



**Funil de  
vendas pelo  
WhatsApp**



1

### **Etapa do Contato:**

É quando ocorre o contato inicial com o cliente. Neste momento é importante ter um tratamento encantador para proporcionar a melhor experiência possível. Algumas situações nesta etapa são bem comuns, como o cliente já perguntar o preço, não responder mais, ser muito frio, não se expressar direito, não explicar adequadamente a sua necessidade, entre outros. Para isso disponibilizamos abaixo scripts focados em solucionar estas situações.

2

### **Etapa da Qualificação:**

É momento de ouvir mais e falar menos para entender a necessidade do cliente. Nesta etapa é muito importante fazer perguntas e criar conexão para facilitar a obtenção de informações relevantes para venda. Algumas situações são bem comuns, como o cliente demorar muito para retornar as mensagens, dificuldade em obter informações detalhadas sobre a necessidade, fazer as perguntas certas, para não parecer invasivo, entre outros. Para isso disponibilizamos abaixo scripts focados em solucionar estas situações.

3

### **Etapa da Oferta:**

Depois de saber exatamente a necessidade do cliente é momento de ofertar o produto ou serviço focando nos diferenciais que farão sentido. Evite falar/escrever muito não gerar dúvidas, afinal, na dúvida o cliente não compra. Além disso, usar materiais complementares é muito importante, como fotos e vídeos de qualidade, provas sociais, entre outros, que reforçarão ainda mais a oferta. Separamos exemplos de textos para você usar em sua oferta nos scripts a seguir.

4

### **Etapa da Venda:**

Após confirmar a venda, o atendimento não poderá parar. Em muitos casos é necessário algum tipo de acompanhamento e suporte. Além disso, é uma grande oportunidade de saber a satisfação do cliente, pedir avaliações e até vender mais fazendo novas ofertas. Também separamos scripts para estas situações.



É importante destacar que cada negócio possui diferentes características, como produtos, serviços, público, concorrência, nível de sofisticação do mercado, preços, entre outros. Mas vou simplificar classificando em dois tipos, sendo negócios de preços menores e preços maiores.

Negócios que vendem produtos ou serviços de preços menores normalmente fazem vendas mais rápidas em maior volume, afinal, não exige que o cliente precise pensar muito ou envolver mais pessoas para uma decisão de compra.

Às vezes o cliente compra até por impulso. Já deve ter ocorrido com você de comprar algo que nunca usou depois. Mas isso não significa que vendedores não possam ter um controle mínimo de clientes que entraram em contato, receberam proposta e ainda não fecharam.

Naturalmente ter este tipo de controle vai ajudar a aumentar o faturamento.

Porém, negócios que realizam vendas de valores maiores são diferentes, sendo comum o cliente precisar de mais tempo para tomar uma decisão de compra e às vezes precisa envolver mais pessoas no processo, talvez um diretor, gerente, marido ou esposa.

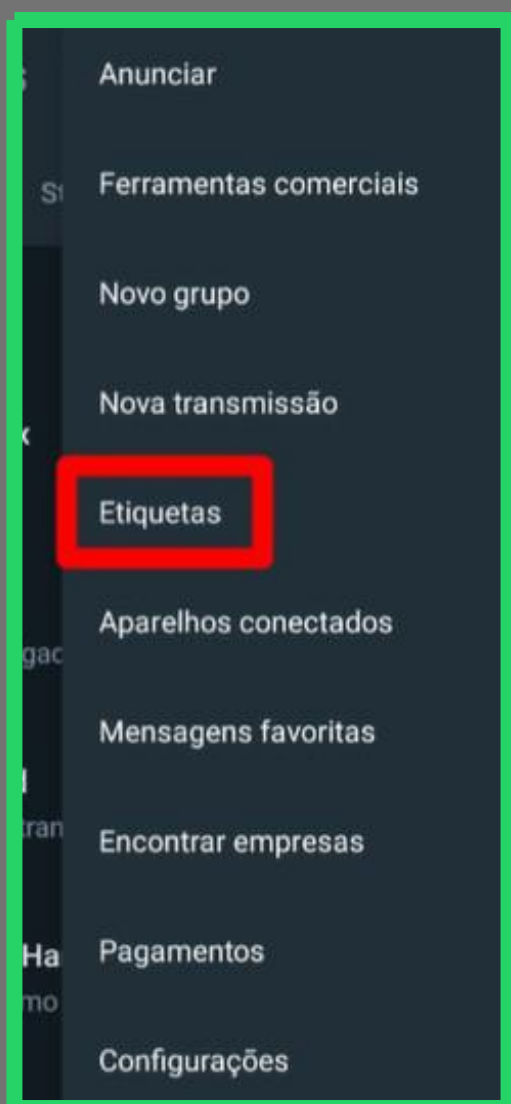
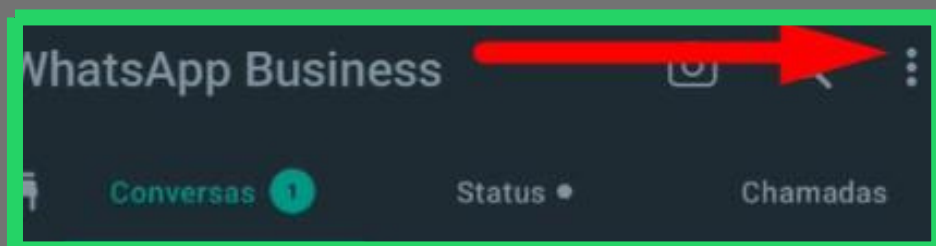
Para este tipo de venda ter um controle de funil é fundamental! Cliente sem acompanhamento é certeza venda perdida.

Alguns exemplos de segmentos são Imóveis, veículos, seguros, consultorias, software, entre outros.



Para controlar em qual etapa cada cliente se encontra, caso você ainda não utilize alguma ferramenta mais avançada é possível fazer este controle através do uso das etiquetas do WhatsApp Business de forma bem simples seguindo estes passos:

## Passo 01



## Passo 02

Nesta opção você consegue criar quantas etiquetas quiser. Recomendo que crie etiquetas exatamente com as etapas que citei neste capítulo (contato, qualificação, oferta e venda).

Em sequência será possível selecionar qualquer conversa e etiquetá-la com a etapa na qual o cliente se encontra.

O benefício será você conseguir filtrar por conversas que estão na etapa de contato, qualificação, oferta e venda para não perder oportunidades por falta de acompanhamento adequado.

Os scripts que vou revelar devem ser aplicados nas diferentes etapas de uma venda para ter o melhor resultado possível de fechamentos.





# Aplique os scripts e aumente suas vendas

Os scripts são uma referência de como se comportar e o que escrever em cada etapa do funil, mas compreendo que cada negócio possui diferentes variáveis como produto, serviço, público, formalidade necessária, entre outras.

Portanto, pode ser necessário adequar os textos e deixá-lo mais personalizado da forma que considerar melhor para comunicar com seus clientes.



# Etapa de Contato

É momento de proporcionar uma boa primeira impressão aos clientes que enviarem mensagem, seja na mensagem automática de saudação ou quando o vendedor responde.

Lembre-se, primeiro o cliente compra você depois o produto! Por isso é muito importante aplicar as técnicas de tratamento ao cliente logo nas primeiras mensagens.

Acredito que ocorra com você de clientes entrarem em contato dizendo “oi”, “olá” ou perguntando o preço e depois simplesmente não respondem mais.

Tente resgatar estes clientes enviando no máximo três mensagens diferentes para tentar dar continuidade à conversa e avançar com ele no funil.



## ETAPA DE CONTATO

### SITUAÇÃO

### SCRIPTS

### Modelos de mensagens automáticas de saudação no Whatsapp

Monte a sua mensagem usando três partes, sendo: Saudação, diferencial e facilitação. **Exemplos:**

#### PARTE 01 – SAUDAÇÃO

##### Exemplo 01

Seja muito bem-vindo(a)! 😊 Meu nome é [SEU NOME], consultor de vendas na [NOME DA EMPRESA].

##### Exemplo 02

Seja muito bem-vindo(a) à [NOME DA EMPRESA]! 😊 É uma enorme satisfação receber a sua mensagem.

##### Exemplo 03

Olá! Ficamos felizes em receber a sua mensagem. 😊

#### PARTE 02 – DIFERENCIAL

##### Exemplo 01

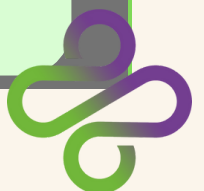
Aqui o seu serviço é realizado com a qualidade da empresa de [NOME DA CIDADE] mais bem avaliada na internet!

##### Exemplo 02

A entrega mais rápida COMPROVADA de [NOME DE SUA CIDADE]!

##### Exemplo 03

Somos certificados [NOME DA CERTIFICAÇÃO] e garantimos sua satisfação ou devolvemos seu dinheiro!



## PARTE 03 – FACILITAÇÃO

### Exemplo 01

Fale um pouco mais do produto que gostou ou da dúvida que você tem (pode enviar áudio caso prefira). Em instantes retornarei a sua mensagem.

### Exemplo 02

Caso queira realizar um pedido, segue o link do nosso catálogo para você escolher os itens [LINK]. Pode deixar o seu pedido que em instantes retornaremos sua mensagem.

### Exemplo 03

Para agilizar o seu atendimento, informe seu nome e necessidade. Em instantes retornei a sua mensagem.

### Veja como deverá ficar a sua mensagem final:

Seja muito bem-vindo(a) à Empresa XYZ! 😊  
É uma enorme satisfação receber a sua mensagem.

Aqui o seu serviço é realizado com a qualidade da empresa de Belo Horizonte mais bem avaliada na internet!

Fale um pouco mais do produto que gostou ou dúvida que você tem (pode enviar áudio caso prefira). Em instantes retornarei a sua mensagem.





## Mensagem automática de ausência

Use os modelos de saudação + diferencial citados anteriormente e complemente com o seguinte texto:

Nosso time está disponível de segunda à sexta de 08h às 18h. Portanto, retornaremos a sua mensagem em breve.

Aproveite para acompanhar o nosso Instagram e receber as nossas novidades e dicas diárias  
<https://instagram.com/niurymartins>

## Mensagem personalizada para enviar ao cliente quando ele entrar em contato

Olá [NOME DO CLIENTE], muito bom dia! 😊  
Aqui é o(a) [SEU NOME], consultor de vendas na [NOME DA EMPRESA]. Agradeço pelo contato e preferência.

Complemente com a opção mais adequada para o seu negócio:

Como posso ajudar?

Qual a sua demanda de hoje?

Qual desafio vamos resolver hoje?

Qual produto você tem interesse?



**Quando o cliente entra em contato, não explica a necessidade e desaparece**

Faça perguntas para levar o cliente a uma conversa ao invés de focar em preço.

Isso ajudará avançar para etapa de qualificação e identificar as reais necessidades dos clientes para em sequência fazer uma oferta (3ª etapa) baseada em benefícios ao invés de características.

Temos diferentes opções deste produto/serviço. Para identificar qual lhe atenderá melhor farei algumas perguntas ok?

Se o seu negócio faz vendas transacionais (vendas rápidas que não demanda muita apresentação e conversa) e não faz sentido ficar perguntando detalhes ao cliente, pode ser interessante já avançar para oferta, porém, lembre-se de apresentar os diferenciais, benefícios e características antes do preço.



**Quando o  
cliente entra  
em contato,  
não explica a  
necessidade  
e desaparece**

Algo muito importante também é iniciar com perguntas para identificar o nível de consciência do cliente para decidir como conduzir a conversa:

Claro, vou lhe passar os preços que temos. Mas antes preciso de alguns detalhes para lhe apresentar a opção mais adequada. Esta será a primeira vez que compra um imóvel?

Você já pesquisou a região que te atende?

O que não poderia faltar em um imóvel para você?

Elabore suas próprias perguntas para estimular a conversa e avançar para a etapa de qualificação.

Com a resposta inicial será mais fácil saber quais outras perguntas fazer para identificar a necessidade e qual será melhor oferta posteriormente.

Caso já tenha apresentado a proposta/preço para o cliente, tente fazer perguntas que chamem a atenção para ativar a conversa.



Quando o cliente entra em contato, não explica a necessidade e desaparece

Olá [NOME DO CLIENTE], muito bom dia! 😊

Complemente com a opção mais adequada para o seu negócio:

Iniciamos uma conversa ontem, poderia me oferecer mais detalhes da sua necessidade para darmos continuidade?

Fiquei aguardando o seu retorno ontem, seria possível darmos continuidade hoje?

Fiquei aguardando o seu retorno ontem, posso te ligar às 15h para darmos continuidade?

Quando o cliente entra em contato, pergunta o preço e depois desaparece

Olá [NOME DO CLIENTE], muito bom dia! Como vai? 😊

Complemente com a opção mais adequada para o seu negócio:

Referente à proposta que preparei para você ontem, ficou alguma dúvida para darmos continuidade?

Enviei algumas mensagens para você nos últimos dias, mas percebi que você ainda não teve como responder. Podemos marcar uma rápida ligação às 15h para darmos continuidade?

Compreendo que o seu tempo esteja complicado esses dias, portanto para facilitar podemos planejar um horário por ligação às 15h?



Faça uma pergunta para chamar a atenção e cumpra com a promessa:

Você viu que estamos com uma promoção especial hoje referente ao produto que você tem interesse?

Restam apenas X unidades do produto Y que você demonstrou interesse. O que acha de reservar o seu para não perder esta oportunidade?

Meu gerente liberou "X" unidades do produto "Y" com X% de desconto apenas para hoje! Lembrei que você tem interesse, posso reservar o seu?

Quando já foram realizadas todas as tentativas de contato para avançar com o cliente, mas ele não retorna.

Olá [NOME DO CLIENTE], muito bom dia! 😊

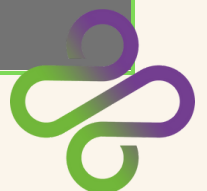
Compreendo que o seu tempo esteja complicado, e para não te incomodar enviando mais mensagens vou encerrar o meu atendimento por aqui.

Sinta-se à vontade para me procurar sempre que precisar. Será uma satisfação atendê-lo(a) novamente!

Tenha um excelente dia!

### *Dica importante*

*Apesar das técnicas ajudarem a levar mais clientes para próxima etapa do funil, sempre existirão aqueles que **não responderão** as mensagens, portanto foque o seu tempo e energia naqueles que apresentarem maior atenção e possibilidade de fechamento. Dar clientes como "perdido" também é estratégia de vendas!*



Quando estiver prospectando clientes pelo Whatsapp através de indicações

**Exemplo caso seja uma prospecção à partir de uma indicação:**

Olá [NOME DO CLIENTE], boa tarde! 😊  
Meu nome é [SEU NOME]. O [NOME DA PESSOA QUE INDICOU] passou o seu contato.

[DESCREVA A SUA OFERTA]

Faz sentido para você esta oportunidade?

**Exemplo caso seja uma prospecção a partir de listas públicas:**

Olá [NOME DO CLIENTE], boa tarde! 😊  
Meu nome é [SEU NOME]. Encontrei seu contato no [LINKEDIN, GOOGLE MAPS, CATÁLOGO DE EMPRESAS DO WHATSAPP, ETC].

[CRIE A NECESSIDADE]

Vi que a sua Hamburgueria está aparecendo atrás de outras 05 hamburguerias quando faço uma pesquisa no Google.

[DESCREVA A SUA OFERTA]  
Sou especialista em Marketing Digital e posso fazer o seu negócio aparecer em primeiro nas buscas, isso com certeza vai aumentar muito suas vendas.

Faz sentido para você esta oportunidade?



**Quando você  
demorar  
responder  
não peça  
desculpas**

Na média geral do mercado os clientes esperam ser atendidos em no máximo 5min, mas se por algum motivo você demorar mais do que isso, não peça desculpas, faça assim:

Muito obrigado pela sua paciência em esperar

Guarde pedidos de desculpas para situações que realmente merecem desculpas. Mas trabalhe para conseguir responder o mais rápido possível os clientes.



# Etapa de Qualificação



Fazer perguntas é a forma mais correta para conseguir identificar a necessidade do cliente para fazer a melhor oferta possível focada em benefícios e não em características. Mas sempre que for iniciar uma sequência de perguntas peça a permissão do cliente, caso contrário ele poderá se sentir incomodado.

Com a permissão do cliente será muito mais fácil de extrair informações para identificar qual a necessidade dele e elaborar uma oferta baseada em benefícios ao invés de características. Vale lembrar que características são detalhes do produto e benefícios são soluções.

Suponhamos que um cliente esteja buscando um carro para família que está crescendo. Características seria “o carro é confortável, espaçoso, bancos em couro de fácil higienização”, etc. Benefício seria saber que o cliente agora tem dois filhos, viaja três vezes ao ano com a família e dizer que o carro é “repleto de Air bags pra maior segurança de todos os passageiros, o motor possui a potência necessária para ultrapassagens seguras e o porta malas permitirá carregar confortavelmente as bagagens”. Somente através de perguntas é possível elaborar ofertas tão personalizadas assim.





## ETAPA DE QUALIFICAÇÃO

### SITUAÇÃO

### SCRIPTS

**Quando o cliente perguntar o preço sem especificar exatamente o que precisa**

Temos diferentes soluções, portanto, preciso fazer algumas perguntas para ajudá-lo (a) a fazer a melhor compra possível, ok?

**Faça perguntas que ajudem a entender a necessidade do cliente**

#### Exemplos no segmento de imóveis:

O que mais chamou sua atenção neste imóvel?

Quais características não podem faltar em um imóvel para você?

Você busca um imóvel para morar ou investir?

#### Exemplos no segmento de moda feminina:

Procura modelos para alguma ocasião especial?

O que mais te chamou atenção neste modelo?

Você pensou em usar algum acessório para complementar o look?



## Exemplos do segmento de autoescolas:

Será a sua primeira habilitação?

Qual a sua maior motivação para ser habilitado?

Qual a sua disponibilidade de horário para estudo?

A ideia neste momento é extrair o máximo de informações do cliente para entender o que ele precisa e não o que ele quer. Um exemplo é a pessoa que busca habilitação de veículo, um dos motivos comuns é ela estar precisando de facilidade para trabalhar e ter mais tempo para família, pois se locomover de ônibus está ocupando muitas horas do seu dia. Portanto, ela quer a habilitação, mas precisa de liberdade e economia de tempo.

Com essas informações será possível criar uma conexão e fazer uma oferta mais poderosa!

### Quando o cliente não responde as perguntas

Isso ocorre normalmente por três motivos comuns:

- 1.** São perguntas que estão sendo invasivas e impedem o (a) cliente de entender que o objetivo está sendo de ajudar.
- 2.** Quando o cliente é mais curioso do que interessado. Nestes casos ele (a) pode realmente não responder.
- 3.** Quando ele (a) não tem tempo.



O importante é perceber os motivos e adequar o processo para que as perguntas tenham sucesso de respostas. Mas sempre que o cliente não responder, procure-o pelo menos mais três vezes enviando diferentes mensagens:

### Exemplo 01

Assim que possível, me retorne com as informações para darmos continuidade. Assim conseguirei encontrar a melhor proposta para você!

### Exemplo 02

Marque a mensagem com este emoji, muitos clientes lhe retornarão.



### Exemplo 03

Posso te ligar às 15h para conversarmos rapidamente? Assim conseguiremos avançar na sua proposta.

Quando o cliente informar qual o seu produto/serviço de interesse, crie conexão demonstrando que você também tem interesse. Veja um exemplo de um atendimento feito por uma empresa de carros seminovos, logo que o cliente sinalizou o interesse por um modelo e também disse que o motivo da escolha seria para trabalho. Lembrando que você pode usar exemplos pessoais ou de clientes.



Você fez uma excelente escolha! Já tive a oportunidade de trabalhar com este modelo, ele é muito econômico e não dá dor de cabeça. Eu precisei apenas fazer manutenções simples como troca de óleo e pneus.

Quando você identifica a necessidade do cliente e conta histórias que conectam, isso faz com que o cliente também queira dialogar e isso ajuda a “desarmar o sistema de defesa do cliente”.

## Se o seu processo de vendas inclui agendamento

Nunca deixe o cliente perceber que sua agenda está muito disponível, pois isso vai desvalorizar o seu tempo e produto.

Para agendar reuniões fale isso:

Podemos nos reunir na quarta às 14:15?

Evite deixar o cliente pensar muito, pois isso pode dificultar o processo. Sempre tente agendar já sugerindo um horário.

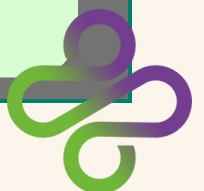
Quando o cliente tentar impor horários, faça assim:

Este horário e dia já tenho compromisso com outro cliente, mas podemos agendar na quinta às 15:45, pode ser?

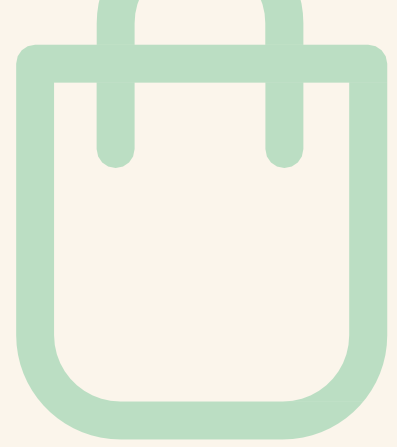
Assim você vai mostrar que seu produto/serviço tem demanda, e isso fará o cliente valorizar ainda mais o seu tempo.

Para evitar esquecimentos, faça isso no dia anterior:

Olá [NOME DO CLIENTE], muito boa tarde! 😊  
Estou passando apenas para lembrar que amanhã às 14:15 estarei lhe aguardando pontualmente para nossa reunião. Muito obrigado!



# Etapa da Oferta



Agora é o momento de ofertar a melhor solução para o cliente baseado nos benefícios que foram possíveis identificar à partir das perguntas feitas na etapa anterior.

Um primeiro conceito que quero esclarecer é o de “Orçamento” e “Oferta”. Orçamento é o documento que vai formalizar a oferta, e normalmente ele possui detalhes como dados do cliente, breve apresentação da empresa, dos produtos/serviços, investimentos e forma de pagamento.

Vejo muitos vendedores focando em elaborar a melhor apresentação possível acreditando que este seja o caminho para fazer o cliente comprar.

Concordo que uma boa apresentação é importante, mas não é o principal ponto.

É aí que entra a oferta, que é a explicação baseada em benefícios identificados, e ela pode ser um texto, áudio ou até vídeo enviado junto ao orçamento.

Um exemplo seria um cliente que pretende comprar um serviço de construção de site e o vendedor identificou que o maior benefício para ele é fazer com que a empresa seja encontrada nas buscas locais pelo Google e o site seja posicionado na frente dos concorrentes que já aparecem nas buscas.

Neste caso o orçamento seria detalhando o serviço de site, mas junto o vendedor poderia enviar um áudio explicando exatamente este ponto e quais seriam os benefícios para o cliente, bem como aparecer na frente dos concorrentes quando o cliente pesquisar “X, Y ou Z” no Google, mais clientes diários procurando pelo serviço e principalmente aumento das vendas.



A oferta é exatamente o que o cliente precisa saber para solucionar o seu problema, e ela pode conter técnicas de persuasão para acelerar a decisão de compra do cliente, também conhecidas como Gatilhos Mentais.



## USE GATILHOS:

Confira alguns gatilhos mentais para você usar em suas ofertas:



### RECIPROCIDADE

Temos a tendência natural de retribuir algo que nos gera valor. Sendo assim, procure sempre gerar valor para seu contato. Um brinde, cupom de desconto, dica útil ou algo do tipo é sempre recomendado.



### PROVA SOCIAL

Que tal enviar depoimentos de outros clientes sobre seus produtos e serviços? A prova social irá remover qualquer dúvida que seu cliente possa ter.



### ESCASSEZ

Quando você envia uma mensagem afirmando que “restam últimas unidades”, “As inscrições irão se encerrar”, ou textos similares, você motivará seu cliente a agir para não perder o produto.



### AUTORIDADE

Este gatilho, na minha opinião, é o principal. Se você é autoridade no que vende, terá mais clientes. Seu contato precisa sentir que você tem autoridade no que está falando. Se estiver enviando uma mensagem sobre um hot-dog, tenha a certeza de transmitir a sensação de que você produz um dos melhores hot-dogs que ele poderá comer. Se você está vendendo um carro, tenha a certeza que o cliente achará você um expert no assunto.



### ANTECIPAÇÃO E NOVIDADE

Outro bom gatilho de vendas é a novidade. Compradores por impulso tendem a aderir às novidades com mais rapidez do que qualquer outro. Se você já traçou o perfil de seu contato e ele é um comprador por impulso, inclua esse gatilho em suas vendas.



## ETAPA DE OFERTA

### SITUAÇÃO

### SCRIPTS

Quando o cliente disser "Achei caro"

#### Complemente com a opção mais adequada para o seu negócio

Compreendo, caro comparado a quê?

Compreendo, este é o primeiro orçamento que está fazendo ou já comparou com outras opções no mercado?

Compreendo e quero te ajudar a fazer a melhor compra possível!  
O que eu poderia melhorar na proposta para valer o preço que apresentei?

Compreendo, se não fosse o preço, fecharíamos negócio?

Compreendo, mas você notou que o produto/serviço possui os benefícios [X, Y e Z] comparado a outros disponíveis no mercado?

Compreendo, realmente os melhores produtos/ serviços são mais caros. Mas temos estas outras opções também [CITE DE MENOR VALOR].





**Quando o  
cliente disser  
“Achei caro”**

Compreendo, infelizmente não terei o menor preço, mas terei o melhor produto. Você notou que ele possui os benefícios [X, Y e Z]?

Compreendo, mas como você vai se sentir se [PROBLEMA QUE SEU PRODUTO RESOLVE]:

- a.** Se após alguns meses a pintura da parede perder a cor e ficar manchada devido à chuva?
- b.** Se após alguns meses a torneira começar a ter vazamentos e você ter que investir algumas boas horas e dinheiro para resolver?
- c.** Se o seu carro te deixar na mão no momento que você estiver viajando a trabalho ou com sua família?



**Quando o cliente disser “achei mais barato em outro lugar”**

Pergunte ao cliente:

Poderia me passar detalhes da outra proposta (não é necessário dizer o nome da empresa). Vou analisar e farei o melhor que puder para você!

Com as informações passadas você terá condições de saber se o cliente não entendeu os seus diferenciais e poderá explorar melhor isso.

Caso a questão seja realmente o preço você poderá oferecer desconto ou algum outro benefício (bônus ou brinde), afinal, quando o cliente pede desconto, ele quer é um benefício.

**Quando o cliente não responde as mensagens depois de enviar a proposta**

Existem diferentes motivos que levam o cliente a não responder, estes são bem comuns:

### **1. Clientes sem tempo e indecisos**

Nestes casos é importante procurar o cliente pelo menos mais três vezes, em dias diferentes, enviando uma mensagem dessa forma:

Olá [NOME DO CLIENTE]! Você teve como analisar a proposta que enviei ontem?

Olá [NOME DO CLIENTE]! Poderia me retornar hoje com as informações que preciso para avançarmos na sua proposta?



Se mesmo assim o cliente não retornar, tente mudar a forma de contato para uma ligação, por exemplo. Pergunte ao cliente:

Posso te ligar às 10h para conversarmos rapidamente?

## 2. Clientes rudes e sem educação

Existem clientes que não valorizam o nosso tempo, e se mesmo após as várias tentativas de contato ele não retornar, encerre o atendimento com ele enviando uma mensagem assim:

Agradeço pelo seu tempo e atenção nos últimos dias, mas compreendo que talvez não seja o melhor momento para fecharmos negócio. Mas sempre que precisar, pode me procurar, só não prometo manter as mesmas condições. Tenha um excelente dia!

Muitos clientes vão retornar após essa mensagem!

Aquela pausa na conversa após enviar a proposta é normal, portanto, siga essas instruções:

**1. Nunca justifique o preço após enviar a proposta. Isso demonstra a insegurança de quem está vendendo.**

**2. Faça perguntas para entender se o cliente teve alguma dúvida:**



A localização fez sentido para você?

Ficou alguma dúvida?

Este imóvel atende você?

### **3. Se o cliente não tiver dúvidas, leve ele ao fechamento com as perguntas:**

Preciso somente dos seus dados  
para darmos continuidade, ok?

Você prefere pagar à vista com desconto de 5%  
ou parcelado em até 4x no cartão de crédito?

Qual a melhor data de vencimento para você?

Você pretende iniciar hoje mesmo?

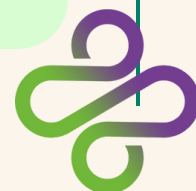
### **4. Em alguns casos o cliente que está solicitando a proposta não é quem decide, talvez seja necessário conversar com o sócio, com a esposa ou esposo, com o pai, etc. Nestes casos pergunte:**

Você terá um retorno até  
amanhã para avançarmos?

Posso agendar uma conversa com vocês dois  
juntos para revisarmos a proposta, pode ser?

Utilize alguma das perguntas:

O que posso fazer para  
fechamos negócio agora?



Como você vai se sentir se:

- a.** Chegar à festa sem este vestido?
- b.** Viajar com sua família sem este carro?
- c.** Continuar usando o celular sem a película protetora?

*\* Use perguntas que farão o cliente reconhecer o problema de não ter a sua solução.*

O que está impedindo você de tomar a decisão para [BENEFÍCIO]?

- a.** Usar este lindo vestido na festa de casamento?
- b.** Dar a sua família o presente de um novo lar? **c.** Proteger a tela do seu celular com esta película?

*\* Use perguntas que farão o imaginar o benefício e solução da sua proposta.*

## Quando encerrar um atendimento

### Exemplo 01

Agradeço imensamente pelo contato e preferência. Sempre que precisar é só me acionar! 😊

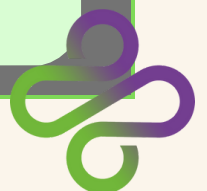
### Exemplo 02

Foi ótimo receber o seu contato. Sempre que precisar é só me chamar! 😊

### Exemplo 03

Agradeço imensamente pelo contato e preferência. Sempre que precisar é só me acionar!

Aproveite para acessar o nosso Instagram no link abaixo, estamos publicando dicas incríveis de educação financeira diariamente <https://instagram.com/niurymartins>



**Não use a palavra "Barato" nas suas ofertas**

A palavra "Barato" normalmente é relacionada à baixa qualidade, e isso pode prejudicar a percepção de valor do seu produto/serviço.

Ao invés de dizer:

Este produto está barato.

Diga:

Este produto está com preço mais acessível.

Assim você vai trabalhar a ideia de benefício de menor preço sem relacionar com a baixa qualidade.

**Quando o cliente diz "vou esperar a fatura do cartão fechar"**

Considerando que o cliente realmente está interessado, mas precisa aguardar o fechamento da fatura para ter crédito e realizar a compra, faça o seguinte:

Certo! Podemos combinar de retomar a nossa conversa na data "X" logo após o fechamento da sua fatura?

Ter formas de pagamento alternativas neste caso pode ajudar na conversão imediata da venda, como por exemplo:

**Exemplo 01**

Seria interessante o pagamento à vista e aproveitar o desconto de X%?



## Exemplo 02

Temos a modalidade de pagamento mensal no cartão crédito e não vai comprometer o limite, assim fica melhor para fecharmos agora?

## Exemplo 03

Temos a opção do boleto parcelado também, assim fica melhor para fecharmos agora?

Mas caso o cliente esteja dizendo isso devido estar com dúvidas ou simplesmente não interessou no produto e está apenas tentando ser gentil para não dizer “não vou comprar”.

A forma de tratar a situação é outra, afinal a questão aqui não é a forma de pagamento, mas sim o processo de vendas que precisa ser melhorado.

Para confirmar se é realmente uma desculpa do cliente, basta observar a quantidade de clientes que dizem isso (ou similar) e depois não retornam.

Isso pode estar ocorrendo devido o negócio estar atraindo público errado, o cliente não ter percebido valor no produto/serviço ou ele não tem urgência de comprar naquele momento.

O motivo de o cliente dizer isso é exatamente o mesmo mencionado na situação anterior onde ele também pode dizer “vou aguardar a fatura do cartão fechar”.



## Se o cliente disser "vou pensar e te retorno"

De fato, 90% dos clientes que dizem isso não retornam.

Alguns podem apenas dizer 'Ok, obrigado!', e quando o cliente diz isso existe alguma objeção oculta que você deve descobrir, seja para tentar trazer o cliente para negociação novamente e também melhorar o processo de vendas para futuros clientes que procurarem e evitar que esta situação ocorra novamente.

Para trazer o cliente novamente para negociação você pode testar algumas variações de perguntas que se adequam melhor ao seu negócio, exemplo:

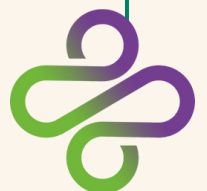
Compreendo, mas quando clientes dizem que precisam pensar mais um pouco é porque eu não consegui ser totalmente claro na minha apresentação. Poderia me ajudar dizendo qual é a dúvida que eu não pude esclarecer?

Compreendo, mas se me permite, gostaria de fazer uma pergunta especial. O que faltou exatamente para você decidir a compra agora?

Compreendo, mas qual é exatamente a dúvida que você tem que te impediu de decidir agora?

Compreendo que você precise pensar mais um pouco, mas qual é a dúvida que você tem que eu poderia esclarecer agora?

Compreendo e quero te ajudar na melhor decisão de compra possível! Poderia me dizer o que você precisa analisar para avançar no fechamento da proposta?





**Se o cliente disser "vou pensar e te retorno"**

ou essa ainda mais elaborada e mais simpática:

Tudo bem! Agradeço imensamente pelo seu interesse e continuarei à disposição para atendê-lo(a) sempre que precisar.

Mas antes de encerrarmos o atendimento gostaria de te pedir uma ajuda muito especial respondendo esta pergunta abaixo.

Prometo que não vou insistir na nossa negociação ao receber a sua resposta, o objetivo é realmente melhorar o nosso atendimento.

O que te impediu de decidir a compra agora?

Alguns clientes vão revelar exatamente a objeção que possuem, seja relacionado ao preço, benefícios, concorrência, se é prioridade no momento, entre outras.

Logo que ele revelar exatamente o motivo será momento de fazer mais perguntas se necessário para entender exatamente qual sua dúvida e tentar contornar a objeção para fazer a venda.

Para vendas transacionais (de preços menores) funciona muito bem trazer o cliente para negociação novamente e fazer a venda!



Mas para vendas relacionais (de preços maiores) a estratégia é identificar qual o próximo avanço (agendar uma reunião, visita, demonstração, atualizar a proposta, agendar um retorno, etc).

Mas ele pode insistir que não teve dúvida e que só precisa pensar ou então dizer algo sem muito sentido, neste caso ele quer apenas sair da negociação de forma educada sem revelar exatamente qual sua objeção.

Neste caso tem que dar o espaço que o cliente quer para não ser chato(a), agradecer pela atenção e preferência e continuar trabalhando para melhorar o processo de vendas para evitar que este tipo de situação ocorra com frequência.

**Se o cliente disser "vou conversar com o meu marido/esposa" ou "vou apresentar para o meu gerente"**

O ponto mais importante quando isso ocorrer significa que o cliente está envolvendo mais uma pessoa que vai ajudar no processo de decisão da compra.

E quando ele for apresentar a proposta para nova pessoa é muito provável que o vendedor não esteja presente, portanto, é importante preparar o cliente para fazer a melhor apresentação possível para esta outra pessoa.



Para isso é necessário conhecer os papéis de compra dos clientes envolvidos, existem quatro bem comuns:

**1 Iniciador:** quem identifica a necessidade e inicia o processo de busca da solução.

Pode ser, por exemplo, o gerente de uma empresa que precisa ter um site.

Ele identificou a necessidade e pode até iniciar o contato com alguns fornecedores, mas quem vai avaliar as propostas, comprar e usar serão outras pessoas.

**2 Usuário:** quem vai usar o produto comprado. Usando o exemplo anterior, neste caso o usuário será o profissional de marketing da empresa.

**3 Influenciador:** normalmente participa da proposta avaliando tecnicamente os detalhes.

Na compra de um equipamento de informática, por exemplo, pode ser o técnico da empresa ou algum amigo do cliente que entenda do assunto.

**4 Decisor:** É a pessoa que tem a palavra final para aprovação da compra.

Em grandes organizações o decisor e comprador podem ser pessoas diferentes, mas se tratando de pequenos negócios, normalmente quem decide também paga. Um exemplo é um garoto que acabou de completar 18 anos e pretende obter a CNH, mas é o pai que vai comprar. O garoto será usuário e o pai decisor.



Os papéis de compra podem chegar a 07, mas acredito que ficando claro estes 04 já vai facilitar muito a solução da questão.

O primeiro passo é fazer perguntas para identificar qual o papel de compra deste cliente que será envolvido, exemplos:

**Ele(a) vai ajudar na decisão de pagamento?**

**Ele(a) que vai usar o produto?**

**É ele(a) que vai avaliar o contrato?**

**Ele(a) já teve a experiência de usar este produto/serviço?**

**Ele(a) também é especialista nesta solução?**

**É ele(a) que vai usar o produto?**

Após conseguir identificar o papel de compra do novo cliente que terá contato com a proposta, a missão do vendedor é fazer mais perguntas para entender quais são os pontos importantes a serem reforçados para o cliente apresentar quando o vendedor não estiver presente.

Suponhamos que o vendedor esteja apresentando um carro para um homem e a esposa dele será a usuária.

Fazendo mais perguntas como “O que ela espera do imóvel?” ou “Quais os requisitos mais importantes para ela?”, assim será possível identificar se ela tem preferência itens de segurança, conforto ou desempenho para citá-los de forma específica para o cliente recordar de falar para ela.



Fazendo mais perguntas como “O que ela espera do carro?” ou “Quais os requisitos mais importantes para ela?”, assim será possível identificar se ela tem preferência itens de segurança, conforto ou desempenho para citá-los de forma específica para o cliente recordar de falar para ela.

Entendo que analisar todos os papéis de compra e identificar o que cada um busca no processo é um exercício e tanto.

Em vendas de valores maiores é bem comum o vendedor precisar ter este nível de envolvimento no processo.

Em vendas menores normalmente é mais simples, afinal na maioria das vezes quem procura já assume todos os papéis de compra.

Mas para facilitar eu sempre sugiro tentar agendar uma conversa com todos os envolvidos, assim será muito mais fácil de avançar no processo. Basta fazer uma pergunta similar a esta:

Posso fazer uma rápida apresentação para ele(a) também. O que acha de agendarmos um horário?

O que acha de criarmos um grupo no Whatsapp onde eu possa enviar um áudio com uma breve explicação e esclarecer as dúvidas de todos os envolvidos?




# Mensagens Complementares para Etapa de Vendas de Imóveis



Algumas mensagens para complementar a venda de um imóvel.  
Faça as adaptações que fizerem sentido para você.

ETAPA DE VENDA	
SITUAÇÃO	<a href="https://www.agendor.com.br/C/bRlloPgT/mS-ensagem-saudacao-clientes-whatsapp/">https://www.agendor.com.br/C/bRlloPgT/mS-ensagem-saudacao-clientes-whatsapp/</a> Este é um bom dia para você criar as suas mensagens, faça suas adaptações.

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

 55 11 9 5355 4048

 **innove**  
consultoria e branding