



O que aprendemos com 70 milhões de atividades de prospecção

De 2016 até 2024, mais de 70 milhões de atividades de prospecção foram realizadas no Flow, o nosso software de Sales Engagement. De lá pra cá, muita coisa mudou no mundo. Será que a forma de prospectar também?

Descubra os dados mais atuais e relevantes sobre a prospecção de vendas no Brasil, para ajustar a sua operação de acordo.

Você vai descobrir:



O que mudou?



O que não mudou?



Como dimensionar a sua área de prospecção para 2025

O que mudou?

REDES SOCIAIS SÃO INEVITÁVEIS



De: Cópia online do currículo

Para: Maior rede corporativa do mundo

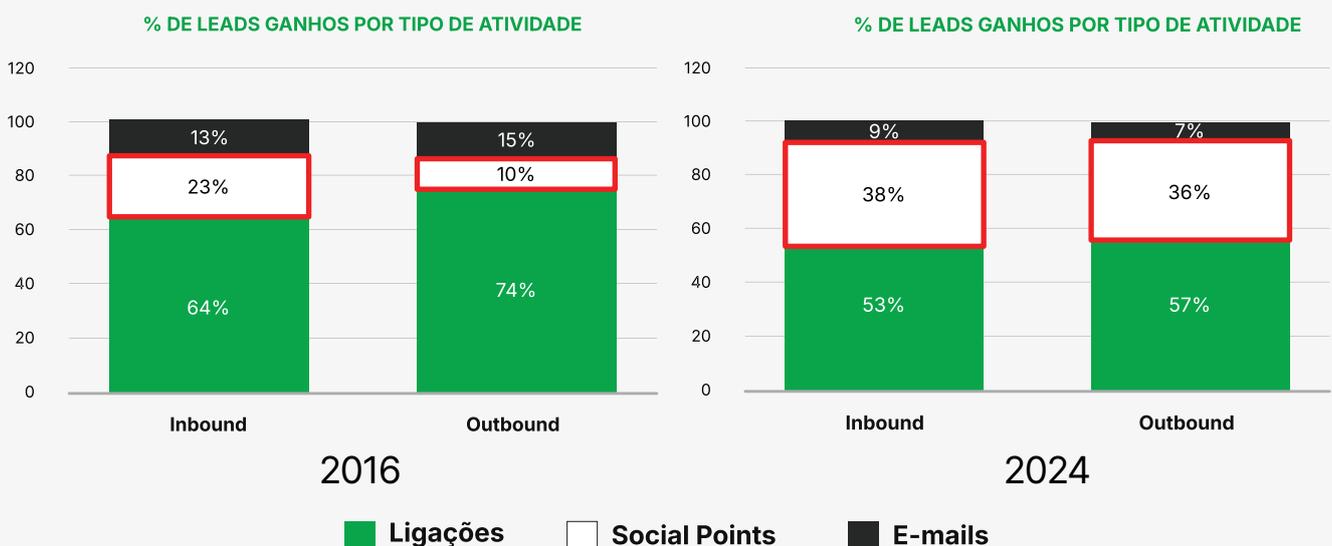


De: Grupos de família e futebol

Para: Um novo canal para gerar negócios

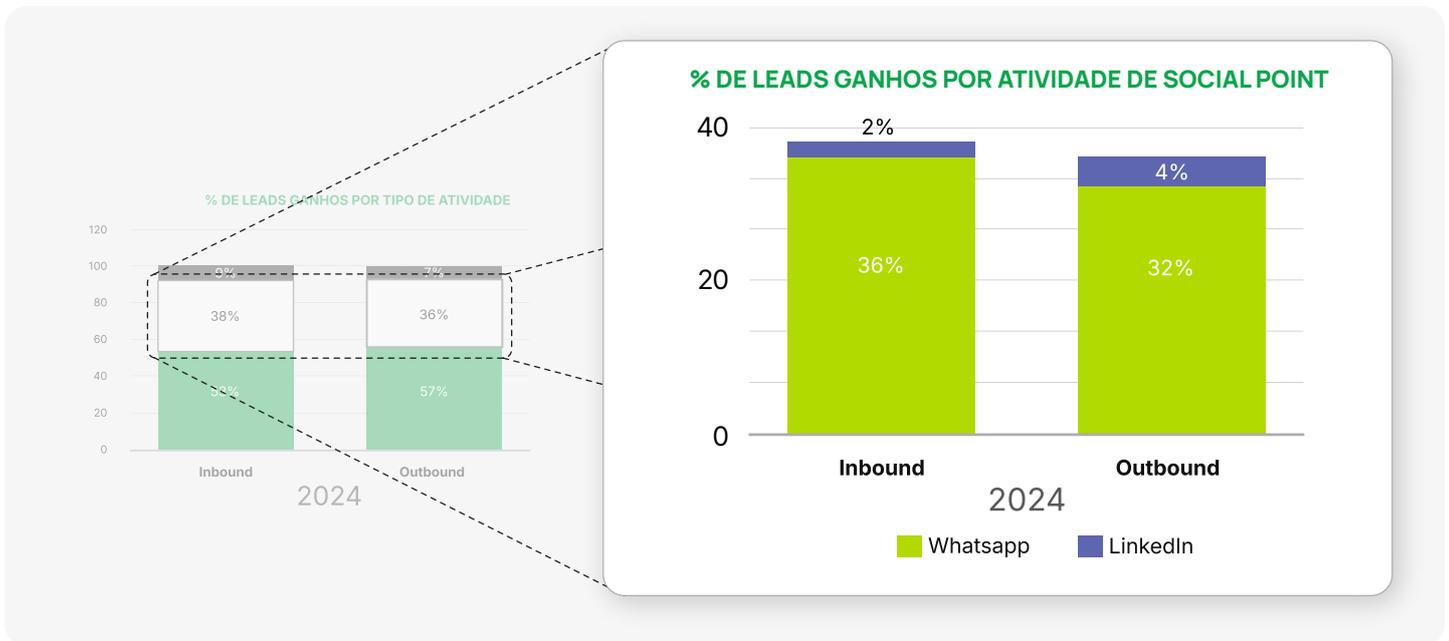
As redes sociais evoluíram muito de lá pra cá.

E, essas duas em específico, LinkedIn e WhatsApp, se tornaram importantes canais para geração de oportunidades comerciais. Vamos dar uma olhada em qual o peso de cada atividade no % de leads ganhos:



Tanto no Inbound quanto no Outbound, a taxa de leads ganhos como última interação em uma atividade de redes sociais aumentou muito, chegando a mais do que triplicar, no caso do Outbound.

Vamos detalhar um pouco mais essa informação sobre redes sociais para ver o impacto de cada uma delas.



O WhatsApp reina em absoluto

A atividade de Social Point se resume a basicamente contatos pelo LinkedIn e WhatsApp, mas como é possível perceber no gráfico, o app de mensagens instantâneas domina sendo responsável por 32% dos agendamentos.

E o LinkedIn?

As baixas taxas do LinkedIn não devem servir para você invalidar a rede. O que o gráfico demonstra é que a conversão destes leads não costuma acontecer por lá. Porém, ela ainda desempenha um papel primordial nas cadências de prospecção, principalmente para um primeiro contato e follow up.



Assim como o e-mail, elas são atividades de suporte, onde você envia informações importantes sobre seu prospect e abre portas. Porém, a conversão ao final acontece majoritariamente via ligações e whatsapp, onde a comunicação é síncrona e é possível combinar com mais agilidade detalhes, como a hora da reunião.



Importante

Uma cadência com **3 ou mais tipos diferentes de atividades possui uma taxa de conversão 57% maior do que as com apenas uma***.

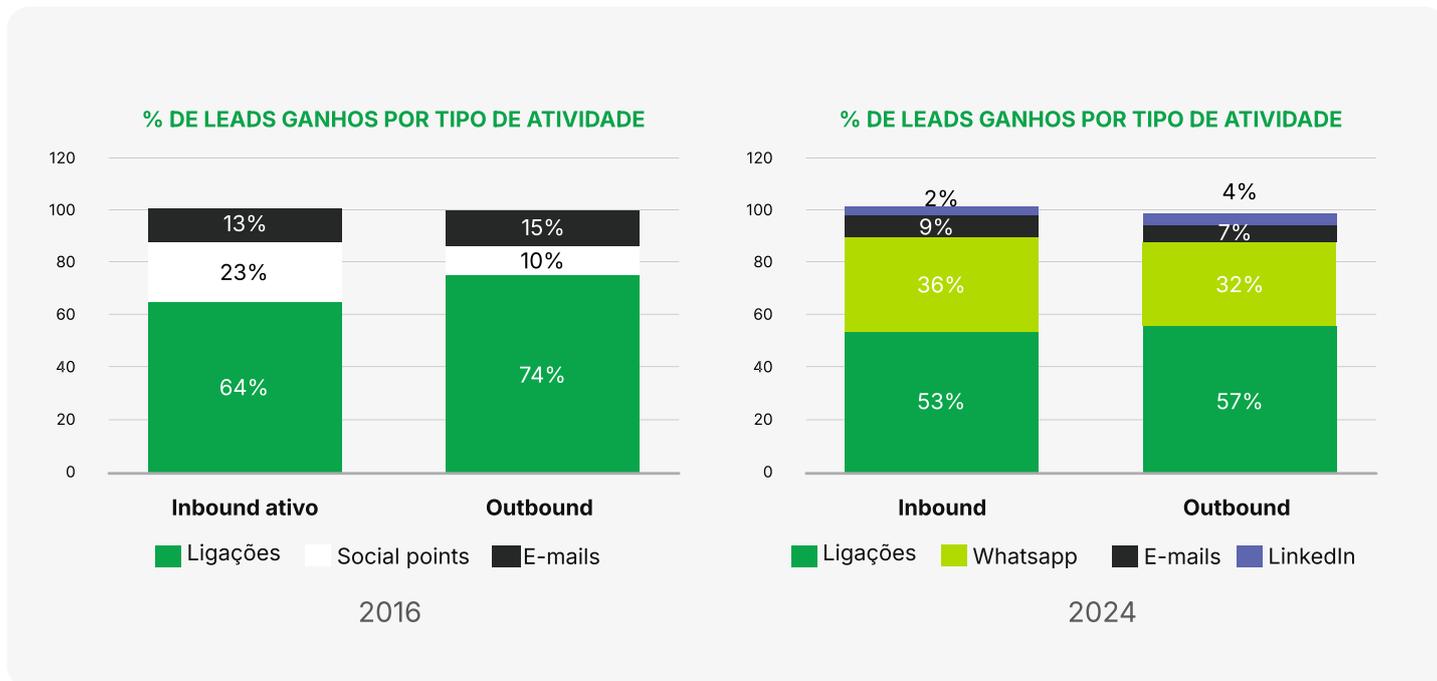
Portanto, não estamos propondo aqui que sua empresa escolha um tipo de atividade que mais converta, mas sim usá-las em complemento para maximizar as chances de conversão.

“
taxa de conversão
57%
maior*”

*Dado retirado de estudo prévio da meetime

engage 2024

Ligações ainda mandam, mas com menos força



Apesar do crescimento significativo da relevância das redes sociais, as ligações ainda são o canal mais importante para a prospecção, sendo responsável por mais de 50% das conversões, tanto no Inbound quanto no Outbound.

Ou seja, mesmo com o declínio, as ligações ainda têm muita força.

Não é a hora de deixá-las de lado na sua estratégia de prospecção.

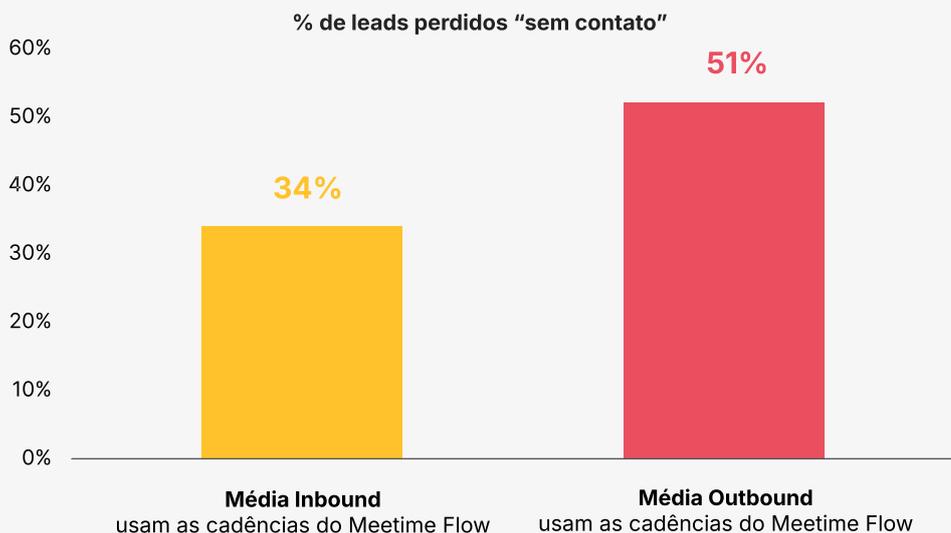


Tem dificuldade de fazer o seu time ligar mais?

[Confira nosso artigo sobre a importância da atividade de ligação.](#)

O que não mudou?

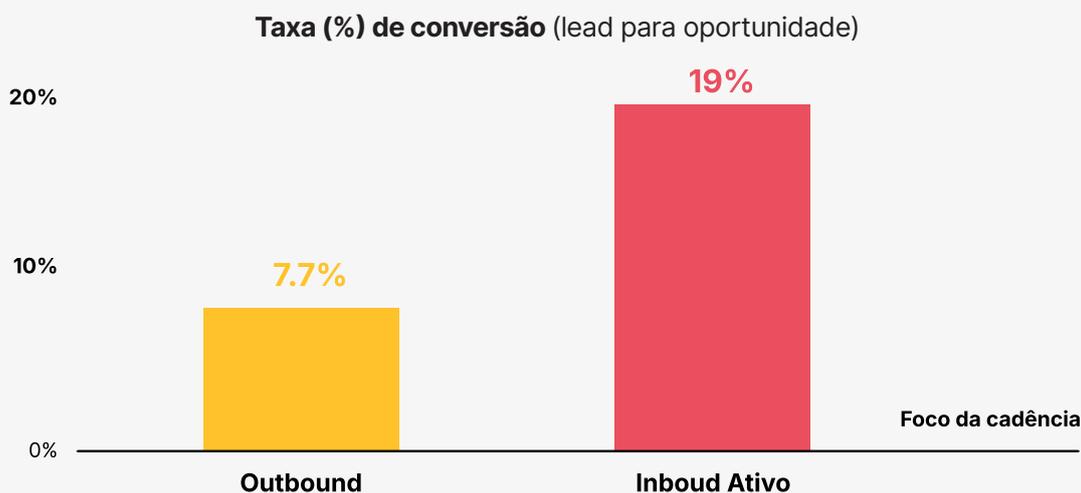
PROSPECTAR AINDA É DIFÍCIL



Mesmo com um time treinado e com o suporte de um software de Sales engagement, perceba que prospectar ainda é uma tarefa custosa.

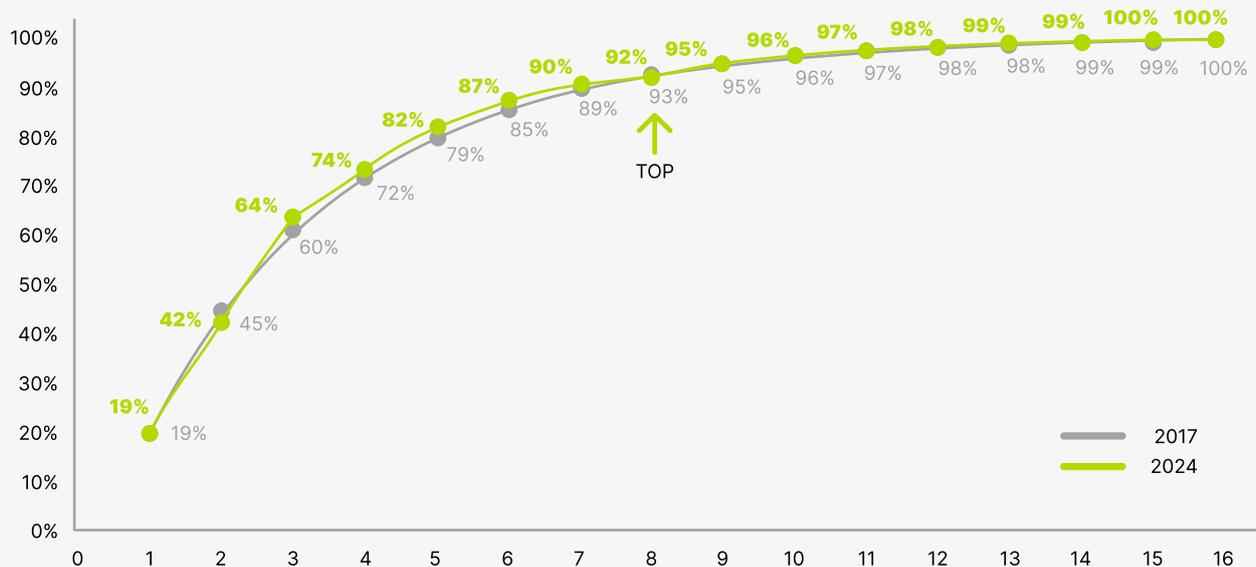
1 a cada 3 leads

no inbound não vai responder aos seus contatos. No Outbound, essa taxa aumenta para 1 a cada 2.



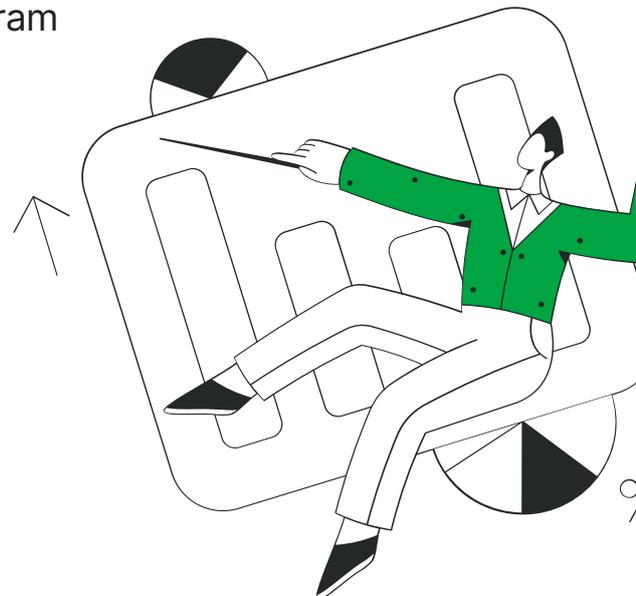
Desses leads que te responderem, apenas 7,7% no Outbound e 19% no Inbound vão se tornar oportunidades reais de venda.

Quanto mais atividades realizadas, maior é o resultado (até um limite)



A maneira certa de ler esse gráfico é a seguinte: do total de leads ganhos naquele ano, qual porcentagem foi convertida até determinado número de atividades. Por exemplo: 19% dos leads convertidos precisaram de apenas 1 atividade para tal.

O ponto destacado é o limite onde realizar mais atividades não gera um retorno expressivo em resultados. Mesmo com o passar dos anos, **o que o gráfico aponta é que esse número se manteve estável, ao redor de 8 - 9 atividades.**



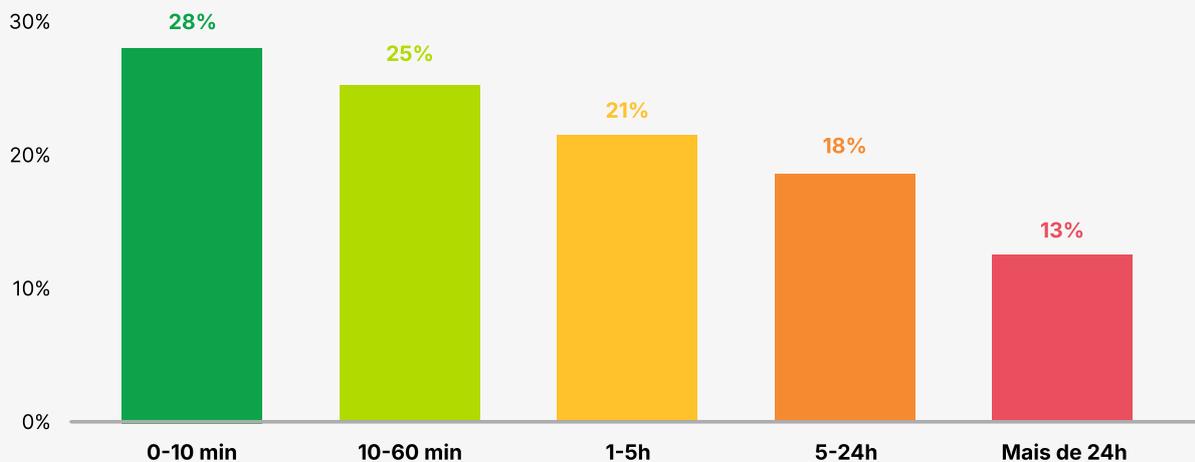
Importante

Metade das empresas faz 5 ou menos tentativas de contato*, enquanto seguir o bench de 8-9 geraria um ganho potencial de 10%.

*Dado retirado de estudo prévio da meetime

Tempo de resposta continua sendo uma métrica muito importante

Taxa de conversão (prospecções inbound) X Tempo de resposta



No Inbound, os contatos feitos em até 10 minutos convertem mais do que o dobro, em comparação com aqueles feitos em mais de 24h.

Ou seja, acompanhar essa métrica de perto e abordar as levantadas de mão o mais rápido que conseguir é o benchmark para se considerar.

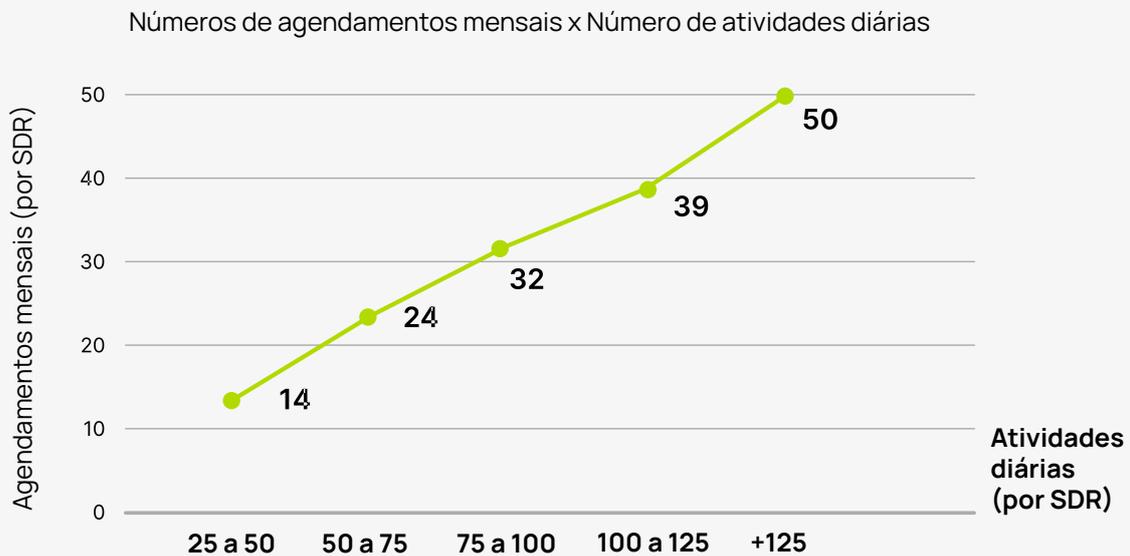


Tempo de resposta importa, porque intenção de compra esfria

Cordovez



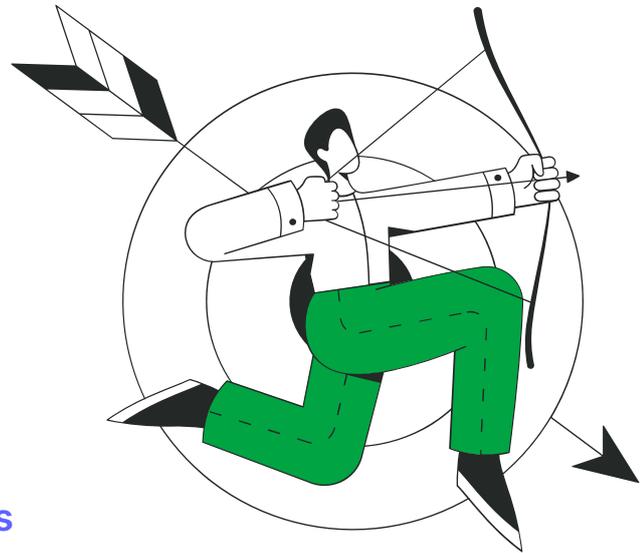
Não existe resultado sem esforço



Os SDRs que realizam mais agendamentos, fazem mais atividades. Esse é o dado que está em destaque no gráfico, deixando claro que a prospecção requer esforço.

Um SDR que realmente se conecta com o lead e gera mais resultados **faz pesquisa, follow up, abordagem multicanal, etc.** Tudo isso significa mais atividades diárias.

Logo, se você quer que o seu SDR realize 50 agendamentos/mês, **precisa fornecer condições dele realizar mais de 125 atividades por dia.**



Isso significa:

Treinamento, uma plataforma de Sales engagement e também uma quantidade de leads suficientes.

Quanto? Aqui vai uma dica:

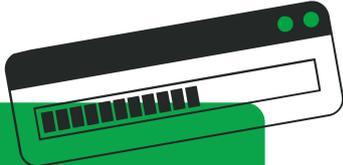
Média de leads por mês (por SDR)

172

*média dos usuários da nossa base

Como dimensionar a sua área de prospecção

Vamos fazer uma engenharia reversa para encontrar qual é o tamanho ideal do seu time de prospecção.



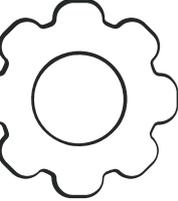
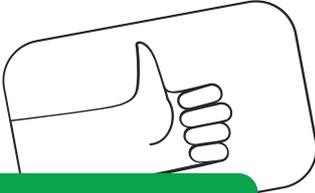
Defina um número de oportunidades por trimestre que você precisa para alcançar a sua meta.



Use o nosso benchmark para número de conversão lead para oportunidade, considerando o tipo de estratégia que está utilizando:

Outbound: 7,7%

Inbound: 19%



Você vai encontrar o número de leads por trimestre que precisa abordar, para atingir essa meta. Faça o cálculo também para descobrir o valor mensal de leads.

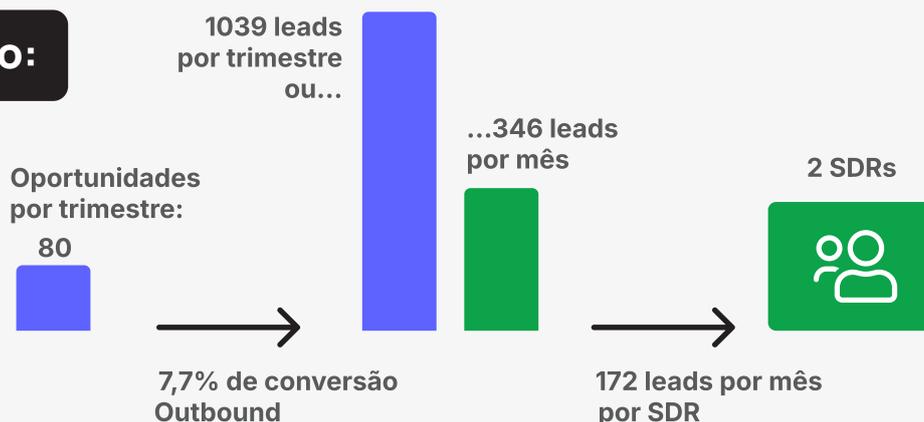


Divida esse valor mensal pelo número de leads que os SDRs conseguem abordar por mês. O nosso benchmark foi de 172 leads por SDR/mês.



O resultado será o número de SDRs que você precisa ter no seu time.

Exemplo:



Quer uma ajuda para alcançar o benchmark?

Não tem como os seus SDRs alcançarem esse nível de produtividade, sem contar com uma ferramenta específica para ajudá-los.

[Conheça o Meetime Flow](#) e descubra tudo o que uma ferramenta de Sales Engagement pode oferecer para a sua prospecção.

[Fale com um consultor](#)