



Abordagem



Para que o processo de abordagem seja feito, além de garantirmos a qualidade da informação para que no envio das mensagens os dados estejam corretos e a empresa aborde as empresas que sejam potenciais clientes (DE VERDADE!!!) precisamos nos preocupar em:

Automatizar de forma personalizada.

Para isso, é fundamental que tenha um entendimento muito claro sobre os potenciais clientes.

Qualidade > Quantidade

Diante disso, no próximo slide vamos analisar os principais pilares que precisamos pensar e como automatizá-los.

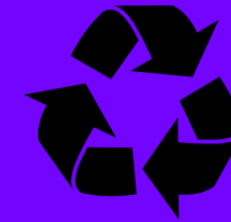
Abordagem



Engajamento
de vendas



Copy



Qualificação
das respostas



Fluxo de
Cadência



Parametrização



Análise de
dados



Assim, vamos entender ponto a ponto como trabalhar essa automação com qualidade.

Para que isso seja feito de uma maneira correta, antes de tudo, precisamos pensar em uma ferramenta muito conhecida no mercado de tecnologia que são os softwares de **Sales Engagement**.

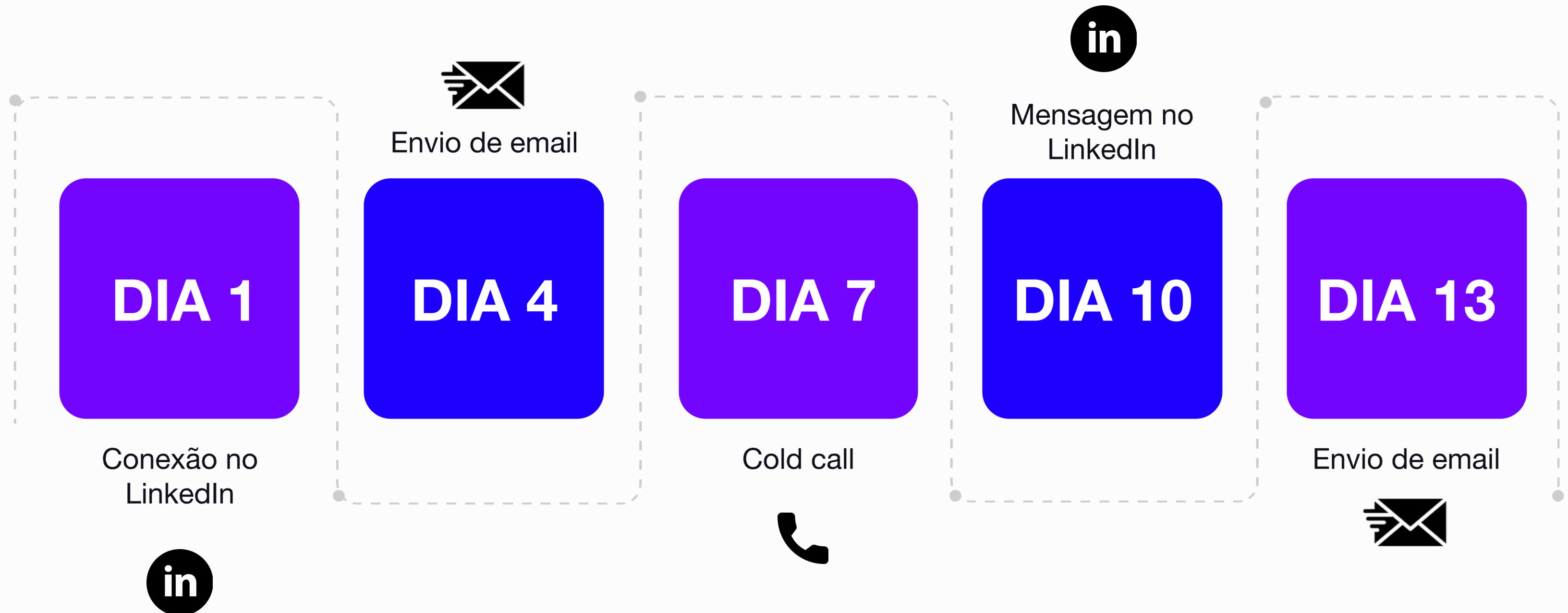
Uma plataforma de Sales Engagement precisa ter a capacidade de:

- Gerenciar e organizar as informações de contatos;
- Criar fluxos de contato que seja possível automatizar ou semi-automatizar a partir de gatilhos;
- Integrar com provedor de e-mail;
- Classificar as respostas.

Essas são as funcionalidades mínimas no momento de analisar uma plataforma como essa



Fluxo de Cadência





Uma parte fundamental dessa abordagem é a capacidade de fazer testes rápidos, seja de território (diferentes tipos de empresa) ou de copies e canais.

Existem diferentes tipos de software que possibilitam essas funcionalidade, mas é preciso entender qual se adapta melhor ao contexto da empresa.

A etapa da abordagem tem muito sucesso quando alinhada com a Inteligência Comercial dos dados.

**A fórmula perfeita é a mensagem certa, no canal certo para o perfil do cliente ideal.
Mas, isso não é uma tarefa fácil e demanda MUITO trabalho!**



No Slide a seguir, terão diferentes tipos de copies a serem criadas para cada canal específico e dados bem estruturados são fundamentais para essa etapa.

The screenshot displays an email campaign setup interface. At the top, it says "Step 1: Automatic email / Test A" and "Email sends in 30 minutes". Below this, there are tabs for "Test A" (Active) and "Test B" (Active), along with a "+ Add test" button. The main editing area is divided into two sections. The left section is for composing the email, with a "Subject" field containing "Como está a submissão do CCS na {{account.name}}?" and a "Type" dropdown set to "New thread". The body text includes placeholders like "First name" and "Company Name" and discusses regulatory changes (Resolução BCB 429) and the company's support for a transition. The right section is a "Generate preview for contact" area, showing a preview for "Francisco Bezerra Lima Filho" with the same subject and body text. At the bottom, there are various icons for editing and a status bar showing metrics like "Scheduled", "25 Delivered", "10.3% Bounce", and "3.4% Spam Blocked".



No exemplo acima, podemos ver um exemplo em que utilizamos variáveis como: {{primeiro_nome}}, {{nome_empresa}}. Essa informação é puxada diretamente dos campos que foram preenchidos de cada linha dos contatos armazenados.



A imagem abaixo é um print de tela da plataforma Apollo. Podemos observar as informações referentes ao nome, sobrenome, e-mail, empresa, cargo, entre outros.

The screenshot displays the Apollo.io interface for a contact named Victor Trindade. On the left, a sidebar shows a form to edit the contact's details, including first and last names, email (trindade@ng.cash), and a 'Save' button. Below this, there are options to 'Request phone number' and a 'Try Parallel Dialer' feature. The main area of the screen is divided into several sections: 'Company insights' showing a score of 33/100 and various filters; 'Company momentum' with tags for funding; 'Company profile' with a tag for customer engagement; and a detailed view of 'NG.CASH' with an 'Excellent' rating. This section includes an 'About' tab, a description of the company as a digital banking platform, and a table of keywords (fintech, digital wallet, prepaid cards) and other attributes like location (Sao Paulo, Brazil) and revenue (\$1.5M).

A utilização de variáveis funciona como se vocês estivesse "pedindo" para que ele trouxesse especificamente aquela informação. Então, se ao construir sua mensagem você utilizar a variável {{primeiro_nome}} o software irá trazer esse campo. Cada software tem sua configuração, então precisa entender exatamente como é utilizado em cada um.

COPY

Abordagem

1 Ter fluxo de cadência definido

Estrutura do Fluxo

Canais de Comunicação

2 Montar as copies

Email

- Email Basho;
- Break up;
- Email Personalizado;
- Email Genérico;
- Email de apresentação da empresa e produto;
- Email focando no dor do cliente;
- Email com exemplos de clientes.

Mensagem no LinkedIn

- Mensagem no LinkedIn tem que ser focada em gerar interação com a pessoa, não necessariamente marcar uma reunião;
- + informal que email;
- Copy tem que ser menor que o email;
- A conexão inicial no fluxo de cadência é fundamental para conseguir enviar as mensagens para as conexões.

Cold Call

- Script de Ligação;
- Reason to call;
- Alta conversão;
- Maior dificuldade de encontrar os telefones das pessoas;
- Cuidado com a LGPD;
- Cuidado para não ser muito invasivo;
- Foco em conseguir sair com uma reunião com o cliente.

Outras redes sociais

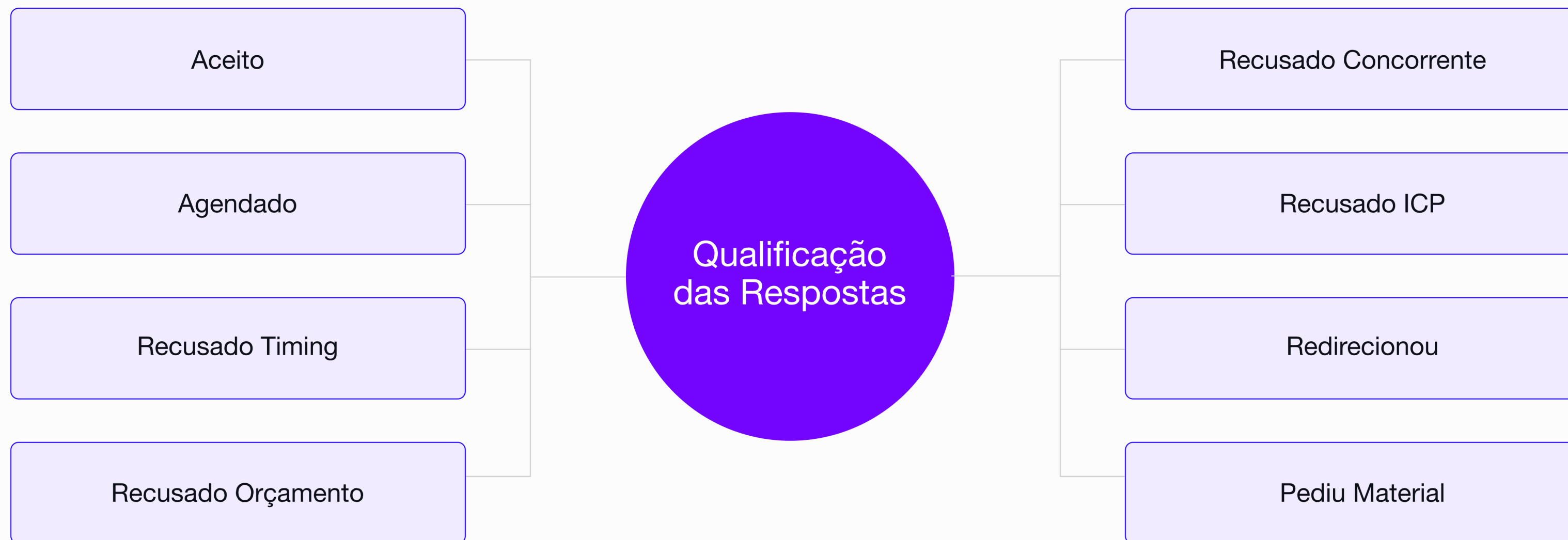
- Mensagens no whatsapp (tomar cuidado, dependendo do seu mercado);
- Dependendo do mercado, instagram faz muito sentido;
- Mensagens também são mais informais que o email.
- Muitas empresas estão começando a testar áudio no instagram e LinkedIn.





Qualificação das respostas

Abordagem





Parametrização

Abordagem

Criar padrões

O objetivo da parametrização é criar padrões de classificações dos dados de prospecção para que o time comercial tenha o máximo das informações classificadas e qualificadas.

1

Classificação dos contatos;

2

Retroalimentação do List building;

3

Fluxos de cadência mais direcionados;

4

Ajustes para o analytics.



2

Interação com os Prospects

Esteira de Prospecção e Vendas

1



A JORNADA DO
CLIENTE É CÍCLICA

3

Qualificação dos contatos

Ações a serem realizadas de acordo com o
retorno de cada prospect

4