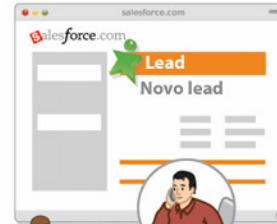
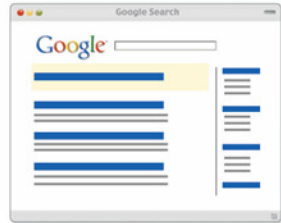
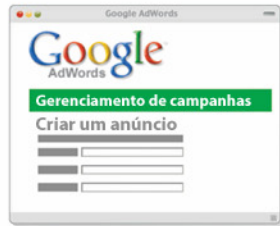


# Adquira novos clientes e aumente seus negócios

Gere leads com anúncios online de sua empresa no Google AdWords.  
Transforme esses leads em novos clientes com o CRM do Salesforce.



## Anuncie sua empresa no Google

Leve cinco minutos para escrever seu anúncio e selecionar algumas palavras-chave e até mesmo direcionar seu anúncio localmente.

## As pessoas clicam em seu anúncio

Quando as pessoas pesquisam no Google, seu anúncio é exibido e o tráfego é direcionado ao seu site.

## Capture leads do seu website

Clientes em potencial preenchem um formulário na Web, o qual cria um lead no Salesforce que é direcionado para sua equipe de vendas.

## Gerencie o processo de acompanhamento

Registre chamadas, envie e-mails e atualize o status de seus leads para que você nunca perca uma oportunidade.

## Converta leads em clientes

Atualize informações do negócios, acompanhe datas importantes da oportunidade e registre todas as interações relacionadas à oportunidade.

## Gerencie relacionamentos com clientes

Adquira um conhecimento profundo sobre cada conta, facilite a colaboração e construa e mantenha relacionamentos fortes e duradouros com os clientes.



## Avalie o que está funcionando

- Uma exibição em tempo real de sua empresa
- Uma única solução para obter idéias
- Relatórios personalizáveis

# Gere mais leads

Planeje e execute campanhas de marketing para gerar demanda para seu produto ou serviço. Capture esses leads por meio de uma infinidade de canais, inclusive seu website.



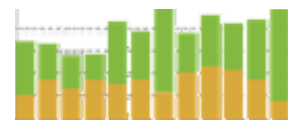
Campanha Retorno sobre o investimento



Principais termos de pesquisa



Leads por fonte



Qualidade do lead



Planeje e execute uma campanha de marketing

- Google AdWords
- Marketing por e-mail
- Mala direta
- Chamadas não solicitadas (venda por telefone)
- Parceiros
- TV
- Rádio
- Eventos
- Feiras de negócios
- RP



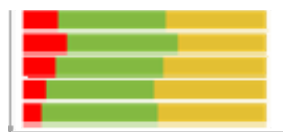
# Otimize o fluxo de leads

Crie um processo de acompanhamento de loop fechado para que os leads não sejam perdidos.

Estabeleça um processo de qualificação de lead para garantir que todos os representantes de vendas usem a mesma metodologia consistente.



Lead por status



Conversão de leads em %



Leads convertidos por mês



Principais representantes de vendas



## Meus leads abertos

Definir visões diferentes para gerenciar seus leads. Por exemplo, os leads atuais ou leads classificados por tipo.



## Duplicar lead?

O botão Localizar duplicata pesquisa por leads semelhantes ou contatos no Salesforce.

Se um lead for um item duplicado, mescle facilmente os dois registros.

O Salesforce possui vários parceiros do AppExchange que fornecem ferramentas de de-duplicação e limpeza de dados de grande volume.



## Leads ativos

Quando estiver trabalhando em um lead, você definirá uma série de tarefas que poderão variar de acordo com o tipo do lead. Exemplo:

- 1º dia: personalizar envio de e-mail em massa
- 2º dia: chamada/mensagem de voz
- 4º dia: chamada/mensagem de voz
- 7º dia: personalizar envio de e-mail em massa



## Estabelecer contato?

**Sim**

**Não**



Mantenha um arquivo de seus leads inativos.

Use o marketing de e-mail e chamadas para refazer o marketing para seus leads arquivados.



## Qualificado?

**Sim**

**Não**

Crie um conjunto de perguntas de qualificação, como a situação atual, produto de interesse, cronograma, principais responsáveis pelo processo decisório

Se o lead for qualificado, converta-o em um contato, com uma oportunidade e conta associadas.



# Feche mais negócios

Feche negócios com mais rapidez fornecendo um local para atualização de informações do negócio, acompanhando datas importantes da oportunidade e registrando interações.

Analise com facilidade seu investimento em vendas para que você possa identificar e eliminar rapidamente qualquer obstáculo no ciclo de vendas.



Os 10 melhores negócios



Análise de tendências do início do mês até hoje



Negócio fechado por mês



Principais representantes de vendas



Oportunidades abertas

É possível monitorar relatórios e painéis de suas oportunidades para manter o controle dos principais negócios e priorizar o seu tempo.



Apresentação

Personalize o Salesforce para atender a seus processos e metodologias de vendas internos, facilitando a monitoração do seu investimento em vendas.



Proposta



Negociação



Fechado

Sim  
Não



Mantenha um arquivo de suas oportunidades inativas.

Use o marketing por e-mail e chamadas a fim de refazer o marketing para suas oportunidades arquivadas.



O Salesforce oferece a toda sua empresa uma visão de 360 graus de seus clientes e facilita a colaboração em sua empresa, ajudando-o a construir relacionamentos fortes e duradouros com os clientes.



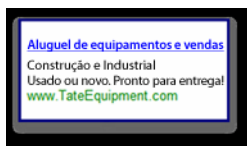
# Terminologia do Salesforce

Abaixo você encontrará a terminologia usada no aplicativo e no treinamento online.

Os clientes das edições Professional, Enterprise e Unlimited podem renomear tabelas e campos padrão para refletir a terminologia de suas empresas.



Campanhas



Google AdWords



Formulário Web-to-Lead



Leads



Contas



Contatos



Oportunidades



Produtos



Previsões



Casos



Soluções



Portal de auto-atendimento



Eventos do calendário



Tarefas e atividades



Documentos



Relatórios



Painéis de controle

Se tiver interesse em renomear a terminologia do aplicativo padrão do salesforce.com para a implantação em sua própria empresa, leia a [documentação de ajuda](#) em seguida, [registre um caso](#) para tê-lo ativado em sua conta.