

60% das empresas confiam na retomada do nível de vendas neste ano

- Apesar da queda generalizada nas vendas, de acordo com a última pesquisa da Atento, 60% das empresas globalmente consideram que recuperarão seus níveis de vendas pré-pandemia este ano, contra 34% que indicam que serão necessários mais de 12 meses

Madrid, 14 de janeiro de 2021- A atual crise de saúde está tendo um forte impacto em todos os negócios. A Covid-19 já está afetando até mesmo as empresas com maior volume de vendas. Porém, de acordo com a última pesquisa global realizada pela Atento com mais de 160 profissionais de empresas líderes em seus setores, 60% das empresas acreditam que recuperarão seus níveis de vendas anteriores à pandemia deste ano.

No caso do setor das telecomunicações, o otimismo é maior, 8 em cada 10 empresas consideram que irão recuperar os níveis de vendas pré-covid no prazo máximo de um ano, especificamente estimado em 78%. Em áreas como tecnologia ou serviços, metade dos pesquisados confirma que essa recuperação ocorrerá durante 2021. A única exceção ocorre no setor bancário e de seguros, onde o percentual de empresas que consideram que vão superar a queda nas vendas durante este ano cai para 25%.

A queda nas vendas deve-se principalmente à desaceleração do consumo. Dentre as principais causas, 35% consideram que optaram por não consumir seu produto, 29% consideram que seu serviço não é mais uma necessidade dos consumidores e apenas 8% acham que houve vazamento de clientes para a concorrência. De acordo com a última pesquisa realizada pela Atento, 75% reconhecem ter visto suas vendas afetadas e 32% dos entrevistados apontam que foram afetados de maneira drástica.

“Em tempos de incerteza e crise é preciso se adaptar rapidamente. Para reativar o consumo e tentar recuperar os níveis de vendas pré-covid, é fundamental transformar os modelos e adaptar a força de vendas à situação atual”, afirma Pablo Sánchez, diretor de Marketing global da Atento. Neste contexto, e de acordo com o inquérito realizado pela Atento, 69% das empresas estão a redefinir a sua estratégia comercial. Para tal, 27% apostam na adaptação da oferta à nova procura, 24% na promoção dos canais digitais, 16% na redução de custos e 13% na modificação e reformulação do seu portfólio de produtos.

O confinamento domiciliar, em decorrência da pandemia, demonstrou que um modelo de venda baseado exclusivamente na venda física se torna uma ameaça em situações como essa. Desta forma, aliar estrategicamente a venda física e a digital, inclusive por telefone, chat, redes sociais, etc., priorizando a melhor Experiência do Consumidor, independente do canal, apresenta-se como a melhor forma de enfrentar o futuro das vendas. De acordo com a Atento, 6 em cada 10 entrevistados revelam seu firme compromisso de combinar modelos presenciais com vendas online. Em relação aos canais mais considerados para venda, 25% ainda preferem o atendimento presencial, contra 22% que priorizam o telefone e 18% as redes sociais, o que evidencia a necessidade crescente de integração canais.

Personalização e canais digitais para impulsionar as vendas

A tecnologia foi democratizada nos últimos anos e a grande variedade de serviços permite atender às necessidades de qualquer organização, independentemente de seu porte ou setor.

Essas ferramentas já estão à disposição de todos, mas o desafio agora é definir as necessidades do negócio e escolher a melhor solução. De acordo com este estudo, cerca de metade das empresas estão desenvolvendo ferramentas de análise para impulsionar as vendas, especificamente 48%. Na mesma linha, os pesquisados consideram que a adoção de uma estratégia multicanal e a personalização das ofertas são os principais elementos para impulsionar as vendas. A qualificação das equipes de vendas e o investimento em estratégias de retenção e fidelização de clientes são outros aspectos considerados muito relevantes para a recuperação das vendas.

Outra tendência cada vez mais clara é a busca por aliados para otimizar canais e volume de vendas. Nesse sentido, 27% dos pesquisados recorrem a parceiros para projetos de operações, 21% para ações de marketing digital, 20% procuram parceiros de tecnologia e 17% apostam em parceiros para definir seu modelo de negócio. “Buscar um parceiro ou implementar processos de terceirização de operações é uma grande vantagem para muitas empresas. Neste sentido, é uma prioridade que este parceiro estratégico tenha a capacidade de analisar previamente, implementar com sucesso e, por último, ficar a operar para garantir que os compromissos assumidos com o consumidor sejam cumpridos”, acrescenta Pablo Sánchez.

Em tempos de crise, sempre surgem novas oportunidades, apesar dos dados negativos na queda das vendas de praticamente todos os setores. A verdade é que novos setores, principalmente o digital, estão surgindo com força. Há poucas semanas, a Atento notou um aumento de 190% nos clientes da Born Digital e de 245% nos clientes de tecnologia em relação ao ano anterior, um claro exemplo do que 2021 trará em termos de tendências.

Sobre a Atento

A Atento é a maior empresa de serviços de gestão do relacionamento com clientes e processos de negócios (CRM/BPO) na América Latina e um dos três maiores provedores mundiais com base em seu faturamento. A companhia é também líder em serviços de CRM/BPO para companhias que desenvolvem suas atividades nos Estados Unidos. Desde 1999, desenvolveu seu modelo de negócio em 13 países e emprega de 150 mil funcionários. A Atento tem mais de 400 clientes aos quais oferece uma ampla gama de serviços de CRM/BPO por meio de múltiplos canais. Seus clientes são empresas multinacionais líderes em setores como telecomunicações, bancário e financeiro, saúde, varejo e administração pública, entre outros. As ações da Atento são negociadas sob o símbolo ATTO NYSE (New York Stock Exchange). Em 2019, a Atento foi reconhecida pelo Great Place to Work® como uma das 25 Melhores Multinacionais para se Trabalhar no Mundo e como uma das 25 Melhores Multinacionais para se trabalhar na América Latina. Para mais informações www.atento.com.

Contatos para imprensa

Weber Shandwick

atentobrasil@webershandwick.com

Fernanda Araújo – 3021-0200 | faraujo@webershandwick.com

Paula Boracini – 3027-0200 | pboracini@webershandwick.com