu igualmente o fim das fichas técnicas em papel e a uniformização das metodologias de gestão e de introdução de dados.

Um passo adicional que foi dado, embora não programado inicialmente, passou por assegurar a gestão das não conformidades e das reclamações no CRM.

José Romão Braz, Vice-Presidente do Grupo Finançor explicou que **«passou a existir uma visão geral sobre o que se passa com os clientes, sobre tendências e comportamentos, garantindo uma melhor tomada de decisão»**. Contas feitas, **«a organização de informação é o melhor benefício que se retira já que os dados estão ali quando precisamos deles»**.

Os resultados tornaram-se visíveis nos índices de qualidade: da produção, da informação recolhida e dos processos internos. O Dynamics 365 permitiu a mobilidade das bases de dados e os processos passaram a ser totalmente online e acessíveis a todos.

Próximos passos

A sua empresa também pode aproveitar ao máximo todas as potencialidades de uma plataforma como o Dynamics 365 for Sales para otimizar processos e aceder aos insights que ajudam a fechar mais negócios – transformando relações em receitas em qualquer altura, em qualquer lugar, a partir de qualquer canal.

A myPartner é um parceiro de referência da Microsoft para esta área, e tem as competências e a experiência necessárias para apoiar a sua organização desde o diagnóstico à situação atual até à consultoria, implementação, integração e suporte. Sempre numa relação de forte compromisso, proximidade e disponibilidade.

Para garantir que a sua organização usufrui, do poder da tecnologia para crescer de forma mais rentável e produtiva, partilhe connosco a sua realidade específica e confie no nosso know-how na área das vendas.

Agende uma conversa e/ou uma demonstração através do email mymarketing@mypartner.pt

myPartner
Consultoria Informática, S.A.

geral@mypartner.pt
www.mypartner.pt

Porto

Tv. Helena Vieira da Silva,
N.º 259 – 1.6
4450-573 Leça da Palmeira

Tel.: +351 22 998 23 10

Lisboa

Edifício Infante
Av. D. João II Nº35, 13º D
1990-083 Lisboa

Tel.: +351 21 423 98 00

Cofinanciado por:
COMPETE 2020
PORTUGAL 2020
UNIÃO EUROPEIA
Fundo de Coesão