



# **Planeje-se para um futuro dinâmico com a análise de vendas avançada**

## Nosso mundo em mudança

Em questão de meses, o mundo mudou drasticamente, abalando as estruturas de empresas e comunidades. Há décadas que equipes de vendas não enfrentavam contratemplos tão graves, e “manter o mesmo rumo” não é mais uma opção. Profissionais de vendas precisam se adaptar a esse panorama dinâmico mais rápido do que nunca.



Em qualquer organização de vendas, entender o contexto global e os detalhes locais é uma grande vantagem competitiva. É preciso ter uma visão panorâmica sem perder de vista as atividades cotidianas que impulsionam os negócios. Isso nunca foi tão verdadeiro como hoje.

A recente crise econômica e sanitária acelerou a necessidade de constante adaptação das equipes de venda a condições dinâmicas, tornando o tradicional planejamento anual uma prática do passado.

KPIs de vendas, incluindo desempenho de vendas, relações de custo/receita e alcance de metas, são só algumas das muitas métricas que criarão o panorama holístico para ambientes de vendas dinâmicos.

Mas como obter essa visão ampla dos seus processos de vendas? Com uma plataforma de análise e business intelligence avançada, você pode aproveitar todos os dados em sua empresa para gerar informações acionáveis com rapidez e consistência.

## Dados são a luz na escuridão

Temos clientes de todos os tamanhos, tipos e setores, mas um tema em comum que eles nos trazem é que a transição para o mundo digital está em aceleração.

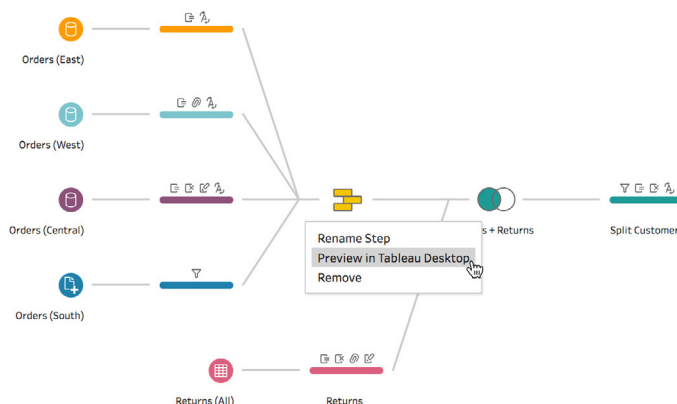
Funcionários, clientes e comunidades inteiras agora estão trabalhando e interagindo em um mundo completamente digital. De chamadas com colegas no Zoom à compra de alimentos pelo smartphone, esse mundo de experiências digitais conectadas veio para ficar. Mas acreditamos que essas experiências apresentam uma ótima oportunidade para empresas e equipes de vendas, porque toda interação digital gera muitos dados. Quando seus clientes interagem com seu site, aplicativo móvel, sistema CRM e equipe de vendas, muitos dados úteis são criados.



Somente fazendo uso total dos dados é que teremos sucesso nesse ambiente, e nunca foi tão importante se movimentar com velocidade e precisão. Deixe que os dados sejam a luz que iluminará seu caminho. As organizações que estão conseguindo aproveitar ao máximo seus dados são aquelas que têm mais sucesso na liderança neste contexto sem precedentes.

As organizações mais bem-sucedidas são aquelas que entendem como os dados embasam mudanças e fazem isso de forma escalonável. Quando todos os funcionários têm acesso a informações de dados que os ajudam a entender o papel que desempenham nos negócios, eles podem usar os dados para impulsionar decisões e gerar impacto significativo.

Simplificando, a análise que une não só dados de vendas, mas também informações de toda a organização, é fundamental. Uma plataforma de análise intuitiva como o Tableau oferece uma exibição completa das métricas necessárias para melhorar a previsão, o planejamento e a tomada de decisões em tempo real nas operações de vendas. A capacidade de integrar os dados de marketing, financeiros e de clientes é essencial para entender os cenários de vendas e gerar vantagem competitiva, mas sem desacelerar o ritmo nem diminuir o progresso.



# Como estabelecer uma estratégia de vendas mais inteligente

Como todas as outras partes de uma empresa moderna, as equipes de venda precisam utilizar os dados para responder às perguntas mais importantes:

- Como posso saber o que está de fato funcionando e o que não está adiantando?
- Como posso fazer previsões em um ambiente que está em constante mudança?
- Como posso evitar tomar decisões tarde demais e ficar à frente das forças que estão afetando meu negócio?

## Criar uma cultura de dados

Uma das primeiras etapas na criação de uma estratégia de vendas mais inteligente é o desenvolvimento de uma cultura de dados sólida. No contexto de vendas, isso significa a criação de uma missão compartilhada para capacitar, com dados, cada vendedor. Esse tipo de cultura cria equipes que colocam os dados no centro de cada decisão e promove maneiras criativas de examinar dados e implementar novas soluções. Trata-se de equipes de operações de vendas criando visualizações de dados avançadas para serem usadas por vendedores. Trata-se de vendedores pegando esses dados para personalizá-los de acordo com seus objetivos e para reagir ao que veem em campo. Trata-se da criação de um círculo virtuoso de cooperação entre as equipes de operações de vendas e os vendedores para criar, utilizar, adaptar e compartilhar dados e visualizações entre as equipes.

### Transparência de dados revela informações e oportunidades na LinkedIn

A LinkedIn é um exemplo de empresa que precisava de uma plataforma avançada e escalonável para extrair informações dos dados de vendas. A equipe de análise empresarial adotou o Tableau para centralizar petabytes de dados de clientes, com painéis que acompanham o desempenho e preveem a rotatividade, criando um ciclo de vendas mais proativo e aumentando a receita. Antes do Tableau, a LinkedIn armazenava seus dados de vendas em bancos de dados internos, Google Analytics e outras ferramentas de terceiros.

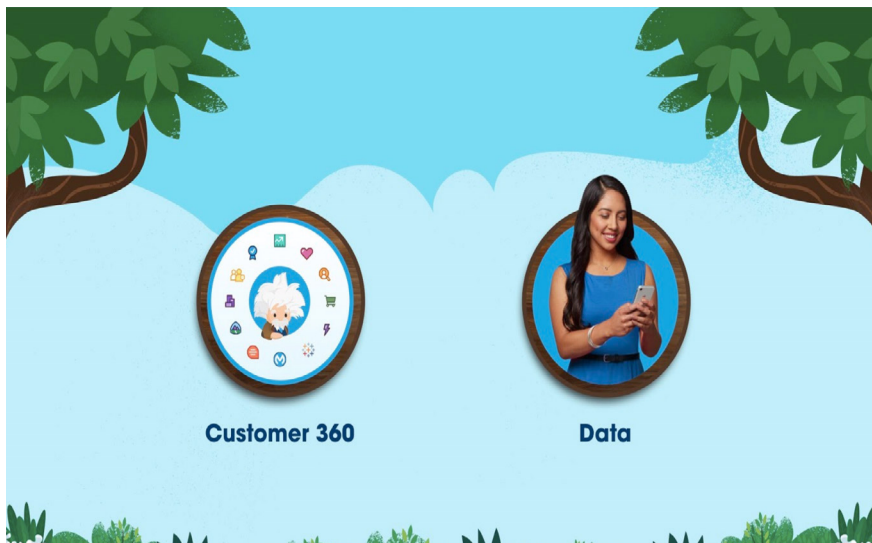
Um analista de operações de vendas atendia a solicitações diárias de vendas de mais de 500 vendedores, criando uma fila de geração de relatórios de até seis meses. Nessa dinâmica, os membros da equipe questionavam seu próprio desempenho ou se perguntavam como seria o relacionamento com os clientes.

Atualmente, 90% da equipe de vendas da LinkedIn acessa o Tableau semanalmente. Com a opção de monitorar o desempenho geral de vendas e conhecer os detalhes da experiência do cliente, é possível saber quando os clientes intensificaram o uso de algum produto, por exemplo. Assim, as equipes de vendas podem entrar em contato proativamente para discutir oportunidades ou estratégias de envolvimento com produtos, gerando aumento potencial do gasto total e evitando a perda de clientes.

## Reunir dados de toda a empresa

Uma parte importante dos dados empresariais de toda empresa são os dados que refletem como os clientes estão interagindo com as equipes que os atendem. Em muitas empresas, esses dados ficam no sistema de gestão de relacionamento com o cliente (CRM). CRMs como o Salesforce Customer 360 oferecem às equipes uma exibição compartilhada de seus clientes para que possam trabalhar juntas para criar relações duradouras e confiáveis e oferecer a experiência personalizada esperada pelos clientes.

A capacidade de ver e entender os dados dos clientes garante que as equipes possam maximizar o entendimento que têm sobre o que os clientes precisam e efetivamente planejar como oferecer excelentes experiências e crescimento ao cliente.



Mas os dados das empresas também estão em outros sistemas além do CRM: seus ativos de dados de toda a empresa, como sistemas planejamento de recursos empresariais (ERP), data warehouses corporativos (EDW) e soluções de recursos humanos. Esses sistemas contêm diversas informações corporativas valiosas.

Poder ver e entender os dados de forma que englobe tanto o CRM como os ativos de dados empresariais mais abrangentes representa a combinação mais eficaz para ajudar funcionários a realizar uma verdadeira transformação impulsionada por dados e em toda a empresa. Com uma visão clara de todos os silos de dados, é mais fácil tomar decisões mais embasadas e, se necessário, fazer as mudanças necessárias para garantir que os objetivos sejam alcançados. As equipes de vendas precisam de uma plataforma que reúna os dados e que ajude a responder perguntas complexas sobre liderança, clientes, fornecedores e membros da equipe.

## **A transparência de dados em análises de autoatendimento eleva a equipe de vendas global da Brown-Forman**

Para Tim Nall, diretor de tecnologia da informação da Brown-Forman (uma das dez maiores empresas de bebidas destiladas do mundo), a comunicação é fundamental para determinar as práticas recomendadas e vender mais produtos. Suas equipes precisam de informações sobre preços e detalhes de envio para poder gerenciar adequadamente suas SKUs.

Ao otimizar os investimentos existentes de tecnologia em análise e armazenamento de dados, as equipes da Brown-Forman estão alcançando o nível ideal de colaboração. “Pela perspectiva global, poder acessar e entender todas essas informações é fundamental. Com o que conseguimos criar usando nosso data warehouse lógico e o Tableau, toda a equipe pode colaborar e consultar os dados disponíveis”, observa Tim.

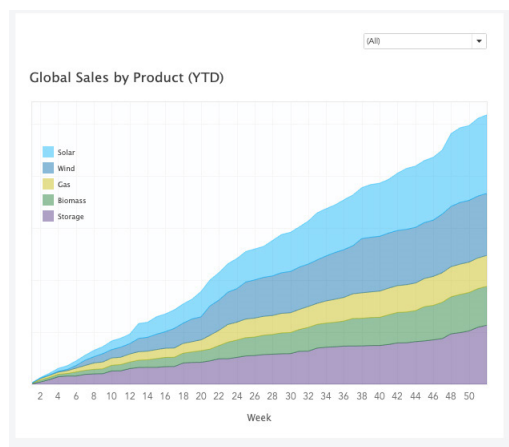
O Tableau também facilita a publicação de painéis de vendas, seja qual for a frequência de atualização ou atividade dos dados. Com o recurso de logon único, a Brown-Forman pode acessar painéis com apenas um clique por navegadores de desktops ou dispositivos móveis.

À medida que ganha experiência e entende as necessidades da sua equipe monitorando as exibições de painel no Tableau Server, como a Brown-Forman, você saberá o que funciona (ou não) e vai poder refinar os painéis visando obter ainda mais sucesso.

[Leia a história completa](#)

## Usar visualizações interativas para aprofundar o conhecimento

Painéis compartilhados em uma organização são importantes porque permitem que todos vejam os mesmos dados. Os painéis do Tableau são rápidos de criar e seu conteúdo é fácil de entender. Além disso, eles contam uma história que não deixa margem para dúvidas ou interpretações erradas da equipe de vendas.



Planilhas tradicionais nem se comparam às visualizações de dados. Planilhas exigem tempo e trabalho consideráveis para criar e manter, além de não terem as informações que você obtém das visualizações interativas. As visualizações interativas aprimoram tarefas de análise básicas, como filtrar exibições, ajustar parâmetros e fazer cálculos rápidos. Com seleções intuitivas, elas também ajudam a examinar detalhes subjacentes e a transformar dados em informações acionáveis.

Em vez de perder tempo tentando entender linhas e colunas, agora as equipes de vendas podem se concentrar em fechar negócios, resolver problemas e tomar decisões.

As organizações mais bem-sucedidas são aquelas que entendem como os dados embasam mudanças e fazem isso de forma escalonável. Quando todos os funcionários têm acesso a informações de dados que os ajudam a entender o papel que desempenham nos negócios, eles podem usar os dados para impulsionar decisões e gerar impacto significativo.

## Unidos pelos dados

Nos dias atuais, análises de autoatendimento são praticamente obrigatórias em organizações de vendas orientadas por informações. O processo da informação até a decisão deve ser ágil. Ficaram para trás os dias em que era preciso depender da TI para criar, personalizar e publicar painéis de vendas. Munidas de autoatendimento para criar seus próprios painéis, as equipes de vendas podem fazer suas próprias perguntas obter respostas a elas de forma contínua em reuniões de revisão de pipeline ou durante a elaboração da próxima estratégia.

## Escalonar informações para vendas e mais

Os dados e as informações que alavancam sua equipe de vendas não precisam permanecer em silos em seu departamento ou reuniões de liderança. Com o Tableau, você pode compartilhar essas informações de forma fácil e segura em toda a sua organização, independentemente do tamanho. Visualizações publicadas, assinaturas inteligentes, painéis que abrangem toda a empresa e fontes de dados certificadas ajudam a colocar dados selecionados nas mãos de todos que precisam deles. Em uma estrutura de governança avançada, você terá sempre a certeza de que as pessoas certas estão recebendo os dados certos na hora certa.

## MillerCoors descobre clientes em potencial com exibição de dados em tempo real

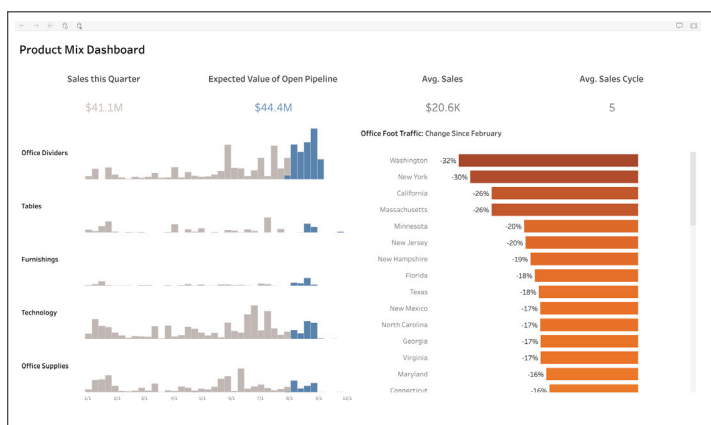
Com uma tradição de mais de 450 anos em fabricação de cerveja, a MillerCoors é uma produtora norte-americana de marcas conhecidas, como Miller, Coors e Blue Moon, além de sidras e refrigerantes artesanais. Sua equipe de vendas no varejo está em constante movimento, sempre em contato com vários bares e restaurantes. No entanto, com o hábito de gerar relatórios em Excel, os vendedores tinham dificuldade de encontrar os relatórios certos. A empresa perdeu grandes oportunidades de venda simplesmente porque não conseguia identificar os dados com eficiência.

Em cerca de três meses, a MillerCoors passou de um projeto-piloto para a implantação empresarial do Tableau em uma equipe com 300 pessoas. Com o Tableau, a equipe de vendas consegue ver claramente o panorama de clientes e agir logo que a oportunidade surge. Um vendedor da MillerCoors pode acessar um painel em minutos usando um dispositivo móvel, oferecendo uma distinta vantagem competitiva ao simplificar a comunicação com seus clientes. Sem o Tableau, era preciso extrair os dados manualmente de vários relatórios no Excel, o que muitas vezes exigia trabalhar nos fins de semana para entender melhor as informações. Agora a equipe publica painéis de vendas com metas no Tableau, gerando mais visibilidade, colaboração e concorrência amistosa entre equipes maiores da empresa.

[Leia a história completa](#)

## Impulsione qualquer caso de uso de vendas dentro e fora de seu CRM

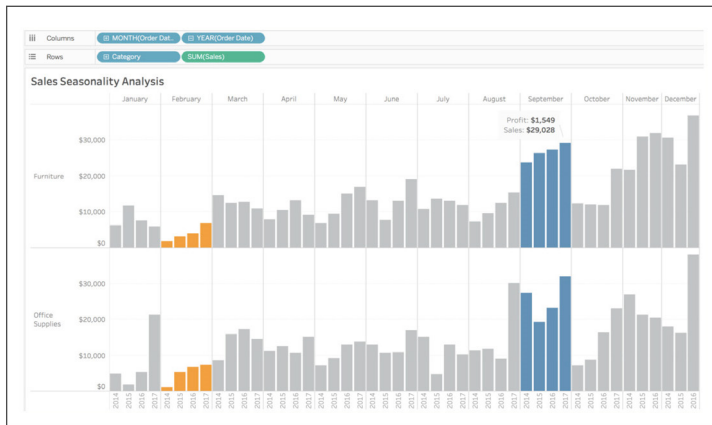
Seja dentro ou fora do CRM da Salesforce, as análises com o Salesforce podem oferecer informações de dados para expandir o fluxo de trabalho da sua equipe e ajudá-la a tomar melhores decisões impulsionadas por dados. Abaixo apresentamos algumas das ilimitadas maneiras que o conjunto completo dos produtos de análises com o Salesforce pode ajudar sua equipe de vendas a enfrentar o desafio do novo normal.



### Potencial de crescimento e novas metas:

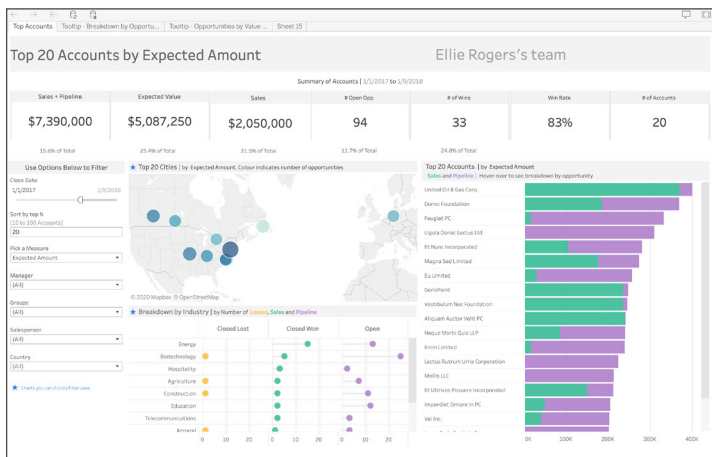
Extraia dados adicionais relacionados a vendas de produtos, como deslocamento para lojas físicas ou tempo de envio, para identificar melhor novas metas de vendas e áreas potenciais nas quais concentrar recursos de vendas.





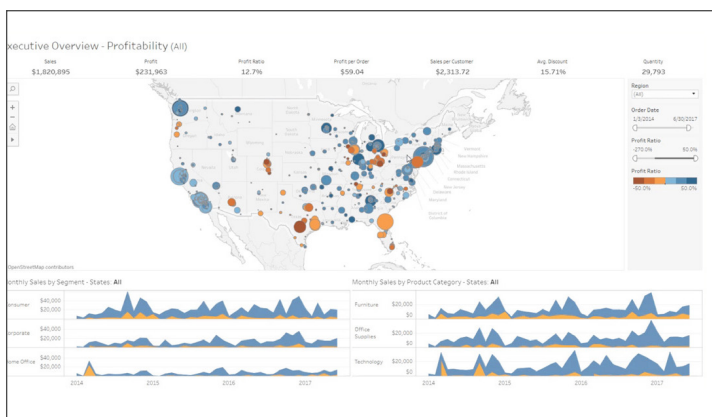
### Conduzir avaliação detalhada de riscos de pipeline:

Ao analisar tendências sazonais usando recursos visuais, você pode prever tendências futuras e se planejar adequadamente. Você também pode tomar decisões analisando dados de trimestres historicamente ruins, das quedas de movimentação nas férias e dos picos das festas de final de ano. Com os resultados do mesmo mês organizados lado a lado, é fácil ver tendências cíclicas que influenciam o aumento ou a diminuição das vendas.



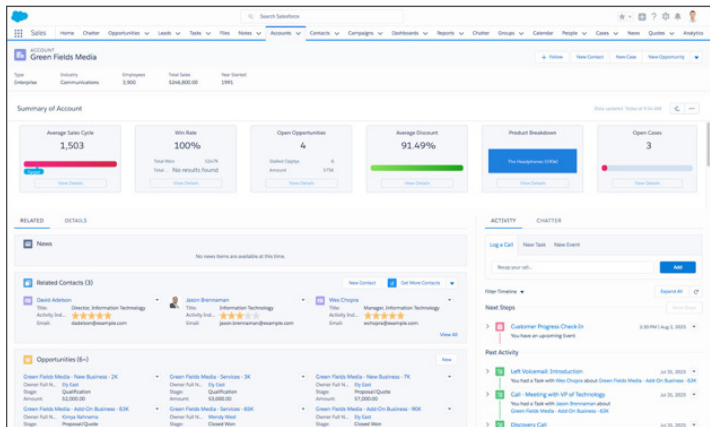
### Explorar alocação de pessoal para diferentes regiões e abordagens de vendas:

Identifique a melhor alocação de pessoal com dados de vendas históricos, dados geográficos, além de métricas adicionais como mercado acessível total.



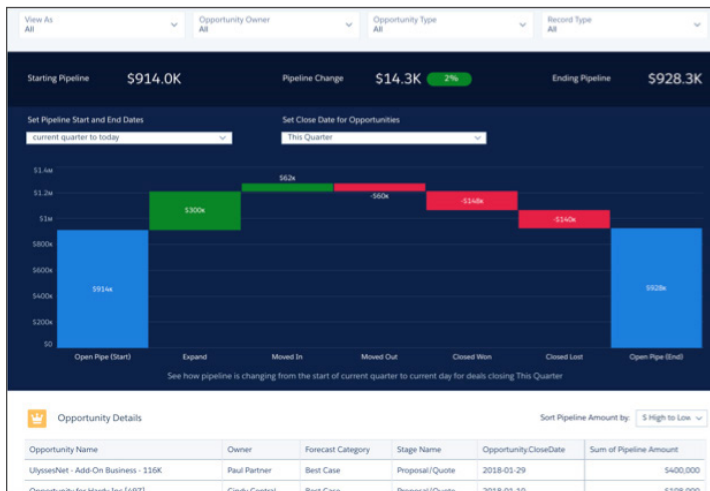
### Análise de rentabilidade:

Nem sempre vendas é sinônimo de lucro. Acompanhe a rentabilidade com painéis que mostram as vendas e o lucro por segmento, linha de produto e região, ajudando os líderes de vendas a identificar os dados rapidamente e a fazer o necessário para lidar com atividades não lucrativas.



### Descoberta de práticas recomendadas:

Descubra o que está funcionando com a análise do desempenho de vendas e alcance de metas em todas as equipes. Treine modelos de IA para levar essas descobertas a vendedores individuais para ajudá-los a fechar negócios com mais rapidez.



### O caminho até a meta:

Crie visualizações que mostrem o caminho até a meta por produto ou tipo de oportunidade. Adicione dados históricos para fornecer mais contexto e um painel de tendências futuras.

Estas são apenas algumas das inúmeras formas de usar os dados e a análise para otimizar sua operação de vendas, planejar sua estratégia, promover práticas recomendadas e formar uma equipe de vendas resiliente para o futuro.

## Monitoramento de 78 mil SKUs ajuda Oldcastle a captar melhor oportunidades de vendas

A Oldcastle é líder na fabricação de materiais e produtos para construção. Com 20 divisões e 206 instalações em toda a América do Norte, a primeira iniciativa de sucesso da Oldcastle com o Tableau foi transformar um relatório mensal de 500 páginas em um painel controlado e acessível para toda a organização.

Como a equipe de vendas da Oldcastle trabalha com um inventário de mais de 78 mil unidades de manutenção de estoque (SKUs), é essencial poder identificar perdas, monitorar margens e aproveitar oportunidades com rapidez e simplicidade. O problema era a dificuldade de distribuir uma solução entre toda a equipe de vendas. Agora a Oldcastle pode enviar dados de ERP e Salesforce para o Tableau, e a equipe de vendas consegue acessar e entender todos os dados.

De gerentes a representantes de vendas, todos na equipe podem consultar os painéis do Tableau diária e mensalmente para acompanhar suas cotas. Em uma equipe de vendas, ter acesso à informação em grandes quantidades de dados se traduz em capacitação e suporte para atender melhor os clientes.

Paul Lisborg, gerente de business intelligence, declara: “Agora o representante de vendas pode acessar um painel e ver o que vendeu no dia anterior, além de acompanhar seu próprio desempenho mensal e anual. Ele pode detalhar os pontos fortes dos clientes, os principais produtos comprados e as margens desses itens”.

[Leia a história completa](#)

## Tudo pronto para maximizar o potencial dos seus dados de vendas?

Para manter a competitividade, atender bem aos clientes e determinar o foco de suas próximas iniciativas, as organizações de vendas precisam de um fluxo constante de dados acionáveis. A Salesforce pode ajudar. Explore o conjunto completo de produtos de análises com o Salesforce em [salesforce.com/analytics](https://salesforce.com/analytics).

### Mais recursos para ajudar você a começar:

[Crie uma cultura de dados](#)

[Tableau Blueprint](#)

[Central de dados da Tableau sobre a COVID-19](#)

[Versão de avaliação gratuita do Tableau](#)

[Vídeos de treinamento gratuitos](#)

[Painéis: o que fazer e o que não fazer, um guia de práticas recomendadas para análise visual](#)