

[_agenda](#)[_cases](#)[_comunicação](#)[_entrevista](#)[_frases](#)[_industrial](#)[_marca](#)[_mídia](#)[_opinião](#)[_tendências](#)[_vale a dica](#)

Fale conosco:

blogpress@housepress.com.br

_11/12/2009 15:48:08

ROI: uma sedutora ferramenta do marketing e vendas B2B!



por Renato Romeo

Nos três posts anteriores, falamos sobre a importância de o fornecedor demonstrar o ROI em uma venda B2B e de apresentar estes resultados ao cliente. Agora, vamos finalizar nosso bate-papo sobre esta ferramenta, comentando como o ROI pode ser útil para as áreas de Vendas e Marketing.

Justifique suas ações

Em uma venda corporativa, você não lida com um único indivíduo. Dessa forma, o fornecedor deve compreender que o risco de tomar uma decisão errada é uma das preocupações mais fortes do cliente, principalmente de quem está "pilotando" o orçamento da empresa.

Portanto, **justificar o que se pretende fazer é um pré-requisito do próprio processo organizacional.** E mais, é importante ter em mente que, quanto maior for o preço daquilo que você vende, mais importante será o ROI. Ele o ajudará a:

> Reduzir descontos e outras concessões:

A probabilidade de um cliente esperar ou mesmo solicitar algum tipo de concessão é reduzida quando ele sabe, e sabe que você também sabe - quanta sapiência - o real valor daquilo que está em questão. Além disso, quem vende se sente emocionalmente mais protegido:

"Fulano, este realmente é o meu melhor preço! E note que você está tendo um retorno líquido de mais de 800% sobre o seu investimento! Impressionante, não é mesmo?"

> Fechar mais vendas:

Quando o cliente tem em mãos uma forma racional e convincente de provar que aquilo que ele deseja pode e deve ser realizado, a probabilidade de uma decisão positiva aumenta. Isso porque, com o ROI, ele se dá conta do custo de não tomar esta decisão. Além disso, como a maioria das pessoas é conservadora, uma justificativa racional serve para atenuar a sensação de risco da decisão:

"Se eu não investir estes \$170 mil, vou perder mais de \$1 milhão e quatrocentos!"

> Monitorar a satisfação dos clientes:

Mensurar o ROI também após a venda e compará-lo com o ROI potencial calculado previamente, permitirá que se monitorem os resultados alcançados e um maior controle e navegação dentro da empresa do cliente, abrindo novas possibilidades de negócio.

> Reduzir o ciclo da venda:

A área de Marketing, em conjunto com a área de Vendas, pode elaborar casos de sucesso com o ROI que outros clientes já obtiveram. **Iniciar a venda integrando na abordagem o retorno potencial a ser obtido, gera atenção e interesse, além de acelerar o ciclo da venda.**

Muitos negócios não fecham porque o cliente não sente urgência em comprar. Lembre-se de que quando um cliente não vê valor, também não vê motivo para se comprometer ou se engajar no processo de avaliação de compra.

> Captar novos clientes:

Uma empresa pode usar os casos de sucesso e o ROI alcançado por outros clientes também em propagandas e outras ações de marketing. É simplesmente matador para atrair a atenção de quem realmente decide!

Pois é, o nosso bom amigo ROI nos dá mais compreensão daquilo que vendemos, controle sobre o ciclo da venda, confiança para diminuir concessões, menor tempo de venda, mais negócios e margens maiores. Resumindo: mais lucro para a empresa!

Obviamente, usá-lo não fará você ganhar por "W.O.", mas certamente ajudará a seduzir o cliente, fazendo-o perceber seu profissionalismo e sua abordagem diferenciada!

Um grande e cordial abraço e até nosso próximo tema!

Renato Romeo

É sócio-diretor da [SaleSolution](#), empresa especializada em desenvolvimento de vendas no Brasil, administrador pela FEA-USP, especializado em Marketing pela FGV, em análise estratégica pela [Wharton School](#) e em como ensinar organizações a negociar pelo *Project On Negotiation* de Harvard. É autor do livro "Vendas B2B: como negociar e vender em mercados complexos e competitivos"

Marcador(es): [Vale a dica](#)

Leia também:

- [Calcular o ROI da venda pode parecer complicado, mas é essencial](#)
- [ROI e VALOR: Um não vive sem o outro na venda corporativa](#)
- [Hora de arregañar as mangas: vamos aos cálculos do ROI!](#)



[Leia todos os posts](#)

[_seu case](#)

Conte sua história de sucesso B2B!

Se você tem um case ou alguma outra informação interessante para os profissionais de comunicação ou marketing do segmento B2B, envie para nossa avaliação pelo e-mail blogpress@housepress.com.br. Sua mensagem poderá ser publicada aqui no BlogPress!

[blogpress! bymail](#)

Receba as últimas notícias sobre comunicação e marketing B2B

[twitter](#)

Siga o BlogPress!

[_nosso conceito](#)

No BlogPress! você encontra informações sobre a comunicação B2B, além de dicas sobre as boas práticas de marketing industrial. Publicamos regularmente cases de mercado, artigos sobre as tendências na propaganda, no marketing, na publicidade e na web, além da opinião de especialistas e profissionais do setor. Resumindo: trabalhamos para que o marketing de sua empresa seja cada vez mais eficiente na comunicação B2B!

[_nossa equipe](#)

A equipe BlogPress! é formada por jornalistas, designers gráficos, publicitários e web designers - todos profissionais da [HousePress Propaganda](#). Nossa missão é disponibilizar conteúdo qualificado aos que trabalham ou simplesmente se interessam pelo marketing desenvolvido no setor industrial e pela comunicação *business-to-business*.

[_vale a pena acessar](#)

Português

B2B Magazine

Portal que aborda temas relacionados à Tecnologia da Informação e Negócios

Blog NEI

Blog corporativo direcionado à indústria

Blog Vendas B2B

Renato Romeo ensina em seu blog como negociar e vender no mundo empresarial

CNI - Confederação Nacional da Indústria

Entidade que tem como missão defender e representar a indústria

Ibramer

Portal do Instituto Brasileiro de Inteligência de Mercado

Instituto de Marketing Industrial

Instituto que tem como objetivo fomentar a cooperação entre empresas fornecedoras e clientes

Jornal Comércio, Indústria e Serviços

Veículo especializado em publicar notícias da comércio, indústria e serviços

Mundo do Marketing

Revista eletrônica especializada em informar, discutir e promover o mercado de Marketing

Inglês

B2B International

Uma das principais consultorias especializadas na investigação do mercado business-to-business

B2B Marketing Online