

## Social Selling

O social selling é muito diferente daquela venda forçada e intrusiva. Se você entender o uso da rede social poderá se aproveitar dos seus mecanismos para gerar mais vendas.

O social selling é usar as redes sociais para prospectar potenciais clientes, criar um relacionamento na rede social e fazer a venda a partir desse relacionamento.

Para isso acontecer, é preciso ganhar a confiança do cliente e isso pode acontecer de várias formas. A ferramenta do social selling coloca o vendedor em contato com as pessoas certas (persona) para realizar uma venda, ao mesmo tempo em que essas pessoas te reconhecem como autoridade no assunto. Assim, ao buscar uma solução o público vai querer ouvir sua solução. Isso te dá mais chance de vendas.

### Relacionamento

Para o social selling funcionar, você precisa desenvolver relacionamento com as pessoas nas redes sociais. É necessário que você curta, comente e interaja com as pessoas pra quem você deseja vender. Você não poderá iniciar uma abordagem tentando vender. Lembre-se: você está construindo um relacionamento. As redes sociais são um ambiente onde as pessoas gostam de conversar e saber como está a vida dos outros, como estão seus amigos. Então entenda esse ambiente. Você precisa se colocar como um amigo desses potenciais clientes e você precisa adquirir a confiança deles. É por isso que a relação vai além de uma interação comercial.

Somente após a construção desse relacionamento você vai verificar que a confiança ou a sensação de autoridade foi obtida e aí você pode começar a aplicar uma metodologia de vendas como o Spin Selling para tentar conseguir uma venda.

### Conteúdo

Para atrair as pessoas e adquirir autoridade, você precisa postar determinados conteúdos que sejam interessantes para o público com o qual você está lidando. Por isso, pense no que interessa para esse público e poste somente sobre este tipo de assunto para que mais pessoas que têm a mesma necessidade desse assunto se interessem.

Conforme as pessoas curtem ou comentam no seu conteúdo você cria ganchos de interação. Essas interações são uma porta de entrada para que você possa abrir uma conversa com os seus leads. Essa é a hora em que você vai para o chat privado com o lead para tentar ir mais a fundo aplicando a metodologia SPIN Selling, por exemplo, durante a conversa com o lead.

Não esqueça que esse conteúdo tem que ser redigido de uma certa maneira, trazendo principalmente call-to-actions fortes para estimular a interação dos leads.

### Perfil exato

No social selling você vai conseguir falar exatamente com quem é o seu perfil de cliente. Você pode abordar diretamente quem você quer ou analisar na sua postagem de conteúdo qual o perfil de pessoa que é atraído por esse conteúdo. Dessa maneira, há um alto nível de assertividade quanto à sua persona.

## Qualifique mais e melhor o seu lead

Aproveite todas as informações que você tem disponíveis nas redes sociais para qualificar melhor o seu lead ou enriquecer os dados que você tem dele. Construa o perfil desse lead, pois você tem todas as informações necessárias para qualificá-lo nas redes sociais e nos plugins para as redes sociais (onde você pode descobrir e-mail, telefone e outras coisas).

## Interações rápidas

O social selling permite que você contate um lead a qualquer hora do dia. Por isso, você pode definir uma cadência de interação e seguir essa cadência. Isso faz com que seu ciclo de vendas seja menor, pois você tem controle das interações. Também aumenta sua chance de conversão. Além disso, nas redes sociais você tem mais informações sobre a pessoa, talvez sobre coisas que o lead não abriria para você numa conversa. Assim você pode usar tudo isso a seu favor na hora da venda.

## CAC Baixo

Quando falamos em vendas é importante pensar no custo que você tem para atrair um lead. O interessante do social selling é que o custo é muito baixo. Afinal, te custa apenas o tempo em que você está conversando ou interagindo com os leads e o tempo de produção de conteúdo para eles.

## Reciprocidade

Uma forma bastante interessante de estabelecer a relação de confiança e um primeiro contato com o lead é utilizando o gatilho de reciprocidade. Tenha algo gratuito para oferecer ao lead e que faça uma diferença para ele. Então antes de qualquer abordagem, leve um tempo para criar um ebook, pesquisar algo interessante (um link, por exemplo) ou qualquer outra coisa que possa ser interessante para o lead. Durante a primeira abordagem você deve oferecer isso para ele.

Esse ato de “doação” gera um sentimento de reciprocidade no lead: ele vai querer retribuir aquele favor. A forma pela qual você deseja que ele retribua é te contratando.

## Aprofunde o relacionamento

Todo esse processo que foi descrito até agora cria uma janela de oportunidade: essa pessoa agora vai destinar a atenção dela pra você. Depois de certo momento na interação com o lead, você tem a oportunidade de tirar aquela pessoa da rede social para aprofundar o relacionamento. Faça uma vídeo-conferência, uma chamada normal ou até uma reunião presencial. São ótimos momentos para você colocar uma venda. Note que o que podemos chamar de “reunião” vem só ao final desse processo. Isso ajuda você a agilizar o seu ciclo de vendas, diminuir a perda de tempo e assim você consegue mais resultados.

## Torne isso pessoal

Traga questões pessoais para dentro da conversa, mostre que você é um ser humano. As pessoas se identificam com essas questões. Apenas tome cuidado para não trazer questões bizarras – foque em questões pessoais que reforçam seus argumentos e conduzem para a venda que você quer realizar, mas que ao mesmo tempo trazem mais informações sobre você. Assim a pessoa sente que está te conhecendo melhor.

### **Mantenha o relacionamento**

Se é um relacionamento, você não pode encerrá-lo assim que você terminou uma venda. Mantenha as conversas de tempos em tempos, curta e comente suas postagens. Envie informações interessantes. Assim você ainda terá oportunidade de upselling ou cross selling.