

MARKETING E VENDAS: ENTENDA POR QUE AS DUAS ÁREAS SÃO MAIS FORTES JUNTAS



INTRODUÇÃO	3
O PAPEL DAS ÁREAS DE MARKETING E VENDAS.....	5
A IMPORTÂNCIA DE ADOTAR O SMARKETING	7
COMO AS EQUIPES PODEM SE AJUDAR	10
DICAS PARA ALINHAR MARKETING E VENDAS	13
VANTAGENS DO ALINHAMENTO ENTRE MARKETING E VENDAS	18
CONCLUSÃO	21
SOBRE O SEBRAE PE.....	23



INTRODUÇÃO

Toda empresa precisa fazer vendas para que consiga sobreviver ao mercado. Por isso, a equipe responsável por esse setor é essencial e deve realizar um trabalho de boa qualidade para garantir o faturamento ideal do negócio.

Ao mesmo tempo, é preciso que a empresa seja conhecida, que saiba como se relacionar com o público e atrair cada vez mais clientes. É aqui que entra a equipe de marketing. Ela tem o importante papel de fortalecer a marca e fazer com que ela esteja próxima do público.

O que muitas empresas não compreendem é que **marketing e vendas não são áreas totalmente independentes**. Isso significa que elas precisam atuar juntas e de forma alinhada para garantir um crescimento previsível para o negócio.

Neste material, você vai entender qual a importância de alinhar marketing e vendas, por que as duas áreas são mais fortes juntas e o que é preciso para uni-las. Acompanhe!





O PAPEL DAS ÁREAS DE MARKETING E VENDAS

O papel da área de marketing **é estudar o mercado em que um determinado negócio está inserido e também os clientes dele**. Dessa forma, é possível elaborar e implementar estratégias que façam com que a marca seja mais relevante e atrativa para o público.

Ao estudar o mercado, o setor de marketing consegue entender quais são as tendências do momento, o que os concorrentes estão fazendo, aquilo que é esperado para o futuro, entre outros detalhes.

Já quando observa o cliente, o setor de marketing tem uma melhor compreensão sobre o comportamento dessas pessoas, aquilo que elas buscam, os problemas que precisam resolver, além das características que elas têm em comum e que traçam o perfil do cliente em potencial.

A área de vendas, por sua vez, tem a importante missão de **promover ganhos para a empresa**. Essa equipe faz as negociações com os clientes e fecha os negócios, gerando conversões que levam ao faturamento desejado.

Mas esse setor não visa apenas a lucro. Ele também tem outra missão essencial de garantir que o consumidor tenha uma boa experiência ao se relacionar com a empresa, além de garantir a satisfação das pessoas com as soluções adquiridas.

Sendo assim, enquanto o setor de marketing coloca a empresa e as suas soluções em evidência para atrair a atenção do público, o setor de vendas aproveita as oportunidades para ganhar novos clientes, gerar receita e cativar essas pessoas para que elas façam novas compras no futuro.



**A IMPORTÂNCIA
DE ADOTAR O
SMARTETING**

O termo smarketing é a junção das palavras sales (vendas) e marketing. **Ele se refere à estratégia em que esses dois setores de um negócio atuam juntos e de forma alinhada** para que a sua abordagem seja integrada e garanta melhores resultados.

Em outras palavras, nessa estratégia, marketing e vendas não trabalham de forma independente. Existe a cooperação entre os dois setores e o trabalho de um complementa ou favorece o do outro, para que juntos possam alcançar um objetivo em comum.

Para que fique mais clara a importância disso, pense que, para ter sucesso no mercado, a empresa precisa oferecer valores para os seus clientes. Uma das formas de fazer isso é proporcionar uma experiência positiva desde o primeiro contato da pessoa com a marca até o pós-venda.



Perceba que existe uma jornada completa em que precisamos pensar de uma maneira estratégica para que o cliente fique satisfeito com o atendimento recebido. Por isso é tão importante unir as áreas de marketing e vendas. **Ambas precisam adotar a mesma abordagem para que essa jornada de compras seja fluida e satisfatória para o cliente.**

O marketing gera oportunidades de venda para a empresa por meio das estratégias de atração, que permitem gerar leads qualificados para serem convertidos em clientes. Essa conversão, no entanto, acontece devido ao trabalho do setor de vendas. Então, se ambos não tiverem uma atuação alinhada, não serão geradas boas oportunidades ou elas não serão bem aproveitadas.

Além disso, essas duas equipes precisam trabalhar juntas porque o marketing sabe como fazer a marca e suas soluções serem relevantes para o consumidor, enquanto vendas conhece e domina as técnicas e abordagens que funcionam com esse público para que ele tome a decisão de compra.

Ao mesmo tempo, o setor de vendas consegue reunir dados sobre o perfil dos clientes, seus hábitos, comportamentos e preferências. **Essas informações podem ajudar a equipe de marketing a desenvolver estratégias cada vez mais eficazes**, que vão atrair as pessoas com maior potencial de conversão.



**COMO AS EQUIPES
PODEM SE AJUDAR**

A equipe de marketing pode colaborar com a de vendas para que o seu trabalho tenha uma qualidade ainda melhor e traga mais resultados. Mas essa via é de mão dupla, ou seja, o pessoal de vendas também pode colaborar de forma positiva para o trabalho do marketing.

A seguir, explicamos como esses dois processos acontecem.

DE MARKETING PARA VENDAS

Como dito, o setor de marketing é responsável por atrair público, ou seja, por gerar tráfego para o site ou para a loja virtual, por exemplo. Também **faz a segmentação dos contatos para encaminhar à equipe de vendas** as pessoas que têm potencial para fechar uma compra, gerando oportunidades reais de conversão.

Depois que a compra é finalizada, a equipe de marketing ainda pode contribuir para o trabalho de vendas ao realizar um pós-atendimento mais satisfatório. As ações são voltadas para fidelização do cliente, **de modo que ele volte a ser uma boa oportunidade para vendas**.





DE VENDAS PARA MARKETING

No sentido inverso, a equipe de vendas auxilia o marketing no processo final da jornada de compra. Também encaminha para o marketing **um perfil de público bem definido**, que ajuda a criar personas a fim de direcionar melhor as estratégias.

Além disso, apresenta para o marketing as **soluções da empresa que são as mais procuradas**, as exigências do público, algumas objeções registradas e o que provoca mais satisfação. Esse é um material importante para direcionar a mensagem das campanhas de marketing.



DICAS PARA ALINHAR MARKETING E VENDAS

Não resta dúvida de que marketing e vendas não podem trabalhar como se fossem estranhos dentro da empresa. Apesar de atuarem em frentes diferentes, esses dois setores convergem para o mesmo objetivo: **ganhar clientes e fazer vendas**.

A boa notícia é que alinhar a atuação deles não é uma missão impossível. Na verdade, com algumas práticas simples, conseguimos integrar as duas equipes e alcançar resultados cada vez melhores. Confira a seguir algumas dicas para fazer isso.



DEFINA OBJETIVOS EM COMUM

Você viu que tanto marketing quanto vendas têm as suas próprias funções muito bem definidas. Mas também explicamos que essas duas áreas na verdade trabalham em prol dos mesmos objetivos.

Os profissionais de ambas as equipes precisam estar cientes disso. **Eles devem compreender que suas atuações são interdependentes** e que o sucesso do negócio depende do bom desempenho de ambos.

Ao alinhar as duas equipes, vamos sintonizar o trabalho dos departamentos para que eles possam planejar e definir as melhores estratégias para alcançar o resultado que foi estabelecido.

Invista no desenvolvimento das suas equipes mostrando de que maneira os dois setores se influenciam para que fique clara a necessidade do alinhamento entre eles.

GARANTA UMA BOA COMUNICAÇÃO

O intuito de adotar o smarketing é criar um grande time composto por profissionais com diferentes conhecimentos e habilidades técnicas. Portanto, **precisamos incentivar o trabalho integrado**. Mas, para que ele possa fluir da maneira esperada, é fundamental que essas duas equipes estejam em constante comunicação. Então, garanta que o processo comunicativo do seu negócio funcione.

Marketing precisa saber o que acontece em vendas, o que esse time está fazendo, e vendas também precisa estar a par das ações de marketing. Ao mesmo tempo, ambas as equipes devem dialogar **para que juntas possam definir novas estratégias**.

FAÇA REUNIÕES COM AS EQUIPES

O bom processo de comunicação deve acontecer no dia a dia, mas também é importante promover momentos para troca de informações mais detalhadas. Sendo assim, as **reuniões periódicas são indispensáveis para manter os objetivos e as estratégias sempre alinhados.**

Dessa forma, é possível acompanhar o trabalho de cada uma das equipes e os resultados que foram alcançados de maneira integrada. As reuniões são essenciais para compartilhar experiências, dados, trazer novas ideias e, principalmente, manter o foco dessa grande equipe.

INCENTIVE A COOPERAÇÃO

Não é benéfico que as equipes de marketing e vendas se vejam como rivais. Como dito, elas precisam entender que todos os profissionais formam um grande time e que estão trabalhando em prol do mesmo objetivo.

Procure incentivar a cooperação entre os setores — compartilhando experiências, dividindo informações, disponibilizando dados, ou de outra forma. O importante é que colaborem entre si para aprimorar suas próprias estratégias, sempre alinhadas àquilo que o outro setor está fazendo.

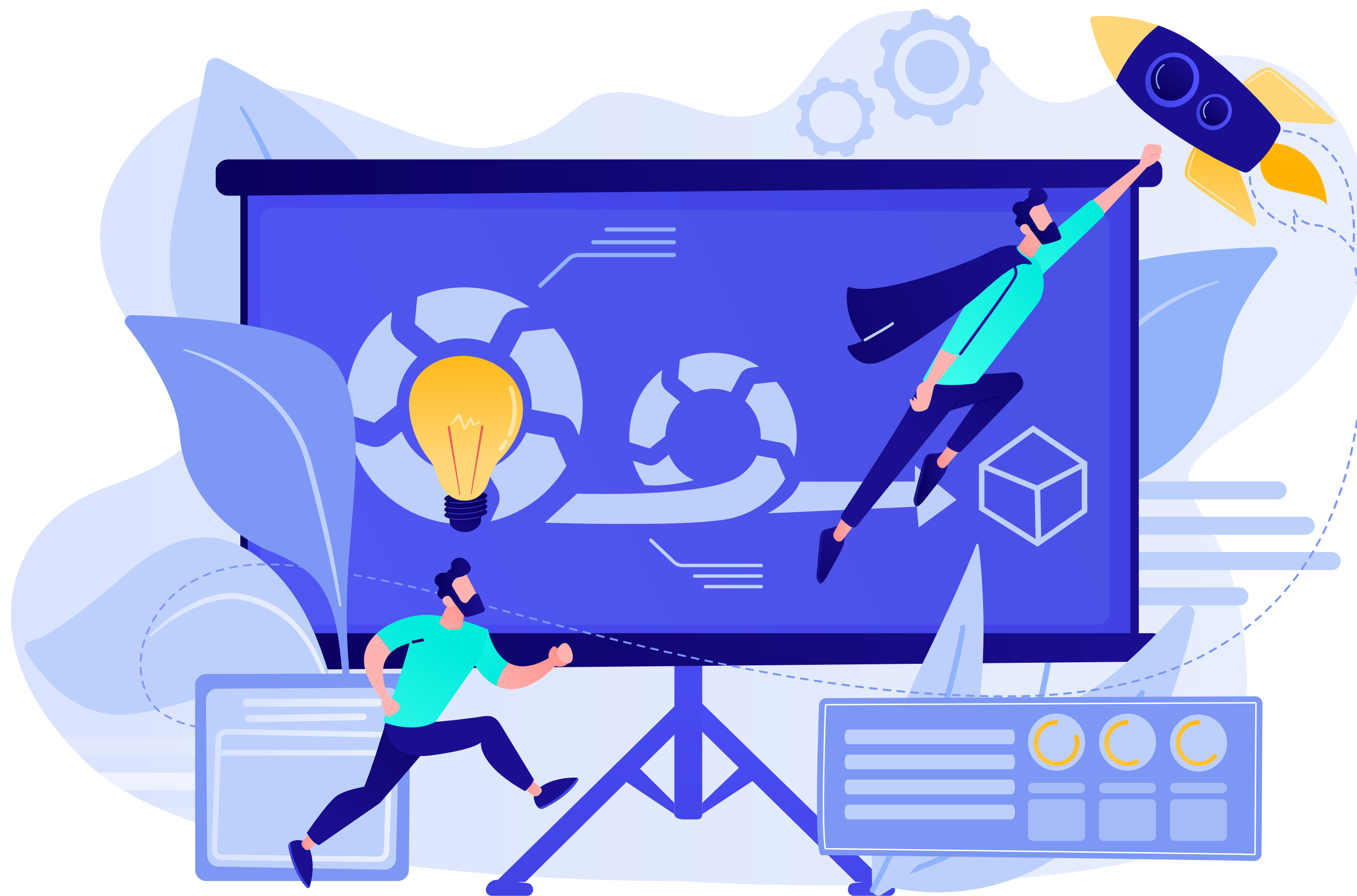


INTEGRE O SISTEMA DE TRABALHO

Em vez de cada um dos setores utilizar um sistema de trabalho, é interessante que exista a integração da empresa como um todo para que cada profissional possa ter acesso a informações e dados relevantes para as suas tarefas.

Unificar o sistema do seu negócio também favorece o alinhamento entre marketing e vendas, já que todo material que eles precisam para trabalhar está disponível no mesmo local, em fácil acesso e compartilhamento.

Além disso, você pode gerenciar o trabalho e o desempenho dessas duas equipes com mais facilidade, bem como otimizar a gestão do negócio como um todo. **Um sistema CRM permite fazer essa integração.**





VANTAGENS DO ALINHAMENTO ENTRE MARKETING E VENDAS

Você já deve ter percebido que, ao alinhar os setores de marketing e vendas, o seu negócio poderá alcançar diversos benefícios. Mesmo assim, listamos alguns deles para que você conheça as vantagens de integrar o trabalho dessas duas equipes. Confira.

ESTRATÉGIAS MAIS EFICIENTES

Como existe uma colaboração maior entre os dois setores do negócio e o compartilhamento de dados, informações e experiências, **as estratégias podem ser mais bem planejadas**. Elas ficam mais alinhadas ao perfil do público-alvo, atendem às demandas de mercado e se tornam mais eficientes, trazendo resultados cada vez melhores.

MAIOR RETORNO SOBRE INVESTIMENTOS

Como esse alinhamento favorece as estratégias e melhora os resultados, conseqüentemente você também poderá alcançar um maior retorno sobre os investimentos. É possível **reduzir o custo de aquisição de novos clientes e aumentar o número de conversões, por exemplo**.

AUMENTO DAS VENDAS

Com o processo de colaboração entre os dois setores, marketing consegue atrair leads cada vez mais qualificados. Isso faz com que o setor de vendas tenha melhores oportunidades, já que lidará com pessoas que têm o perfil adequado. Assim, é possível vender mais, **seja em função do maior volume de pedidos, seja por conta do aumento do ticket médio**.

FORTALECIMENTO DA MARCA

Como o setor de marketing terá maiores informações sobre o perfil das pessoas que fecham negócio com a empresa, ele conseguirá desenvolver estratégias mais segmentadas. Isso significa que vai conversar com as pessoas certas e utilizando a mensagem adequada, fazendo com que a marca se torne cada vez mais forte no mercado.

MELHORIA NA RELAÇÃO COM O CLIENTE

O cliente também é beneficiado nesse processo, afinal, terá suas expectativas alcançadas ao longo de toda a jornada de compra e em cada uma das etapas do funil de vendas. **Sua experiência será positiva**, e isso vai melhorar a relação dele com o seu negócio.

MAIS ENGAJAMENTO ENTRE AS EQUIPES

Para finalizar, o alinhamento entre marketing e vendas pode construir um time muito mais motivado e engajado. Isso acontece porque **as duas equipes começam a perceber o resultado do seu trabalho**, o que gera satisfação pelo alcance de metas e objetivos.





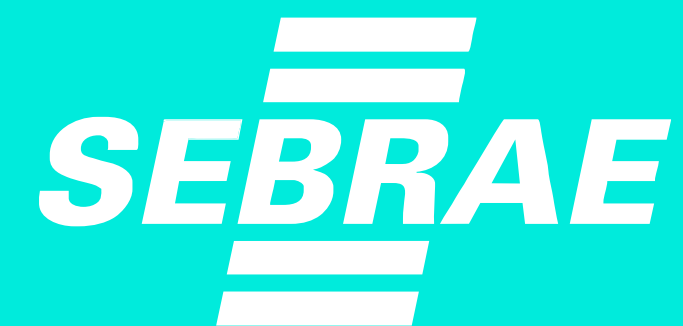
CONCLUSÃO

A sua empresa precisa das estratégias de marketing e das ações de vendas para manter contato com o público, estar presente no mercado e alcançar um bom faturamento. Mas não podemos esquecer que existe uma conexão entre tudo isso.

O visitante que acessa o blog para ler um artigo e esclarecer uma dúvida pode ser a pessoa que vai fechar uma compra. Por isso, marketing e vendas devem trabalhar de uma forma alinhada e em constante comunicação, para que cada uma dessas pessoas que chega até o seu negócio possa ser conduzida pelo funil de vendas até concretizar a compra.

A colaboração entre essas equipes é o segredo para alcançar resultados cada vez melhores e promover o crescimento previsível da sua empresa.





O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é uma entidade privada, desenvolvida com o intuito de **auxiliar os empreendedores na gestão e no crescimento dos negócios**. Nós estamos em todo o território nacional e contamos com ampla experiência de mercado.

Nossa proposta é construir oportunidades em conjunto, trabalhando com capacitações, oficinas, consultorias e diversos serviços para auxiliar empresários a alcançarem prosperidade com os empreendimentos. Atuamos nas frentes de **fortalecer o empreendedorismo e de estimular a formalização dos negócios**, com a proposta de criação de soluções construtivas e criativas junto aos empresários.