EBOOK GRATUITO

Técnicas de vendas: 12 práticas para fechar mais negócios

Roteiros simples de abordagem, diagnóstico, objeções e follow-up para donos de negócio e vendedores

Seu negócio cresce. A gente ajuda.

Material educativo. Resultados dependem de cada negócio e não são garantidos.

Neste ebook

Vender bem não depende de dom, e sim de método. Este material reúne práticas que você pode aplicar já na próxima conversa com um cliente, seja no WhatsApp, por telefone ou presencialmente. Os roteiros são exemplos: adapte ao seu jeito e ao seu mercado.

O que você vai encontrar

- Vender é ajudar a resolver um problema
- Prática 1: conheça o cliente antes de abordar
- Prática 2: abordagem curta e útil
- Prática 3: diagnóstico com perguntas (SPIN)
- Prática 4: qualifique antes de gastar tempo
- Prática 5: apresente benefícios, não só características
- Prática 6: use prova social
- Prática 7: trate objeções com calma
- Prática 8: proposta clara e rápida
- Prática 9: follow-up organizado
- Práticas 10 a 12: fechar, entregar e pedir indicação
- Meça para melhorar

1. Vender é ajudar a resolver um problema

Clientes não compram produtos, compram a solução de um problema ou o caminho para um objetivo. Quem vende bem faz boas perguntas, escuta e mostra como a oferta resolve aquilo que importa para a pessoa.

- Fale menos de você e mais do cliente
- Troque "o que eu vendo" por "o que o cliente ganha"
- Seja honesto: se não for o melhor para ele, diga. Isso gera confiança e indicações

2. Prática 1: conheça o cliente antes de abordar

Antes de falar, gaste cinco minutos pesquisando. Em empresas, veja o site, as redes sociais e o que ela vende. Em pessoas, observe o contexto do pedido.

- ✓ Quem é a pessoa e qual o papel dela na decisão
- ✓ O que a empresa ou pessoa faz e para quem
- ✓ Que problema meu produto poderia resolver para ela
- ✓ Como ela chegou até mim (anúncio, indicação, site)

3. Prática 2: abordagem curta e útil

A primeira mensagem precisa mostrar que você sabe com quem fala e por que está falando. Evite textos longos e genéricos.

Modelo para WhatsApp (cliente que pediu informação)

> *Olá, [nome]! Aqui é o [seu nome], da [empresa]. Vi que você pediu informações sobre [produto/serviço]. Para te indicar a melhor opção, posso te fazer duas perguntas rápidas?*

Modelo para contato ativo (cliente que não pediu)

> *Olá, [nome]! Sou o [seu nome], da [empresa]. Ajudamos [tipo de empresa] a [resultado concreto]. Posso te mostrar em 10 minutos como isso funcionaria para a [empresa dele]?*

> **Dica**
>
> Respeite o direito de recusa e a legislação de proteção de dados. Ofereça sempre uma forma fácil de o cliente dizer que não tem interesse.

4. Prática 3: diagnóstico com perguntas (SPIN)

O método **SPIN**, popularizado por Neil Rackham, organiza as perguntas em quatro tipos. É uma ótima base para entender a necessidade antes de apresentar preço.

Tipo	Objetivo	Exemplo de pergunta
Situação	Entender o cenário atual	Como vocês fazem hoje o controle de pedidos?
Problema	Descobrir dores	O que mais atrapalha nesse processo?
Implicação	Mostrar o custo de não resolver	Quanto isso custa por mês em retrabalho?
Necessidade	Fazer o cliente enxergar o valor	Se isso fosse resolvido, o que mudaria para vocês?

Faça poucas perguntas de situação (a pesquisa prévia já responde parte delas) e invista tempo em problema e implicação.

5. Prática 4: qualifique antes de gastar tempo

Nem todo contato é uma oportunidade real. Uma qualificação simples evita propostas que nunca serão fechadas. Um modelo conhecido é o **BANT**:

- **Budget (orçamento):** existe verba para isso?
- **Authority (autoridade):** quem decide e quem influencia?
- **Need (necessidade):** o problema é real e importante?
- **Timeline (prazo):** quando precisa resolver?

> **Atenção**
> Qualificar não é interrogar. Converse naturalmente e anote as respostas no seu CRM ou planilha.

6. Prática 5: apresente benefícios, não só características

Característica é o que o produto tem. Benefício é o que o cliente ganha. Apresente o segundo e use o primeiro como prova.

Característica	Benefício para o cliente
Sistema em nuvem	Acesse de qualquer lugar e não perca dados
Suporte por WhatsApp	Resolva dúvidas rápido, sem fila de telefone
Entrega em 48 horas	Receba antes do evento e sem correria

7. Prática 6: use prova social

As pessoas confiam em quem já passou pela experiência. Mostre resultados reais de clientes parecidos com o seu lead.

- Depoimentos curtos, com autorização
- Antes e depois, quando fizer sentido
- Números concretos de resultado (sem exagero)
- Avaliações no Perfil da Empresa no Google

8. Prática 7: trate objeções com calma

Objeção não é rejeição, é um pedido de mais informação. Um bom caminho é: **ouvir, confirmar, responder e checar**.

"Está caro"

> *Entendo. Posso perguntar: está caro comparado a quê? Quero te mostrar o que está incluso e o que você deixaria de ganhar se escolher uma opção mais barata.*

"Vou pensar"

> *Claro! Para eu te ajudar a decidir, qual é a principal dúvida que ficou? Se for algo que eu consiga esclarecer agora, melhor ainda.*

"Já tenho fornecedor"

> *Ótimo, isso mostra que você valoriza o serviço. Não proponho trocar, e sim ter uma segunda opção. Posso te enviar uma proposta só para comparar?*

9. Prática 8: proposta clara e rápida

Envie a proposta em até 24 horas depois do diagnóstico. Quanto mais tempo passa, mais o interesse esfria.

- ✓ Resumo do problema do cliente nas palavras dele
- ✓ Solução proposta e o que está incluso
- ✓ Prazo e condições de pagamento
- ✓ Valor com opções (por exemplo, 2 ou 3 pacotes)
- ✓ Prazo de validade da proposta
- ✓ Botão ou próximo passo claro (aceitar, agendar)

10. Prática 9: follow-up organizado

A maioria das vendas acontece depois do segundo ou terceiro contato. Planeje a cadência e anote tudo.

Quando	O que enviar
Dia 1	Proposta com resumo
Dia 3	Pergunta: "Ficou alguma dúvida?"
Dia 7	Um conteúdo ou caso que ajude na decisão
Dia 14	Última mensagem educada, com a porta aberta

11. Práticas 10 a 12: fechar, entregar e pedir indicação

Prática 10: peça a decisão

Depois de tirar as dúvidas, proponha o próximo passo de forma direta: "Posso emitir o contrato para começar na segunda-feira?".

Prática 11: entregue mais do que prometeu

O pós-venda é a melhor fonte de novas vendas. Acompanhe os primeiros dias, resolva problemas rápido e pergunte se o cliente está satisfeito.

Prática 12: peça indicação

> *Fico muito feliz que tenha gostado! Você conhece alguém que também precisa disso? Se puder me apresentar, agradeço muito.*

12. Meça para melhorar

O que não se mede não melhora. Acompanhe poucos números, toda semana.

Indicador	Como calcular
Taxa de conversão	vendas ÷ propostas enviadas × 100
Ticket médio	faturamento ÷ número de vendas
Tempo de resposta	média entre a mensagem do cliente e a sua resposta
Motivo de perda	anote por que cada proposta não fechou

Quer ajuda?

Nossa consultoria monta o processo de vendas e treina sua equipe. Peça um orçamento grátis no site.

Gostou do material?

Assine nossa newsletter para receber novos ebooks, checklists e planilhas gratuitos. Se quiser ajuda para aplicar o conteúdo no seu negócio, peça um orçamento grátis no nosso site.