

# Call de vendas

## Entenda o caso, mostre o caminho e conduza a decisão.

Esta estrutura ajuda você a conduzir uma conversa comercial com clareza, mesmo sem ser um vendedor profissional. A call entrega uma leitura da situação e um plano de ação personalizado antes da proposta de acompanhamento.

### Os seis momentos

#### 1. Conexão e alinhamento

Parta da aplicação e explique como a conversa funcionará.

#### 2. Investigação

Entenda situação, problema, impacto e valor da mudança.

#### 3. Diagnóstico

Organize sua leitura e confirme se ela faz sentido para o lead.

#### 4. Plano de ação

Aplique os pilares do método ao caso e mostre o primeiro passo.

#### 5. Validação

Confira alinhamento, expectativas e condições de execução.

#### 6. Pitch e decisão

Apresente acompanhamento, entrega, investimento e bônus de velocidade.

**Antes:** revise a aplicação e prepare método, oferta e condição comercial.

**Apoio visual:** modelo de uma página incluído neste guia.

**Depois:** registre decisão e próximo passo para o follow-up.

Use os exemplos de fala como apoio e adapte ao contexto. A conexão vem da atenção ao que a pessoa relata, da escuta e da compreensão do caso.

# Entre com contexto

## Leia a aplicação

Separe o objetivo declarado, o principal desafio, os sinais de aderência ao MQL e dois ou três pontos que precisam de esclarecimento. Use o que o lead informou para começar; evite pedir novamente todos os dados do formulário.

## Tenha as bases disponíveis

- **Mapa do Método:** transformação, pilares, ações e marcos.
- **Ficha da Oferta:** formato, duração, suporte, limites e responsabilidades.
- **Material de uma página:** estrutura para mostrar diagnóstico e plano.

## Defina o bônus de velocidade antes

Anote estas condições antes da conversa. Nenhum valor deve ser improvisado durante o pitch.

### Preço padrão

[Valor e condições de pagamento usuais.]

### Preço na call

[Valor com desconto e condições de pagamento.]

### Critério para assegurar a condição

[O que precisa acontecer: confirmação, pagamento ou outro critério previamente definido.]

### Validade

[Momento em que a condição exclusiva da call se encerra.]

O preço padrão deve representar uma condição comercial real. Explique o desconto e o critério de acesso com clareza e aplique a regra apresentada.

## Prepare o ambiente e o tempo

Confira conexão, áudio, câmera e material a compartilhar. Combine um período com espaço para investigar, orientar e discutir a decisão. Não limite a conversa a 15 ou 20 minutos por padrão nem prolongue sem necessidade.

**Antes de entrar:** consiga resumir o que sabe do caso, o que precisa esclarecer e quais condições comerciais poderá oferecer.

# Conexão e alinhamento

Comece por um detalhe real da aplicação. Mostre que você se preparou e abra espaço para a pessoa explicar o que está acontecendo.

## Exemplo de abertura

“Li sua aplicação e você comentou que já vende seus produtos, mas está com dificuldade para manter a margem. Queria entender melhor o que está acontecendo.”

Adapte o exemplo ao desafio que o seu lead realmente informou. Dê tempo para a resposta e demonstre atenção ao conteúdo, sem procurar assuntos artificiais para criar proximidade.

## Explique a conversa

“Vamos entender sua situação, organizar o que precisa mudar e eu vou mostrar o caminho que considero adequado. Se houver alinhamento com a mentoria, no final explico como podemos trabalhar juntos.”

Essa abertura deixa claro que haverá investigação, orientação e uma possível proposta comercial. A pessoa entende o propósito da call desde o início.

## Confirme as condições da conversa

Confira se o tempo reservado é suficiente e se o lead consegue conversar com atenção. Se houver uma condição importante para decidir, como participação de um sócio, entenda isso durante a conversa sem presumir quem decide.

## Como reconhecer que pode avançar

O lead entende a proposta da conversa, teve espaço para contextualizar sua situação e você consegue identificar o primeiro ponto que merece aprofundamento.

**Lembrete:** adapte as falas à sua linguagem. A estrutura orienta a sequência; a conversa deve responder ao que a pessoa traz.

# Investigue o que importa

Use quatro tipos de perguntas como apoio: situação, problema, implicação e valor de resolver a necessidade. Escolha a próxima pergunta a partir da resposta, sem transformar o SPIN em uma lista obrigatória.

## Situação

Entenda como o cliente faz isso hoje.

“Como você faz isso atualmente?”

## Problema

Identifique onde está travando.

“Em qual parte você sente mais dificuldade?”

## Implicação

Explore consequências reais do problema.

“Como isso está afetando sua operação ou sua rotina?”

## Valor da mudança

Entenda o que resolver a necessidade representaria.

“Se conseguíssemos resolver isso, o que mudaria para você?”

## Aprofunde quando necessário

“O que você já tentou para resolver isso?”

“O que aconteceu quando tentou?”

“Você consegue me dar um exemplo recente?”

Se a resposta for “o problema é vender”, esclareça o significado: faltam oportunidades, a oferta está pouco clara, os leads não avançam ou existe outra dificuldade? Faça perguntas suficientes para distinguir o sintoma do possível obstáculo central.

## Escute antes de continuar

Resuma o que entendeu e deixe a pessoa corrigir. Não faça todas as perguntas se a informação já ficou clara. Nas implicações, investigue os impactos relatados sem aumentar a gravidade para pressionar uma compra.

**Resultado deste momento:** compreender situação, dificuldade, impacto, tentativas anteriores e objetivo relevante. Se ainda não houver base para uma conclusão, registre o que precisa ser verificado.

Referência: Huthwaite International, SPIN sales conversations that create value. Tipos de pergunta adaptados para esta estrutura de mentoria. [Consultar a fonte.](#)

# Confirme o diagnóstico

Devolva uma leitura clara do caso dentro da sua expertise. Aqui, diagnóstico significa organizar a situação e os obstáculos com base na conversa.

## A estrutura da leitura

**Onde está → obstáculo central → impacto no objetivo.**

## Exemplo de fala

“Pelo que você me contou, hoje você está em [situação]. O principal obstáculo parece ser [problema], especialmente porque [evidência relatada]. Isso dificulta [objetivo]. Essa leitura faz sentido para você?”

## Use evidências do caso

Conecte sua leitura a algo que a pessoa descreveu: o funcionamento atual, uma tentativa anterior ou um exemplo concreto. Evite encaixar todo lead no mesmo problema apenas porque seu método trabalha aquele tema.

Se não houver informação suficiente para afirmar a causa, apresente uma hipótese: “Minha leitura inicial é [...]. Para confirmar, precisaríamos verificar [...]”.

## Aguarde a confirmação

O lead pode concordar, complementar ou corrigir. Ajuste a leitura antes de apresentar o plano. O objetivo é construir um entendimento compartilhado do que precisa mudar.

**Se houver correção:** “Entendi. Então o ponto principal é [leitura atualizada], e não [interpretação anterior]. É isso?”

## Como reconhecer que pode avançar

A pessoa reconhece a situação e o obstáculo descritos. Você consegue explicar por que esse ponto é importante e quais aspectos ainda exigem verificação.

**Registre no material:** ponto A, ponto B procurado e diagnóstico confirmado. Mantenha hipóteses identificadas.

# Mostre o plano de ação

Apresente o método aplicado àquela pessoa. Preserve os pilares e personalize as prioridades, as ações e os exemplos usando o que descobriu na investigação.

## Para cada pilar, explique

### **Prioridade**

O que precisa ser trabalhado neste caso e por quê.

### **Ação**

O que a pessoa fará, de maneira concreta.

### **Resultado da etapa**

O que ficará pronto, diferente ou demonstrado.

### **Acompanhamento**

Como você ajudará na execução.

## Estrutura de fala

“No seu caso, eu começaria por [ação], porque hoje [problema identificado]. Depois trabalharíamos [próxima ação]. Com isso definido, avançaríamos para [etapa seguinte].”

## Exemplo do nosso programa

“Primeiro precisamos esclarecer quem compraria sua mentoria e qual problema você vai resolver. Depois, organizar seu conhecimento em um método e uma oferta. Com essa base, construímos os criativos e o formulário para gerar oportunidades. Por fim, trabalhamos as calls e o follow-up.”

Explique como essa sequência enfrenta o obstáculo confirmado. Se algo já estiver bem estruturado no caso do lead, diga o que será aproveitado ou revisado. Não prometa eliminar uma etapa necessária sem avaliação.

## Deixe um primeiro passo concreto

“A primeira tarefa seria definir [entregável ou decisão], porque isso destrava [parte do caminho].”

**Resultado deste momento:** o lead entende o caminho, a ordem e a primeira ação. O plano possui utilidade prática antes da apresentação do preço.

# Valide o alinhamento

Antes do pitch, confira se o plano corresponde ao objetivo, se as expectativas estão alinhadas e se a pessoa tem condições de executar o caminho com acompanhamento.

## Perguntas possíveis

“Esse caminho faz sentido para o que você quer construir?”

“Qual parte você considera mais importante no seu momento?”

“Você teria condições de executar essas etapas com acompanhamento?”

## Esclareça o que ainda falta

Uma dúvida sobre o método deve ser respondida antes da proposta. Se o lead espera um resultado fora da transformação oferecida, esclareça o limite. Se há dificuldade de execução, entenda o que ela significa na prática.

O acompanhamento precisa caber no contexto da pessoa. Diferencie uma dúvida que pode ser esclarecida de uma condição que realmente impede a aplicação.

## Transição para o pitch

“Pelo que conversamos, vejo aderência ao programa. Posso te explicar como funciona o acompanhamento para executar esse plano?”

## Quando não há aderência

Explique sua leitura e encerre com uma orientação coerente. Não é necessário avançar para uma proposta que não atende ao objetivo ou às condições de aplicação.

**Como reconhecer que pode avançar:** o lead compreende o caminho, reconhece sua relação com o objetivo e há aderência suficiente para apresentar o acompanhamento.

A condição comercial não substitui esta conferência. Primeiro confirme o alinhamento; depois apresente a proposta.

# Pitch, condição e decisão

Conecte a proposta ao plano já discutido. Use as decisões da Ficha da Oferta e a condição comercial preparada antes da call.

## A ordem do pitch

1. **Transformação:** retome o objetivo específico da conversa.
2. **Acompanhamento:** explique como ajudará a executar o plano.
3. **Entrega:** formato, duração, encontros, suporte e responsabilidades.
4. **Investimento:** preço padrão e condições de pagamento.
5. **Bônus de velocidade:** preço com desconto para decidir na call.
6. **Decisão:** pergunte se a pessoa quer avançar.

## Como apresentar o bônus de velocidade

“O investimento da mentoria é [preço padrão], nas condições [pagamento]. Para quem decide avançar durante esta call, temos o bônus de velocidade: o investimento fica em [preço na call], com [condições]. Essa condição vale para a decisão nesta conversa.”

Explique também o critério preparado: “Para assegurar essa condição, o próximo passo é [ação definida]”. Aqui, bônus de velocidade é o nome usado para o desconto de decisão na call. Diga o valor e a regra de forma explícita.

## Pergunte e dê espaço para responder

“Com o que conversamos e com essa condição, você quer avançar?”

Se houver uma dúvida: “O que você ainda precisa esclarecer para tomar essa decisão?”. Escute, esclareça o ponto concreto e confira se ficou resolvido. Não acrescente descontos sucessivos para responder a toda hesitação.

## Defina o próximo passo

**Se avançar:** confirme a condição escolhida, o procedimento de contratação e como começa o acompanhamento.

**Se precisar de tempo:** registre o motivo e combine o próximo contato, mantendo a regra da condição exclusiva apresentada.

**Se não houver interesse ou aderência:** respeite a decisão e encerre com clareza.

Se a decisão depender de outra pessoa, entenda como ela será tomada. O processo de acompanhamento posterior será detalhado na etapa de follow-up.

# Diagnóstico e plano

Preencha com o que foi confirmado na conversa. Reproduza este modelo ou use a página como apoio.  
Apresente a proposta somente no momento do pitch.

| PONTO A • SITUAÇÃO ATUAL                                                                                                                                                                                                                                          | PONTO B • OBJETIVO ACORDADO         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| <div></div> <div></div> <div></div>                                                                                                                                                                                                                               | <div></div> <div></div> <div></div> |
| <b>DIAGNÓSTICO CONFIRMADO</b><br>Obstáculo principal: _____<br>Evidências / o que ainda verificar: _____                                                                                                                                                          |                                     |
| <b>CAMINHO • PILARES EM ORDEM</b><br>Para cada pilar: ação relevante → marco da etapa → como vou acompanhar.                                                                                                                                                      |                                     |
| <b>1. Pilar:</b> _____<br>Ação / marco / apoio: _____                                                                                                                                                                                                             |                                     |
| <b>2. Pilar:</b> _____<br>Ação / marco / apoio: _____                                                                                                                                                                                                             |                                     |
| <b>3. Pilar:</b> _____<br>Ação / marco / apoio: _____                                                                                                                                                                                                             |                                     |
| <b>4. Pilar, se houver:</b> _____<br>Ação / marco / apoio: _____                                                                                                                                                                                                  |                                     |
| <b>PRIMEIRO PASSO</b><br>Tarefa ou decisão: _____<br>Por que vem primeiro: _____                                                                                                                                                                                  |                                     |
| <b>PROPOSTA • APRESENTAR NO PITCH</b><br>Formato / duração: _____<br>Encontros / suporte / limites: _____<br>Responsabilidades: _____<br>Preço padrão / pagamento: _____<br>Preço na call / pagamento: _____<br>Critério e validade do bônus de velocidade: _____ |                                     |

# Conduza e registre

## Checklist de uma call bem executada

- Li a aplicação e entrei com perguntas relevantes ao caso.
- Expliquei o propósito e o funcionamento da conversa.
- Compreendi situação, problema, impacto e objetivo.
- Apresentei uma leitura e dei espaço para confirmação ou correção.
- Mostrei um plano ligado ao método, com um primeiro passo concreto.
- Verifiquei expectativas, aderência e condições de execução.
- Expliquei entrega, limites, responsabilidades e investimento.
- Apresentei o bônus de velocidade com valor, critério e validade claros.
- Dei espaço para a decisão e esclareci dúvidas concretas.
- Concluí com decisão ou próximo passo definido.

**Critério para concluir:** “Consigo entender o caso, confirmar uma leitura, mostrar o caminho e apresentar um acompanhamento coerente, conduzindo a uma decisão ou a um próximo passo”.

## Depois de cada conversa

Registre: objetivo, desafio, diagnóstico confirmado, plano apresentado, condição comercial oferecida, decisão, motivo informado e próximo passo combinado. Guarde a data do contato quando houver acompanhamento posterior.

## Como melhorar

Observe onde a conversa perdeu clareza: investigação superficial, diagnóstico não confirmado, plano genérico ou proposta mal explicada. Ajuste o ponto específico. Uma venda não depende apenas da sequência; avalie também aderência, oferta e condições do caso.

**Próxima etapa:** processos de follow-up. O registro da call será a base para retomar as conversas com contexto.