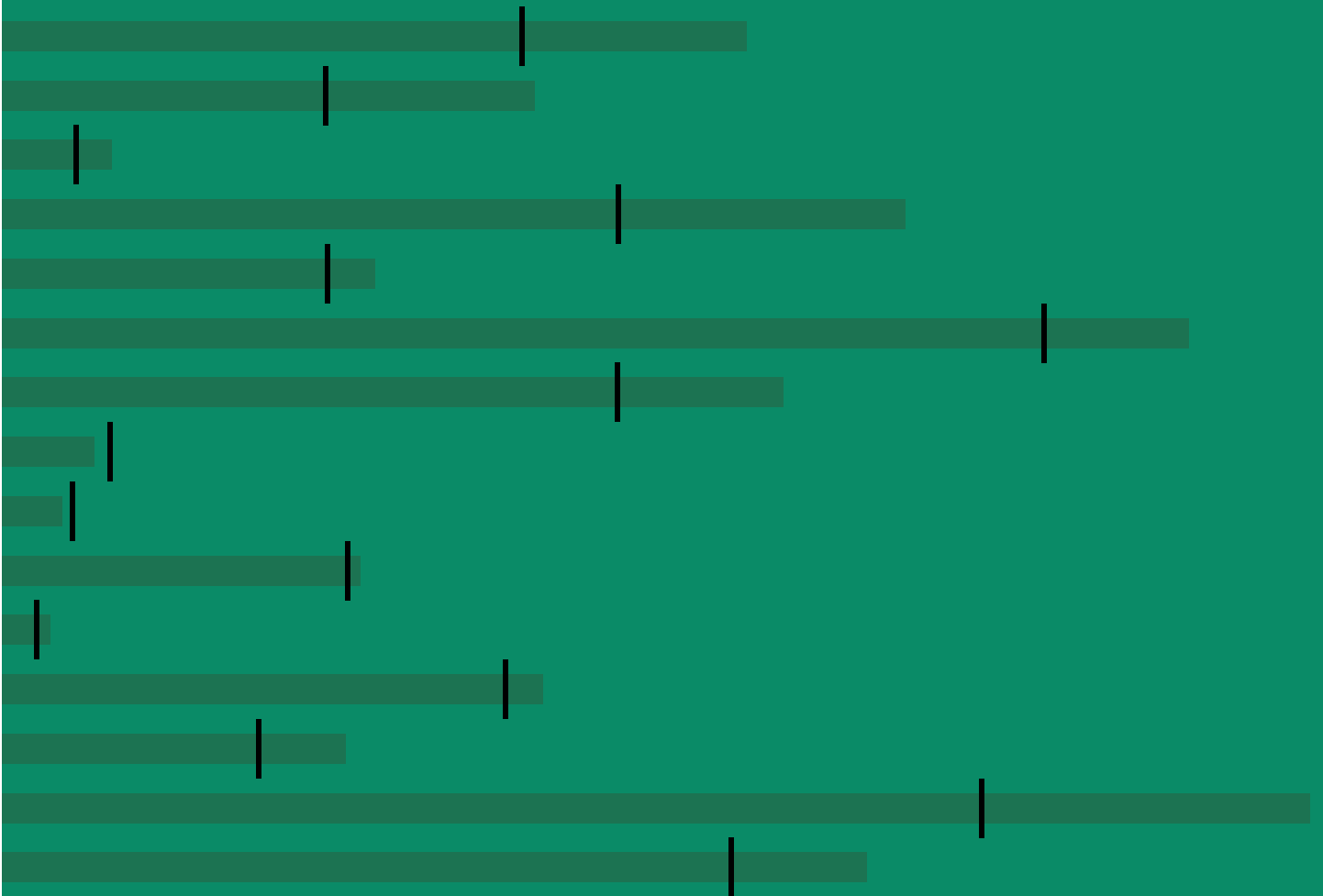




Usando os dados para inovar as operações de vendas



Você é um inovador das operações de vendas? Você tem as informações acionáveis de que precisa para tomar decisões a curto prazo e em tempo real? Você é um defensor da análise avançada e ajuda a impulsionar o sucesso da sua equipe com informações extraídas dos dados? Hoje, as equipes de operações de vendas fazem contribuições essenciais para a estratégia comercial. Afinal, fica cada vez mais claro que, para ter vantagem competitiva, é necessário colocar os dados em primeiro plano na sua empresa.

Além disso, a quantidade de dados que existe hoje é enorme: na realidade, 2,5 quintilhões de bytes de dados são criados todos os dias **segundo a IBM**. Embora a área de vendas tenha demorado mais para adotar e aplicar os dados, os astros estão se alinhando para dar início a uma revolução nos dados de vendas. Outras unidades de negócios também estão entrando na onda da análise, destacando-a tanto como uma prioridade, quanto como um investimento para pequenas e grandes empresas.

Há uma clara oportunidade e também uma necessidade comercial para que as operações de vendas usem a análise de dados para prosperar como um departamento de vendas moderno. As três práticas a seguir farão uma grande diferença e possibilitarão novas perspectivas para a área de vendas.

Sumário

Prática 1: Escolha a tecnologia de análise certa para a nova era das vendas	3
Prática 2: Evolua da análise de dados reativa para a análise de dados proativa.....	3
Prática 3: Use a análise avançada para maximizar o desempenho e o sucesso	5
Histórias de sucesso reais: marcas que chegaram ao auge das operações de vendas	5
As operações de vendas são a arma secreta para otimizar o desempenho.....	6



Prática 1: Escolha a tecnologia de análise certa para a nova era das vendas

O comportamento dos compradores está evoluindo significativamente, e as operações de vendas precisam antecipar as tendências. Talvez sua equipe esteja implementando plataformas como Square, Venmo, Workfront e Eloqua ou considerando tecnologias emergentes como o blockchain. Ao mesmo tempo, é importante manter uma parte dos sistemas antigos populares para aqueles clientes que demoram mais para adotar inovações como as transações ativadas por voz.

Além da pressão externa dos clientes, também ocorrem mudanças internas à medida que as vendas passam a ser um “esporte em equipe”. Muitos produtos não são vendidos por lobos solitários, mas sim por grupos formados por engenheiros de vendas, consultores de vendas, analistas e especialistas de setores/produtos que colaboram e identificam os produtos certos para atender às necessidades do cliente.

Na era moderna, a área de vendas é um ambiente dinâmico que exige flexibilidade e mudanças da parte de toda a equipe de vendas, mas principalmente das operações de vendas. Levando em conta todas essas mudanças e pressões, é fundamental que as operações de vendas considerem como sua equipe se adaptará às necessidades do cliente e identifiquem os investimentos tecnológicos prioritários conforme a pilha de tecnologias crescer.

À medida que você incorporar diferentes tecnologias de vendas, cada produto ou solução aumentará a complexidade dos sistemas de dados e de TI da empresa. Porém, depois de tempo e investimentos consideráveis, você talvez ainda não consiga trabalhar com todos os seus dados de forma integrada. Será o momento de perguntar: “Como essas tecnologias estão ajudando?”

Para realmente entender os dados (e os detalhes) de todos os diferentes sistemas utilizados pela área de vendas e transformá-los em informações acionáveis, é necessária uma plataforma de análise integrada e flexível. Escolha uma solução que estimule a comunicação, a transparência e a compreensão e que proporcione uma visão abrangente de todas as atividades de vendas. Uma plataforma de análise de dados empresarial escalonável pode trazer possibilidades totalmente novas. Com as informações certas e uma visão clara dos ajustes necessários, as equipes de vendas podem aumentar a precisão das previsões, definir melhores metas e gerenciar o funil de vendas com mais eficácia.

Prática 2: Evolua da análise de dados reativa para a análise de dados proativa

Ao examinar as métricas de adoção, fica claro que há uma grande oportunidade para que a maioria das equipes de vendas expanda suas iniciativas de dados e análise. A mudança não acontecerá do dia para a noite: será necessária uma mudança de cultura em todos os níveis da empresa. Quando as organizações



implementam uma solução de análise dados, os resultados são transformadores: A [McKinsey & Company descobriu](#) que as empresas que desenvolvem funções de operações de vendas de alto nível impulsionadas pela análise de dados podem alcançar aumentos pontuais de 20 a 30% na produtividade de vendas, com aumentos anuais contínuos de até 10%.

Estas são algumas recomendações para começar a reformular a cultura da equipe de vendas e aproveitar os benefícios da análise de dados na sua organização.

- **Reconsidere os perfis de talento:** Recrute e desenvolva talentos, principalmente cientistas de dados, que podem formular as perguntas certas que devem ser feitas aos dados de vendas, realizar as análises e interpretar os que os dados querem dizer.
- **Repense os processos de vendas:** Considere o ritmo dos negócios, tendo em mente os processos semanais, mensais, trimestrais e anuais, independentemente do seu país ou do grupo empresarial ao qual você pertence. Incorpore a análise de vendas nos diversos processos, como o planejamento de contas/territórios e o fluxo de trabalho de gerenciamento de oportunidades.
- **Simplifique os roteiros de TI:** Otimize a infraestrutura de TI para identificar a origem dos dados e definir uma fonte principal de registro dos dados de vendas. Nada disso é possível sem a governança adequada para manter a integridade dos dados. O [webinar “Implementando uma estrutura de governança”](#) explica os benefícios alcançados quando a empresa e a TI conseguem conciliar agilidade e controle dos dados. Além disso, o webinar apresenta considerações sobre como desenvolver um processo de governança de dados.
- **Defina com antecedência seu modelo de dados:** Adote um modelo de dados que proporcione uma visão completa dos seus clientes e que permita a microssegmentação. Ao avaliar tecnologias de business intelligence, escolha uma plataforma de análise de dados que ofereça uma visão completa dos dados.
- **Disponibilize as informações aos vendedores sob demanda:** Ofereça uma visão completa dos dados e disponibilize as informações correspondentes aos vendedores no momento em que eles mais precisam delas.

Além disso:

- **Acompanhe de perto sua equipe de vendedores** dedicando tempo para entender seu desempenho, o que eles sabem, o que funciona e o que não.
- **Integre a análise de dados ao seu sistema de CRM** com a ajuda da tecnologia para aumentar a previsibilidade e otimizar o planejamento.
- **Implante recursos de dados com um foco maior no planejamento de vendas**, e não no gerenciamento de projetos. Isso significa expandir o alcance para além dos dados básicos sobre clientes e usar a análise avançada para identificar funcionalidades de previsão que permitam alinhar os recursos adequados às oportunidades certas tendo como alvo os clientes mais propensos a comprar.



Prática 3: Use a análise avançada para maximizar o desempenho e o sucesso

Com uma plataforma de análise adequada que integre todos os seus dados, você pode se tornar um inovador das operações de vendas, um conselheiro valioso para suas equipes de vendas e, o mais importante, um colaborador estratégico para sua organização.

Então qual é o melhor lugar para aplicar a análise avançada a fim de beneficiar ao máximo sua equipe? Quando você tem a função de dar apoio aos processos de estratégia e planejamento, capacitação de vendas, gerenciamento de projetos e gestão de desempenho, a análise pode ser uma ferramenta valiosa. A primeira etapa é discutir os casos de uso prioritários com a liderança de vendas e chegar a um consenso sobre onde concentrar os esforços.

Alguns talvez prefiram usar a análise avançada para segmentar o fluxo de negócios com base nas características do cliente ou da conta. Talvez a equipe queira reavaliar e modificar o processo de recrutamento ou ajustar as avaliações de desempenho e as recompensas usando critérios determinados pelos dados. A redução de riscos também é uma das prioridades da maioria das equipes de vendas, principalmente dos líderes de vendas e representantes de contas. É possível usar a análise avançada para entender as variáveis que afetam a rotatividade de contas ou a oferta e a demanda, áreas nas quais todas as organizações podem fazer mudanças para aumentar a eficácia.

Histórias de sucesso reais: marcas que chegaram ao auge das operações de vendas

Cisco

A equipe de vendas da Cisco tinha o desafio de lidar com relatórios inconsistentes provenientes de distintas fontes de dados, bem como relatórios desatualizados em formato de planilha. Aproveitando a eficiência da análise avançada e da visualização para coletar informações de vendas dinâmicas e acionáveis do warehouse de armazenamento de dados da empresa, a equipe de operações de vendas aposentou centenas de soluções fragmentadas de geração de relatórios para adotar uma única solução empresarial flexível, ágil e segura. Isso ajuda a equipe a criar relatórios, análises de funil e avaliações comerciais trimestrais mais eficazes sob demanda que revelam melhorias que podem ser feitas.

International Game Technology PLC (IGT)

A equipe de vendas da IGT estava presa a dados de produtos antigos, o que a impedia de substituir máquinas ultrapassadas. Ela integrou a análise à sua solução de CRM (Salesforce)



para oferecer às equipes uma forma de monitorar o desempenho de jogos, consultar o status de pedidos e fazer análises de funil de vendas em campo. Assim, a equipe de vendas pode fazer o que é melhor para os clientes e para a empresa no momento certo.

Stryker Endoscopy

A **Stryker Endoscopy** tinha dificuldade para acessar, agregar e formatar os dados do seu sistema de ERP para transformá-los em informações acionáveis. Ela usou a descoberta de dados de autoatendimento para estimular as vendas corporativas e otimizar o desempenho operacional. A empresa deixou de estar constantemente no modo de “combate a incêndios”, o que impedia um planejamento estratégico/operacional integrado entre as vendas e o marketing, além de resultar na perda de milhões devido a oportunidades de receita não aproveitadas. A empresa agora tem visibilidade de longo prazo da oferta, da demanda e dos riscos associados a pedidos em atraso.

As operações de vendas são a arma secreta para otimizar o desempenho

Com informações transformadoras extraídas dos dados, você poderá assumir o papel de um “ponto de conexão” para outros parceiros da empresa, como os departamentos financeiro, de recursos humanos, de TI e de marketing. A sólida colaboração com esses grupos traz benefícios como melhor planejamento de vendas, contratações mais eficazes, desenvolvimento de recursos, gerenciamento de clientes em potencial e desenvolvimento de novos mercados, entre muitos outros.

Em vez de se desesperar para atender às solicitações de toda a equipe e dos líderes para entender o desempenho, você poderá extrair informações e recomendações dos dados. Ainda melhor, essas informações e recomendações refletirão o ritmo dos negócios em tempo real e proporcionarão uma perspectiva do futuro.

Além disso, você terá uma melhor relação custo/eficiência graças ao uso de tecnologias de previsão e inteligência artificial na análise de dados. Em termos de recrutamento, sempre um ponto problemático, aumentar a equipe não é viável. Ao aplicar as tecnologias de previsão para identificar onde implementar os recursos para garantir o máximo de impacto, menos colaboradores serão necessários, a padronização será maior e os custos serão reduzidos mesmo à medida que você crescer.

Se você estiver pronto para explorar seus dados de vendas com mais rapidez e profundidade do que nunca, acesse a [página de soluções de análise de vendas do Tableau](#), um recurso completo com tudo que você precisa saber sobre dados e vendas para atrair novas e melhores oportunidades.





Sobre a Tableau

A Tableau ajuda as pessoas a transformar dados em informações acionáveis. Explore seus dados com análises visuais sem limites. Crie painéis e faça análises sob demanda com apenas alguns cliques. Compartilhe seu trabalho com quem você quiser e gere um impacto positivo nos negócios. Desde analistas avaliando o desempenho de uma venda específica até executivos analisando o desempenho geral no pipeline e a capacidade de atingir as metas da empresa, qualquer pessoa em qualquer lugar pode usar o Tableau para ver e entender seus dados.