

# O GUIA DEFINITIVO

DA OPERAÇÃO DE VENDAS 2022

Os novos cargos  
de vendedores

---

**Fabio Oliveira**

# O guia definitivo da operação de vendas 2022: os novos cargos de vendedores.

Muitas empresas lutam para saber a diferença entre BDR e SDR. Embora pareçam igualmente profissionais, garantimos que a diferença entre eles é gritante.

Você sabe o que são BDR e SDR? Você sabe a diferença entre os dois? Sabe como esses profissionais podem ajudar sua empresa a aumentar os números de vendas?

Então, neste material reunimos as principais dicas e diferenças entre os dois para você aumentar os seus resultados conhecendo bem os dois perfis de vendedores.

## 1

## O que é SDR?

SDR significa “Representante de Desenvolvimento de Vendas”. Então, o que é um Representante de Desenvolvimento de Vendas?

Este é o profissional responsável pela pré-venda com uma lista de leads que já foram gerados.

Ou seja, o SDR obtém uma lista de leads que já foram capturados de determinadas formas (como um boletim informativo) e realiza um trabalho de pesquisa em cima dessa lista já estabelecida.

O SDR é responsável por identificar e fazer o primeiro contato da empresa com esses potenciais interessados para ver se eles estão realmente dispostos a adquirir o produto que

a empresa está oferecendo.

Em outras palavras, ele filtra a lista de leads e traz para seus vendedores apenas as oportunidades mais relevantes que essa lista conseguiu proporcionar.

Com essa lista “filtrada” pelo SDR, o vendedor pode prestar um serviço confiável para fechar a venda, melhorar o tempo total da empresa e desenvolver uma equipe qualificada.

Agora que você sabe o que é um Representante de Desenvolvimento de Vendas, vamos para o próximo tópico.

O marketing digital é uma das melhores fontes de renda para SDR, - será por meio do marketing digital que o SDR terá acesso aos dados do lead, podendo entrar em contato para oferecer as soluções da sua empresa.

## 2

## O que é BDR (Business Development Representative)?

Existem diferentes interpretações da posição do Representante de Desenvolvimento de Negócios, o que cria a confusão de termos que vemos nesta parte do mercado. No entanto, claramente, o papel deste especialista é:

O BDR em Inside Sales é responsável pela geração de leads qualificados através de uma abordagem outbound, utilizando cold email, cold call, social selling e networking, também se concentra em encontrar novos segmentos de clientes para o produto.

Por exemplo, SaaS que vende para

empresas de tecnologia e agora quer garantir Product-Market Fit para consultores. As atividades são as mesmas: cold e-mail, cold call, social selling e networking. No entanto, podemos ter certeza de duas coisas:

O Representante de Desenvolvimento de Negócios trabalhará com um forte foco em fontes de saída e grandes ingressos; normalmente, ele se aprofundará em contas maiores, com uma abordagem de vendas baseada em contas para encurtar o ciclo de compra da empresa.

## 3

## O que faz um SDR? As principais responsabilidades de pré-vendas

A principal função de ter um SDR em uma equipe de vendas é focar o tempo do vendedor em trabalhar com prospects qualificados e, com isso, ter mais facilidade para fechar suas vendas, pois está conversando com pessoas que possuem o melhor perfil de compra.

Isto é importante por duas razões:

**Prospecção e venda são trabalhos muito diferentes. A prospecção envolve muito trabalho de baixo valor e, considerando que o tempo de um vendedor é muito caro, você vai querer que o vendedor se concentre em seu negócio principal: **VENDER.****

**GERALMENTE, OS VENDEDORES MAIS QUALIFICADOS NÃO GOSTAM DE OLHAR E NÃO PRIORIZAM ESSA ATIVIDADE EM SUAS AGENDAS.**

Conheça as principais atribuições e responsabilidades de um vendedor **SDR**:

### **MELHORAR O TEMPO DE CONEXÃO COM OS LEADS GERADOS:**

A agenda dos fornecedores está em jogo no debate atual. Há várias etapas a serem seguidas durante o processo: apresentação, acompanhamento, negociação, submissão do contrato.

Durante esse processo, é muito difícil para um vendedor estar disponível para entrar em contato com novos leads rapidamente.

O SDR é a chave para aumentar a velocidade com que sua equipe pode se envolver com novos leads.

**Um estudo da Lead Response Management descobriu que as chances de conseguir um lead nos primeiros 5 minutos são 21 vezes maiores.**

**Isso significa que você estará deixando uma grande quantia de dinheiro na mesa ao não entrar em contato com os leads imediatamente.**

## **VENDER A REUNIÃO COM O VENDEDOR:**

**Uma vez que o SDR tenha identificado que um Lead é uma boa opção para o seu negócio, ele tem como objetivo “vender” a próxima etapa do seu processo de vendas: a reunião com o vendedor.**

**O papel do SDR é focar na extração das informações necessárias para a empresa e conseguir entender seus pontos problemáticos atuais.**

**Com essas informações, o vendedor de front-end estará pronto para passar o bastão apropriado com as informações que seu vendedor precisa para entender as necessidades do cliente.**

**Ter um processo de qualificação bem definido com sua equipe de SDR permite que seu time de vendas seja mais produtivo, focando apenas em reuniões com empresas que tenham chance real de fechamento.**

## VENDER A REUNIÃO COM O VENDEDOR:

O **SDR** funcionará como um “filtro” no seu funil de vendas. Nem todo lead gerado pelo marketing será de alta qualidade. **O objetivo do SDR não é “contaminar” a agenda do vendedor com oportunidades que não têm chance de fechar.**



1

Um vendedor que encontra melhores oportunidades poderá ter um desempenho melhor em quatro áreas principais: **persistência, busca de oportunidades, eficiência e comprometimento.**



2

Você terá **mais tempo para trabalhar melhor com as oportunidades que recebeu**, preparando os atendimentos e estudando o cliente;



Você poderá encurtar o ciclo de vendas, pois **as oportunidades encontradas estarão em alto nível** na decisão de compra;



Terá um ticket médio maior, pois **a tendência é encontrar as empresas que mais precisam da sua solução** e podem comprar os sistemas mais completos;

**Você terá maior previsibilidade do seu funil, entendendo o que precisa ser feito para aumentar seus resultados.**

## 4

## Quais são os tipos de SDR?

Mas além de saber o que é SDR em vendas, é interessante que você também saiba que existem diferentes tipos de Sales Development Representative. Isso, varia de acordo com o produto, serviço e ciclo de vendas da empresa.

### SDR Low Touch:

1

Voltado para empresas com ciclos de vendas curtos e pequenos tickets de produtos e serviços, o SDR Low Touch é responsável por conectar os leads qualificados, comunicando-se apenas com os gerados pela equipe de marketing.

### SDR High Touch:

2

Para empresas com ciclos de vendas longos e tíquetes altos, o SDR High Touch é o melhor.

Isso porque esse especialista, além de comunicação e qualificação, vai avaliar as necessidades do lead, encaminhar o vendedor para um cliente mais adequado para fechar a venda.

## 5

## Importância do SDR para uma empresa:

Agora que você já sabe o que é um SDR, suas atribuições e responsabilidades, deve se perguntar o quanto esse especialista pode contribuir para aumentar as vendas da sua empresa, certo?

Para reforçar o papel do Sales Development Representative e o quanto esse funcionário pode realmente contribuir para a rentabilidade do seu negócio, podemos citar a pesquisa Demand Generation Benchmarks, que constatou que o aumento de leads gera 20% mais oportunidades de vendas do que aqueles que não geram.

Além desses dados, um estudo da Harvard Business Review mostrou que quanto mais rápida a resposta a um contato na web, maior a probabilidade de você fechar a venda.

De acordo com esta pesquisa, as empresas que respondem aos seus leads online na primeira hora têm 7 vezes mais chances de falar com quem está decidindo pela compra.

Esse número é 60 vezes menor quando comparado a empresas que demoram 24 horas ou mais para responder aos seus leads.

Portanto, ter um SDR é uma forma de atender mais rapidamente seus potenciais clientes e, com isso, aumentar seu volume de vendas.

Além disso, ter um Representante de Desenvolvimento de Vendas contribui para:

**Gerar novas oportunidades de negócios, pois sua equipe de vendas não precisa esperar que um potencial cliente venha até você;**

**A redução do churn rate, pois seu trabalho funciona como um filtro, trazendo para os vendedores apenas potenciais clientes que realmente se interessam e se beneficiarão das soluções oferecidas pelo seu produto;**

**Aprimorar o trabalho dos vendedores, pelo mesmo motivo do treinamento de leads, pois reduz o tempo gasto por esses profissionais para abordar potenciais clientes;**

**Aumentar as taxas de conversão segmentando e interagindo com potenciais compradores em tempo hábil.**

## 6

## Principais diferenças entre SDR e BDR

Embora muito semelhantes, as funções de Representante de Desenvolvimento de Negócios e Representante de Desenvolvimento de Vendas (BDR e SDR) têm três diferenças básicas:

**Enquanto o trabalho do SDR é como uma caça ao tesouro, procurando ouro entre várias pedras, o trabalho do BDR é mais como mineração, onde ele precisa encontrar a fonte da pedra preciosa, cortar e extrair oportunidades. Ou seja, é um processo complexo e lento;**

**O SDR trabalha com uma série de atividades dentro dos limites estabelecidos. O BDR tenta criar parâmetros. Como resultado, o trabalho inclui uma pesquisa aprofundada e**

**mapeamento de contas, com o objetivo de vender itens de alto valor;**

**Os SDRs geralmente trabalham com leads recebidos, facilitando o processo, usando o motivo da última conversão. Por outro lado, os BDRs, que só trabalham com cold calls e emails, exigem ainda mais ênfase e persistência.**

## 7

## SDR ou BDR: qual contratar?

Para determinar de que tipo de conhecimento sua empresa mais precisa no momento, pergunte a si mesmo:

Seu objetivo é acelerar as vendas ou explorar novas oportunidades e segmentos de vendas? Qual é o seu ticket médio? Vale a pena contratar um SDR ou um BDR?

Se você quer mais produtividade, mais vendas, mais trabalhos e horários, a solução é o SDR. Se você já está procurando por novas marcas/segmentos/tamanhos, o BDR pode ser mais adequado.

Mas, sempre faça uma análise aprofundada dos seus objetivos, dos propósitos da empresa, estratégias e números, levantando esses dados, você poderá tomar a decisão correta.

Se você quiser saber mais sobre operações de vendas, nós temos uma imersão de 3 dias com muitos insights sobre o assunto, clique no link abaixo e se inscreva agora.

**CLIQUE AQUI**



# O guia definitivo da operação de vendas 2022: os novos cargos de vendedores.

# O GUIA DEFINITIVO

DA OPERAÇÃO DE VENDAS 2022

Os novos cargos  
de vendedores

---

Fabio Oliveira

 SALESCLUBE

[www.salesclube.com.br](http://www.salesclube.com.br)

© 2022 | @salesclube