

## CALL PLAN - Prepare-se para as ligações! :)

### OBJETIVO DA LIGAÇÃO:

Seu objetivo é vender um sonho, não se trata de vender, mas sim:

- (1) auxiliar o cliente a construir uma visão de solução;
  - (2) criar um link entre seu produto e serviço e a necessidade de solução do cliente prospectado.
- Avançar para uma reunião
  - Qualificar se o prospect é uma oportunidade
  - Qualificar se o contato é um decisor e se possui autonomia para compra

### REGRAS PRÁTICAS:

- Este call não deve nunca passar de 15 minutos;
- Energia na voz
- Posicione-se como um especialista
- Faça perguntas inteligentes;
- Construa autoridade, rapport e confiança;
- Crie urgência e escassez

Esse **script** pode ser usado tanto como *primeira* interação, quanto *follow up* para os leads que responderam a um *cold mailing* (e-mail de prospecção).

Faça o dever de casa antes.

Pesquise sobre a empresa, sobre a pessoa de contato, analise o LinkedIn do contato e tente achar:

- Conexões pessoais (Crie rapport - [Clique aqui para saber o que é rapport](#));
- Hipótese de problemas que essa empresa pode estar passando;
- Liste os principais desafios que o seu contato está enfrentando;
- Liste clientes e cases do mesmo segmento que sua empresa já atendeu.

### PARTE 1: INTRODUÇÃO - Apresentação e Conexão

- Apresente-se pausadamente;
- Passe entusiasmo e tranquilidade;
- Agregue valor o mais rápido o possível.

**Exemplo:**

Olá, aqui é {Seu Nome} da {Nome da sua empresa}. Tudo bem?

**(Pausa para resposta)**

Te peguei em um bom momento?

(Sim)

Temos ajudado algumas empresas do ramo {segmento do prospect} a {Benefício que sua solução proporciona (reduzir, aumentar, diminuir riscos)}. Já ajudamos {Empresa case1} e {Empresa case2} a gerar uma economia (mudar para o benefício que fizer sentido) de mais de XX% no último ano.

Estava olhando {Ponto de conexão (Linkedin, Site da empresa, Notícia na mídia)} estava me perguntando como você estão lidando com esse desafio.

(Não)

Qual seria o melhor horário para falarmos? Temos ajudado algumas empresas do ramo {segmento do prospect} a {Benefício que sua solução proporciona (reduzir, aumentar, diminuir riscos)} e gostaria de saber se podemos ajudar sua empresa a conquistar os mesmos resultados.

(Agendar o call, confirmar o email, enviar email de confirmação, tenha um bom template de confirmação de reunião).

## **PARTE 2: Qualificação do prospect**

- Analisar se empresa se enquadra no perfil de cliente ideal ([Saber mais aqui](#))
- Há interesse, mas ele está pronto para agir?
- Você está lidando com a pessoa que tem poder decisão ou influência?
- Há um interesse real em avançar para o próximo passo?

### **Exemplo:**

*Muito interessante o seu desafio. Para saber se conseguimos ajudar sua empresa, eu precisava confirmar alguns pontos, prometo ser bem breve.*

*Fazer perguntas de qualificação (Definidas no seu processo de qualificação)*

*Para a contratação da nossa solução é necessário envolver mais alguém? Você toma a decisão sozinho?*

**Caso, o prospect esteja qualificado avance para investigação de necessidade  
Caso não esteja, feche a porta com a frase:**

*Entendo que no momento não somos a melhor solução para sua empresa. Vou enviar um email com os meus contatos e voltamos a nos falar mais para frente.*

**Dê o lead como perdido no seu CRM informando que o mesmo não tinha FIT com sua solução.**

### **PARTE 3: Investigação de Necessidade**

- Uma vez iniciada a conversa por telefone com o prospect, a discussão deve focar no negócio do cliente e não em vender a solução.
- Antes de discutir sobre o problema e desafios que ele enfrenta, pergunte ao cliente - usando perguntas abertas sobre o funcionamento do negócio dele; como é estruturado, quanto tempo existe a área, etc.
- Esses são alguns exemplos de perguntas que devem ser adaptadas para o seu negócio.
- O principal objetivo é deixar o cliente falar sobre o negócio dele.
- Se após toda a conversa ainda não ficar claro qual é a maior dor, pergunte diretamente: *Qual é sua principal dor?*

#### **Exemplo:**

*Como seu departamento / equipe de {área que sua empresa ajuda} está estruturado?*

*Como seu processo de \_\_\_\_\_ está organizado?*

*Qual sistema de \_\_\_\_\_ sua empresa está utilizando?*

*Há quanto tempo?*

*Quais são os desafios que você atualmente enfrenta? (pergunte: “o que mais?” depois de cada resposta).*

*Você já procurou tentar resolver esse cenário?*

*Onde o desafio que você descreve se encaixa na sua lista de prioridade?*

*Por que você contratou o sistema atual? Quem tomou essa decisão?*

*Qual é a chance disso acontecer (compra / projeto / substituição) ainda esse (ano / semestre / mês).*

*O que te motivaria a fazer isso agora?*

#### PARTE 4: DEFINA OS PRÓXIMOS PASSOS

- Nunca saia de uma reunião sem um próximo passo agendado
- Crie maturidade para o Sales Rep (Quando a ligação é feita por um SDR)
- Documente tudo por email
- Envie um convite
- Registre no CRM

*Conseguir ter uma visão completa da sua empresa e dos seus desafios.*

*Como você me disse, é uma prioridade para você \_\_\_\_\_ (Resolver, Aumentar, Passar mais credibilidade), correto? Gostaria de agendar uma reunião sua com nosso especialista em {mercado / setor / necessidade} e ver como podemos evoluir na solução do seu desafio*

*Podemos fazer amanhã às \_\_\_\_\_ horas? (caso não) Qual seria o melhor dia? Perfeito, estou te enviando um convite agora, e também, um resumo de tudo que conversamos.*

#### PARTE 5: DOCUMENTE & FUP (Follow Up)

*Envie convite no Google Calendar/Outlook;  
Envie email de lembrete recapitulando o papo;  
Documente suas notas no Pipedrive;  
Passe o Bastão para o executivo de contas*

**Para aprender mais acesse:**  
[www.growthmachine.com.br](http://www.growthmachine.com.br)

**Assine meu canal no Youtube:**  
[https://www.youtube.com/channel/UCq4tL0My6NKKx1NuNr0WHwA?view\\_as=subscriber](https://www.youtube.com/channel/UCq4tL0My6NKKx1NuNr0WHwA?view_as=subscriber)