



AGÊNCIAS DE ELITE

CHECKLIST

REUNIÃO DE VENDAS

QUALIFICAÇÃO DO LEAD

Ligação de perguntas qualificatórias (máximo 10 min)

PRÉ-CALL

☐ Chamar o lead em menos de 10 min após cadastrar no funil

Obs: Desde que o cadastro do lead tenha ocorrido dentro do horário comercial, caso contrário, tente entrar em contato na primeira hora do dia seguinte.

☐ PDF Pré-Call

O PDF Pré-Call é um material enviado antes de uma reunião (call) com um potencial cliente. Ele serve para preparar o lead, qualificá-lo e aumentar a taxa de conversão da conversa. Normalmente, esse PDF contém

- ☒ Contexto sobre a solução ou serviço oferecido
- ☒ Benefícios e diferenciais do negócio
- ☒ Cases de sucesso e provas sociais
- ☒ Expectativas para a reunião

O objetivo é garantir que o lead já tenha um nível mínimo de conhecimento sobre a proposta antes da conversa, tornando a call mais produtiva e direcionada para a tomada de decisão.

☐ 3 tentativas para confirmar (primeiro contato, 24h pré-call e no dia)

☐ Confirmar em pelo menos 3 canais diferentes, caso necessário. (voip, instagram e whatsapp)

☐ 24h antes da call mandar prova social com dor do lead ou do nicho do lead

✱ REUNIÃO 1: RAPPORT E DIAGNÓSTICO & ANTECIPAÇÃO

O que é Rapport? **Rapport** é a criação de conexão e empatia em uma conversa, gerando confiança e engajamento. No contexto de vendas, ajuda o lead a se sentir mais à vontade, aumentando as chances de conversão. Técnicas comuns incluem espelhamento, encontrar pontos em comum e escuta ativa.

- ☐ Seguir o lead, curtir stories e postagens, etc.
- ☐ Identificar o perfil comportamental do lead

Reunião 1: Diagnóstico

- ☐ Perguntas de diagnóstico
- ☐ Antecipação para próxima call
- ☐ Marcar próxima reunião com o lead

✱ REUNIÃO 2: PLANO DE AÇÃO, APRESENTAÇÃO COMERCIAL E NEGOCIAÇÃO

Reunião 2: Plano de Ação

- ☐ Apresentar plano de ação
- ☐ Transição para a apresentação
- ☐ Abrir slide da apresentação comercial

Apresentação comercial

- ☐ Fazer apresentação comercial
- ☐ Perguntar “Essa solução resolve o problema que você me trouxe?”
- ☐ Recapitulação das positivas
- ☐ Fazer a proposta (apresentar o preço)

Projeção

- ☐ Mostrar projeção (credibilidade e coerência)

Negociação

- ☐ Começar negociação
- ☐ Receber uma contraproposta
- ☐ Identificar se é “Chorão ou Apertado”
- ☐ Consultar linhas de negociação e fazer contraproposta
- ☐ Quebra de objeções
- ☐ Pedir a venda (contrato assinado + entrada)



FOLLOW UP (CICLO DE VENDAS MÉDIO DE 15 DIAS)

- ☐ Caso não venda na reunião, marque a próxima reunião
- ☐ Prioridade em fazer follow up em reunião ou ligação
- ☐ Mandar depoimentos de clientes
- ☐ Mandar presente no estabelecimento do cliente
- ☐ Manter CRM atualizado para fazer recuperação depois de 90 dias
- ☐ Só paro de acionar o lead quando ele pede ou morre.

TEMPO EM CADA ETAPA (2 REUNIÕES - 1H CADA)

Reunião 1

- ☐ Rapport (10min)
- ☐ Diagnóstico&Antecipação (50min)

Reunião 2

- ☐ Plano de ação (10min)
- ☐ Apresentação Comercial (25min)
- ☐ Projeção (5min)
- ☐ Negociação (20min)

TEMPO EM CADA ETAPA (1 REUNIÃO - 1H30MIN)

- ☐ Rapport (10min)
- ☐ Diagnóstico&Antecipação (25min)
- ☐ Plano de ação (10min)
- ☐ Apresentação Comercial (20min)
- ☐ Projeção (5min)
- ☐ Negociação (20min)