

# OS 10 SEGREDOS

## DA PROSPECÇÃO EM VENDAS B2B

que os Especialistas Nunca Contaram



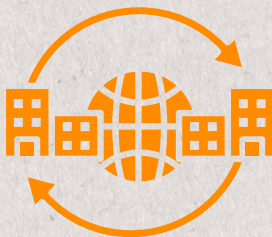
**PAULO ARAÚJO**

# INTRODUÇÃO

**Caso sua equipe comercial esteja lutando demais para fechar mais negócios, provavelmente tem algo errado na prospecção em vendas B2B.**

**E não, não estou falando de truques batidos como “conheça seu cliente” ou “faça follow-ups”. Estou falando de segredos que os especialistas guardam a sete chaves porque fazem a diferença real nas vendas da sua equipe comercial.**

**Quer saber quais são?  
Então bora lá, sem enrolação!**



# 1. SEU CLIENTE NÃO ESTÁ NEM AÍ PARA SEU PRODUTO

A dura verdade: ninguém acorda pensando “hoje eu vou comprar essa solução incrível que esse vendedor está me oferecendo”.

Seu cliente tem problemas, metas e chefes cobrando resultados. Se o seu pitch de vendas começa falando do seu produto, parabéns, você já perdeu.

Conheça Seus “Inimigos”. Você já ouviu aquele ditado: “Quem avisa amigo é”? Pois é. No mundo B2B, saber tudo sobre sua concorrência pode ser a sua arma mais poderosa. Mais importante, esse conhecimento se traduz em confiança e controle. Estamos falando de espionar mesmo, mas de maneira legal, óbvio. Use ferramentas de CRM para monitorar movimentos e articular estratégias eficazes com a sua equipe comercial.

◆ **O que fazer? Comece perguntando do problema que ele tem e depois, eu disse depois, você diz como resolve. Deixe o produto para depois.**

✦ **Dica extra: O sistema de CRM te ajudar nisso! Com ele, você registra todas as dores e objeções do cliente e ajusta sua abordagem para que cada contato seja mais certo.**



A hand holding a red string with colorful pom-poms. The hand is positioned on the left side of the page, and the string extends downwards. The pom-poms are in shades of red, orange, and green. The background is a light, textured grey.


## 2. A MAIORIA DOS LEADS SÃO UMA PERDA DE TEMPO

Engana-se quem acha que cada lead que entra é uma oportunidade de ouro, sinto dizer, mas você está gastando tempo com quem nunca vai comprar.

Estudos mostram que **79%** dos leads nunca convertem!

Priorizar seus leads é essencial.

Fins de semana, feriados, ou simplesmente um bloqueio de agenda para revisar suas prioridades pode significar a diferença entre arroz frio e uma boa picanha.

- ◆ **O que fazer? Crie filtros mais rigorosos. Priorize quem realmente tem fit com sua solução. O resto? Segue no funil, mas sem consumir seus melhores esforços.**
  - ◆ **Dica extra: Use o software de CRM para classificar os leads com base em critérios objetivos, como budget, urgência e necessidade real.**
- 
- A vertical column of small, light-colored dots on the right side of the page, extending from the bottom of the text area to the bottom of the page.

### 3. SCRIPTS DE VENDAS NÃO PODEM SER UMA ARMADILHA

Sabe aquele discurso engessado que alguns vendedores repetem como um robô? Pois é, ele só funciona se você quiser parecer artificial e afastar o cliente.

É preciso esforço para se comunicar de uma forma que qualquer avó moderna entenderia.

Se seu amigo não compraria sua ideia na mesa de bar, talvez você deva repensar sua abordagem. Ironia na elegância (se isso faz algum sentido).

◆ **O que fazer? Tenha um roteiro, mas adapte cada conversa à realidade do cliente. A venda consultiva exige escuta ativa e flexibilidade.**

◆ **Dica extra: No CRM, registre os pontos-chave de cada cliente para que o próximo contato seja personalizado e não um ctrl+c, ctrl+v.**



## 4. O MELHOR MOMENTO PARA LIGAR NÃO É O QUE VOCÊ PENSA

Se você acha que ligar para o cliente na segunda de manhã ou sexta à tarde é uma boa ideia, bem... boa sorte tentando falar com alguém.

Estudos indicam que as melhores taxas de conversão acontecem entre terça e quinta, no meio do dia (Fonte: InsideSales).

A empatia é sua passagem secreta para o coração vulnerável de seus leads. Ou, olhando por outra perspectiva, é a abordagem estratégica, bem mais refinada, que nos livra de quedas mortais nas estatísticas de rejeição.

◆ O que fazer? Teste diferentes horários e ajuste sua abordagem conforme os dados.

◆ Dica extra: O CRM te ajuda a rastrear quando os clientes respondem mais e otimizar seus esforços de prospecção.



## 5. OS CLIENTES MENTEM (E MUITO!)

“Não temos orçamento”, “já temos um fornecedor”, “não estamos interessados agora”.

Tudo isso pode ser verdade, mas muitas vezes é só um jeito educado de se livrar de você durante a prospecção em vendas B2B.

◆ O que fazer? Pergunte de um jeito que force o cliente a revelar a verdade:

✓ “Se o orçamento não fosse um problema, você compraria?”

✓ “O que seu fornecedor atual faz que você mais gosta?”

Isso abre espaço para um diálogo real e não para um “não” automático.

## 6. NETWORKING AINDA GANHA DE QUALQUER ESTRATÉGIA DIGITAL

Todo mundo fala de marketing digital, automação e inbound.

Mas a verdade é que a recomendação boca a boca ainda é um dos fatores mais fortes na decisão de compra. Negociações no café ou almoços sobrevivem até hoje. Mas ninguém nunca falou isso alto. Crie um cenário ideal para uma maior conexão emocional.

◆ O que fazer? Cultive sua rede de contatos, peça indicações e participe de eventos do seu setor. Um lead indicado fecha 4x mais rápido (Fonte: Nielsen).

✦ Dica extra: No sistema de CRM, registre quem são seus clientes mais satisfeitos e ative um programa de indicações.

## 7. PROSPECÇÃO NÃO É SÓ FALAR, É OUVIR!

Quer saber um erro clássico?

Vendedores que falam mais do que escutam. Se você passa 80% da ligação explicando o produto e 20% ouvindo o cliente, algo está muito errado.

Use histórias. Nada atrai a atenção de um cliente do que uma boa história. Conexões emocionais são fundamentais.

◆ O que fazer? Inverta a lógica: faça perguntas estratégicas, descubra dores e deixe o cliente falar. Depois, posicione seu produto como a solução perfeita.

✦ Dica extra: O CRM pode te ajudar a registrar cada detalhe da conversa para que você use essas informações na próxima abordagem.





## 8. O CLIENTE SÓ DIZ SIM QUANDO SENTE QUE ESTÁ NO CONTROLE

As pessoas odeiam sentir que estão sendo convencidas a fazer algo.

A melhor forma de fechar uma venda é fazer o cliente achar que foi ele quem tomou a decisão.

◆ O que fazer? Na prospecção em vendas B2B use perguntas que levem o cliente a concluir que precisa da sua solução:

✓ “Como você pretende resolver esse problema se continuar sem uma ferramenta para ajudar?”

✓ “O que aconteceria se vocês reduzissem esse tempo de resposta em 50%?”

Isso faz com que o próprio cliente venda a solução para ele mesmo.



## 9. O TIMING É MAIS IMPORTANTE QUE O PITCH

Você pode ter o melhor argumento do mundo, mas se pegar o cliente no momento errado, é inútil.

Dados do Gartner mostram que mais de 60% das decisões de compra acontecem quando o cliente já percebeu a necessidade, não antes.

- ◆ O que fazer? Identifique os sinais de compra e entre em contato na hora certa.
- ◆ Dica extra: O CRM pode te ajudar a monitorar o engajamento do cliente e prever o melhor momento para agir.

## 10. PROSPECÇÃO É UM JOGO DE RESISTÊNCIA, NÃO DE VELOCIDADE

A maioria dos vendedores desiste no terceiro follow-up.

Mas a verdade é que 80% das vendas acontecem entre o quinto e o décimo contato (Fonte: The Marketing Donut).

- ◆ O que fazer? Não desista cedo demais. Venda B2B exige paciência e persistência.
- ◆ Dica extra: Configure lembretes no CRM para garantir que nenhum follow-up importante seja esquecido.



# CONCLUSÃO

A prospecção em vendas B2B não é para os fracos.

Se você está esperando fórmulas mágicas ou atalhos fáceis, está no jogo errado.

Os segredos das vendas da sua equipe comercial estão na disciplina, personalização e na forma como você usa seus dados.

Então, bora aplicar essas dicas e transformar sua abordagem?

E se quiser levar sua prospecção para outro nível, um sistema de CRM pode ser seu melhor amigo nessa jornada.

 Comece agora e veja a diferença!

E AÍ?  
GOSTOU DESSE  
CONTEÚDO?

Conheça nosso

# Software de CRM

AGENDE UMA CALL DE  
APRESENTAÇÃO

---



Sistema de gestão da carteira  
de clientes.



[clientarcrm.com.br](http://clientarcrm.com.br)

# CONHEÇA O AUTOR

Paulo Araújo

Fundador da Clientar CRM

Palestrante e Consultor de Vendas



Autor dos livros

