
Disrupção digital e o papel da força de vendas

Novas Tecnologias, Transformação Digital e a Gestão de Vendas no Varejo

Prof. Dr. Lucas Sciencia do Prado

Professor do departamento de Marketing da FGV- EAESP



Offline

Online



A woman with long brown hair is sitting on a bed, unboxing a cardboard package. She is holding a smartphone in her left hand and a small card in her right hand. The package is open, revealing a pair of grey sneakers. The background is softly blurred, showing more boxes and a white pillow.

A digitalização da força de vendas

Online

GV

CONHECIMENTO E IMPACTO EM GESTÃO

EXECUTIVO

Publicação da Fundação Getúlio Vargas

MODELOS
ORGANIZACIONAIS
MUDAM
LENTAMENTE



+ ENTREVISTA
SOFIA ESTEVES FALA SOBRE
O FUTURO DO TRABALHO

IMPOSTO
PODE SER
INVESTIMENTO?

ESPECIAL

REDES SOCIAIS

O VENDEDOR NA ERA DIGITAL | SITES PERSONALIZADOS |
FAKE NEWS CORPORATIVAS | ESTRATÉGIA DE MARKETING |
EMPRESAS E FUNCIONÁRIOS: NOVAS FORMAS DE CONTROLE |



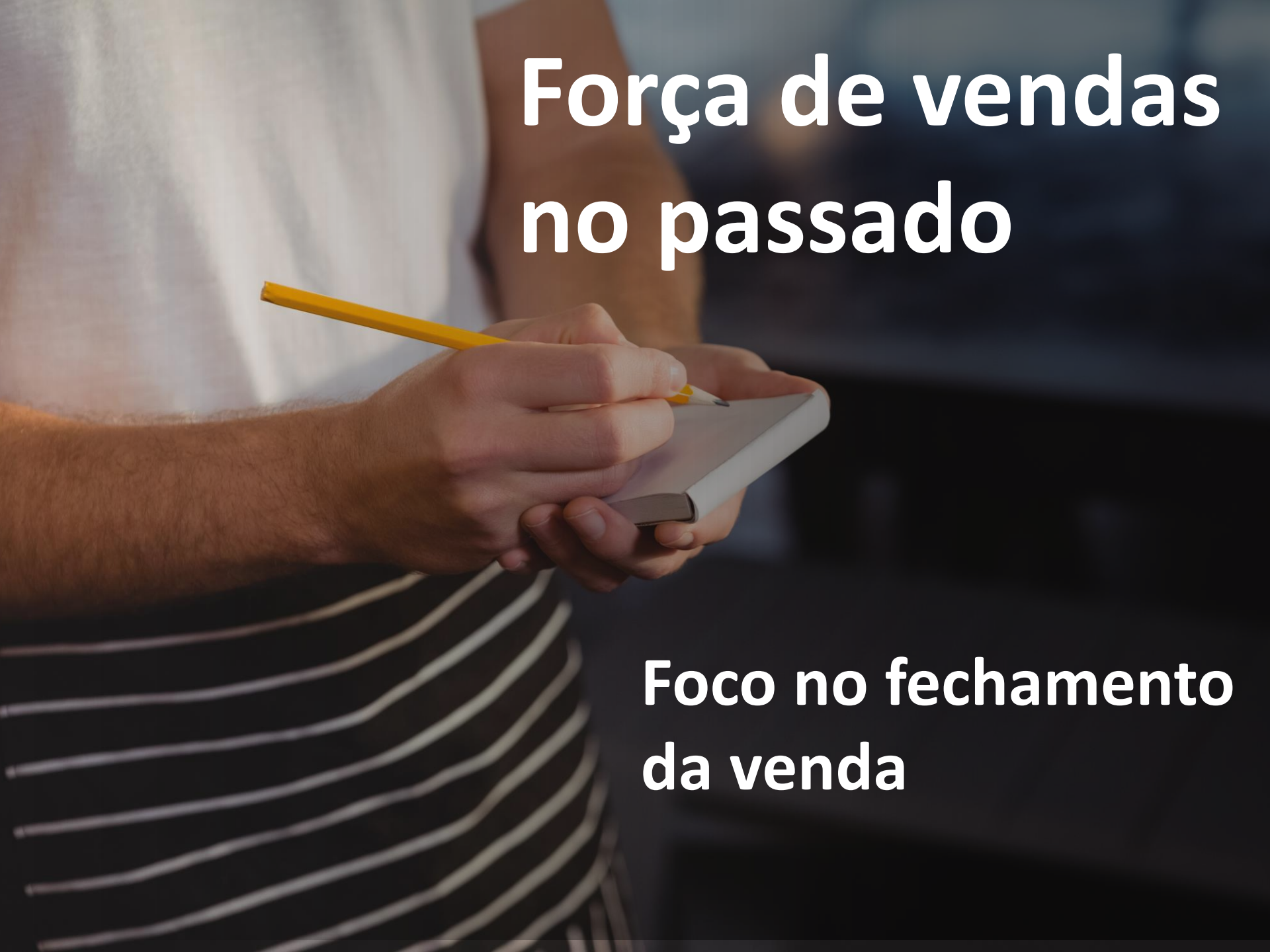
Com a **virtualização**
das forças de vendas,
as atividades de
prospectar clientes,
trabalhar valor, fechar
negócios e manter
suporte **vêm se**
transformando

Prado, L.S.; Guissoni, L.A. Kehdi, M.T. O vendedor na
disrupção digital. GV Executivo, 2018.

A wide-angle photograph of a contemporary shoe store. The store features a high ceiling with a grid of recessed lights and track lighting. Shelves on the left and back walls display various styles of shoes. In the center, there are several orange tufted ottomans and a tall, narrow display case. The floor is made of large, light-colored tiles. The overall atmosphere is clean and modern.

Offline

Os impactos na força de vendas das lojas físicas

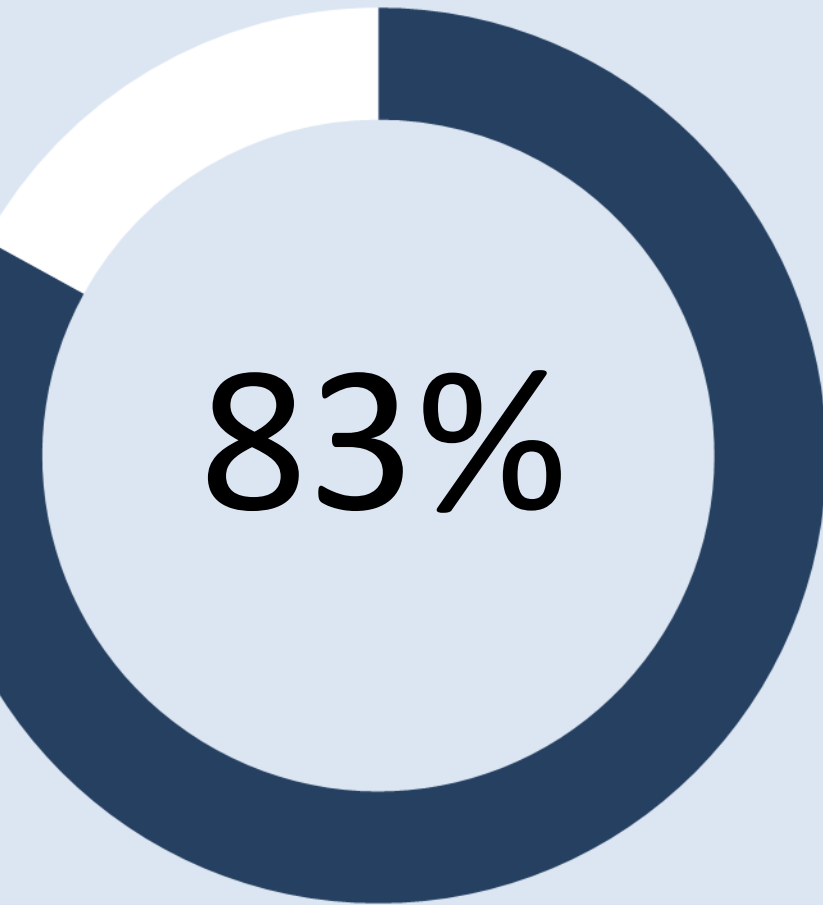
A close-up photograph of a person's hands holding a small white notepad and a yellow pencil, writing on it. The person is wearing a white t-shirt and a black and white striped skirt. The background is blurred, showing other people in a crowd.

Força de vendas no passado

Foco no fechamento da venda

**Entretanto, os consumidores estão
cada vez mais empoderados, bem
informados e exigentes**

**Suas expectativas são influenciadas
diariamente pelas boas experiências que
outras empresas lhes oferecem**



dos consumidores acreditam que a experiência que uma empresa oferece é tão importante quanto seus produtos e serviços.

Na Era do smartphone e conectividade, consumidores:

- Realizam pesquisas em suas casas sobre produtos que pretendem comprar nas lojas físicas.
- Afunilam suas opções com base nessas buscas.
- Selecionam melhor quantas e quais lojas visitar.
- (Quando na loja) Utilizam seus smartphones para novas consultas e checagem (preços, opções etc).

Quando eu compro em uma loja física, eu espero que o vendedor...

Seja um expert sobre os produtos oferecidos na loja

68%

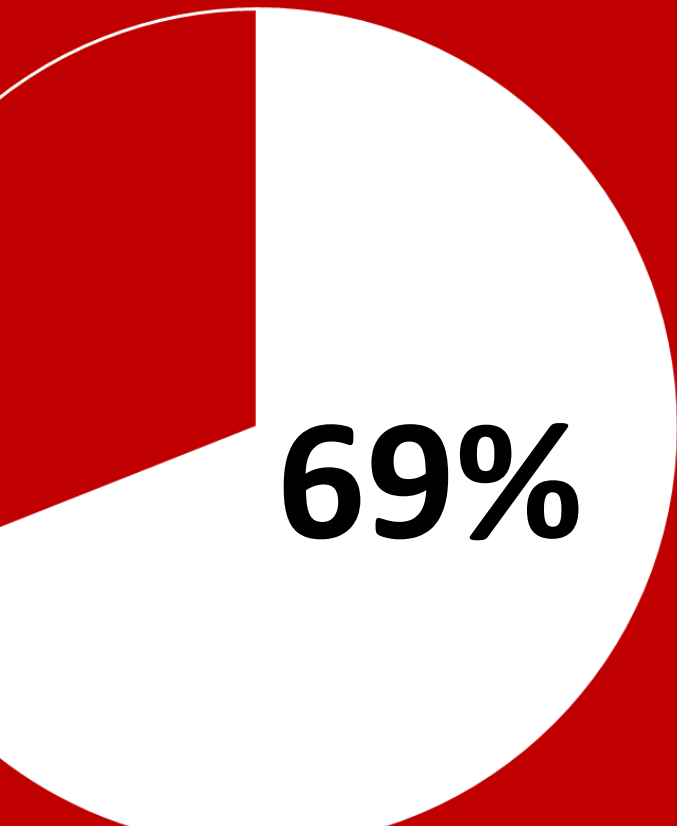
Seja um expert sobre os produtos oferecidos na loja e online

45%

Tenha conhecimento sobre minhas preferências e compras passadas

14%

Mais de 2/3 dos consumidores esperam que os vendedores estejam equipados com dispositivos móveis



- Buscar informações sobre os produtos
- Consultar estoque em lojas próximas ou na própria loja
- Fornecer informações básicas sobre os produtos (garantias, devoluções etc)

Força de vendas no presente e futuro



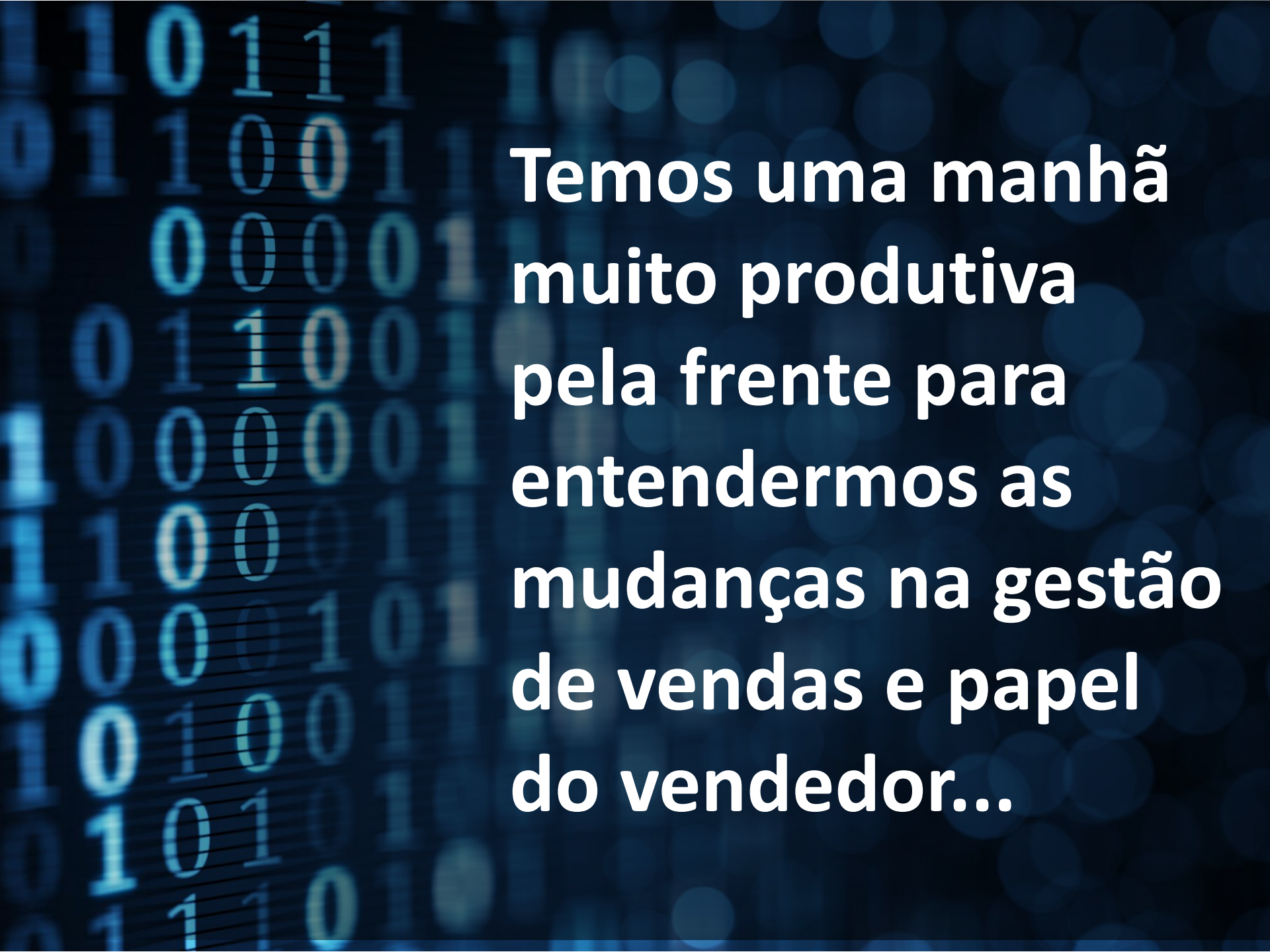
Foco na experiência do consumidor

Com a disrupção digital, **consumidores esperam** que os vendedores dos varejistas possam lhes **ajudar no processo de (conclusão) decisão**, atuando com **experts e recomendantes**



A satisfação do consumidor passa a ser uma métrica importante para avaliação do sucesso da força de vendas¹

(1) Sale Force. 3rd Edition State of Sales. 2018. O alcance das metas continua relevante para acompanhar o desempenho da equipe comercial.

The background of the slide is a dark blue gradient. On the left side, there are vertical columns of binary code (0s and 1s) in a lighter blue, semi-transparent font. On the right side, there are out-of-focus, circular bokeh lights in shades of blue and white.

**Temos uma manhã
muito produtiva
pela frente para
entendermos as
mudanças na gestão
de vendas e papel
do vendedor...**

Obrigado!

Prof. Dr. Lucas Sciencia do Prado

Lucas.Sciencia@fgv.br

LinkedIn/Lucasdoprado