

Script de Vendas Telemarketing Modelo

PRÉ-ETAPA – PESQUISA DO LEAD (ANTES DE QUALQUER CONTATO)

Objetivo: chegar na ligação sabendo quem é a empresa, se está ativa, o que faz e como se posiciona online.

1. Checagem rápida por CNPJ

Antes de ligar, o SDR deve:

- Consultar o CNPJ da empresa em fonte oficial (ex.: Receita Federal, Redesim ou serviços de consulta). Nessas consultas é possível ver se a empresa está ativa, o nome empresarial, data de abertura, CNAE principal e endereço.
- Confirmar se a empresa está ativa e se o CNAE faz sentido para o seu ICP (ex.: comércio, serviços, indústria que de fato usam impressão em volume).
- Conferir se o endereço é compatível com a região de atuação da sua empresa (evitar leads fora do raio de atendimento).
- Descobrir o nome dos sócios para ter em mente possíveis nomes que irão ser responsáveis pela empresa.

Checklist rápido (copiar para o CRM):

- CNPJ ativo
- CNAE compatível
- Cidade / região atendida
- Tamanho aproximado (quando disponível)
- Nome dos Sócios (quando disponível)

2. Pesquisa no site e no Google

- Buscar o site da empresa no Google e entender em 2–3 minutos o que ela faz, quantas unidades parece ter, se atende B2B ou B2C, se é mais escritório, loja, clínica, escola etc.
- Verificar se há formulário de contato, e-mails e telefones atualizados.
- Identificar possíveis áreas que usam mais impressão (administrativo, financeiro, recepção, setores de atendimento).

Anotar no CRM:

- Tipo de negócio (ex.: clínica, escola, indústria leve, escritório contábil)
- Número aproximado de unidades / tamanho (pequeno, médio, grande)

3. Checagem no Instagram / redes sociais

- Procurar o perfil da empresa no Instagram (e eventualmente Facebook/LinkedIn).
- Ver se o perfil está ativo: posts recentes, destaques, link na bio, informações de contato (telefone, WhatsApp, e-mail).
- Avaliar se é um negócio minimamente organizado (branding, frequência de post, estrutura física nas fotos) – isso ajuda a priorizar empresas mais estruturadas.
- **[DICA DE OURO] Verifique quem está curtindo posts novos e antigos, o dono/gestor da empresa pode curtir as postagens, principalmente as antigas, as primeiras.**

Anotar no CRM:

- @ do Instagram
 - Se tem WhatsApp comercial no botão ou na bio
 - Última postagem (data aproximada)
 - Impressão geral: baixa, média ou alta organização digital
 - Encontrar nome e informações do gestor ou dono do negócio nas redes sociais
-

ETAPA 1 – PRIMEIRO CONTATO (LIGAÇÃO OU WHATSAPP GERAL)

Objetivo: descobrir o nome do decisor e o melhor horário para falar com ele, sem “forçar” venda.

Roteiro – Primeira ligação

Vendedor:

Bom dia, tudo bem?

Recepção:

Tudo bem, sim. Quem fala?

Vendedor:

Aqui é o(a) [Seu Nome], da [Nome da Sua Empresa]. Somos uma empresa

especializada em locação e gestão de impressoras para empresas, ajudando a reduzir custo e evitar problemas com manutenção. (DOR)

Você poderia me informar quem é o responsável por essa parte na empresa?

Recepção:

Ele/ela não se encontra, sobre o que seria?

Vendedor:

Claro, é algo bem simples: eu faço um contato rápido para entender se existe a necessidade de apoio na área de impressoras e se há alguma possibilidade de estabelecer uma conversa para quem sabe fazer essa parceria.

Qual é o melhor horário para falar com ele(a)?

Recepção:

Normalmente ele(a) está depois das 14h. Quer que eu deixe recado?

Vendedor:

Sim, Qual o nome dele/dela?

Recepção:

Nome X

Vendedor:

Obrigado, Por favor. Diz que o(a) [Seu Nome] ligou, da [Nome da Sua Empresa], sobre impressoras e redução de custos e melhoria de eficiência e que vou tentar falar com ele(a) por volta das [horário combinado].

Recepção:

Ok. tudo bem.

Vendedor:

Obrigado pela ajuda! Tenha um ótimo dia.

ETAPA 2 – SEGUNDA LIGAÇÃO (FALAR COM O DECISOR)

Objetivo: conectar com o decisor e abrir espaço para uma mini entrevista de 2–3 minutos.

Abordagem sugerida

Vendedor:

Alô, bom dia! O(a) [Nome do decisor] está por aí?

Recepção:

[Atende e transfere].

Quando o decisor atende:

Vendedor:

[Nome do decisor], bom dia, tudo bem?

Aqui é o(a) [Seu Nome], da [Nome da Sua Empresa]. Falei com o pessoal da recepção, eles me informaram que você é quem cuida da parte de impressoras aí, certo?

Decisor:

Sim / Isso / Pode falar.

Vendedor:

Perfeito. Eu vou ser bem objetivo:

trabalhamos com locação e gestão de impressoras para empresas, focando em redução de custos e menos dor de cabeça com manutenção.

Queria entender se você precisa de apoio com as suas impressoras atualmente.

ETAPA 2 – PERGUNTAS DE QUALIFICAÇÃO (RÁPIDAS)

Objetivo: entender se vale uma visita / proposta e se faz sentido agora.

Vendedor:

1. Hoje as impressoras de vocês são locadas ou próprias?
2. Aproximadamente, quantos equipamentos vocês têm? (pode ser: 1–3 / 4–10 / mais de 10)
3. Vocês têm ideia de quantas páginas imprimem por mês, mais ou menos? (pequeno, médio ou alto volume)
4. De 0 a 10, quão satisfeito você está com o que tem hoje em custo, qualidade de impressão e suporte técnico?

(Deixa ele falar, sem interromper. Anota tudo no CRM.)

ETAPA 3 – CONVITE PARA VISITA / REUNIÃO

Se houver dor ou oportunidade (custo alto, impressão crítica, manutenção ruim, equipamento velho):

Vendedor:

Entendi. Pelo que você comentou, provavelmente dá para melhorar custo e atendimento em relação ao que vocês têm hoje.

O que eu costumo sugerir é uma visita técnica rápida aí na empresa: a gente olha os equipamentos, entende melhor o volume e monta um cenário comparativo com o que vocês pagam hoje.

Leva em torno de [X] minutos e não tem custo nem compromisso.

Qual dia e horário fica melhor para te visitar ou fazer uma reunião online?

Decisor:

[Responde].

Vendedor:

Perfeito, então fica [dia] às [hora].

Vou registrar aqui e te mando um lembrete por WhatsApp/e-mail, tudo bem?

Aproveitando, qual é o melhor e-mail para eu te enviar meu contato e um resumo?

[Anota e confirma.]

Vendedor:

Obrigado pela atenção, [Nome]. Nos vemos no dia [dia] às [hora]. Qualquer coisa, estou à disposição neste número.

SE O DECISOR NÃO QUISER VISITA AGORA

Vendedor:

Sem problema, entendo totalmente.

Pra não tomar mais o seu tempo, posso te enviar um material por e-mail com um resumo de como trabalhamos e alguns exemplos de redução de custo que conseguimos em empresas parecidas com a sua.

Aí, se em algum momento você quiser revisitar esse assunto, você já fica com meu contato.

Qual o melhor e-mail para te enviar esse material?

Se ele der o e-mail, é lead em nutrição. Se não der, agradece, marca follow-up leve no CRM.

OBSERVAÇÕES DE POSTURA

- A pré-etapa de pesquisa (CNPJ + site + Instagram) evita contato cego e aumenta a taxa de conexão qualificada com o ICP.
- O SDR deve parecer consultivo, não “vendedor de máquina”: foco em custo, previsibilidade, atendimento e tirar dor de cabeça.
- Sempre respeitar o tempo do decisor: pedir 2 minutos, ser objetivo, não insistir demais se ele estiver claramente sem tempo.