



KIT COMERCIAL

5 FERRAMENTAS
PARA PARAR DE VENDER
NO IMPROVISO

Para **líderes, vendedores e donos de negócios**
que querem organizar abordagem, diagnóstico,
follow-up, pipeline e rotina comercial.

JULIO HECKERT



Antes de começar

Deixa eu começar sendo direto.

Muita gente acha que está perdendo venda por falta de cliente. Às vezes, sim. Mas, na prática, o que eu vejo em muitos negócios é outra coisa: a pessoa até tem oportunidade, até conversa com interessados, até recebe indicação, até manda proposta... mas perde venda porque não conduz bem o processo.

Isso tem um nome: **venda no improviso**.

E venda no improviso custa caro. Você não perde dinheiro só quando o cliente fala 'não'. Você também perde dinheiro quando:

- o follow-up não acontece;
- a proposta é enviada cedo demais;
- o cliente fica sem próximo passo;
- o vendedor não tem rotina;
- o dono precisa lembrar de tudo;
- as oportunidades ficam espalhadas no WhatsApp;
- o CRM vira um cemitério de proposta;
- cada pessoa vende de um jeito.

Como usar este material

Este kit é dividido em 5 ferramentas:

1. **Checklist de Diagnóstico Comercial**
2. **Roteiro de Diagnóstico Antes da Proposta**
3. **Modelo de Follow-up Comercial**
4. **Modelo Simples de Pipeline**
5. **Rotina Semanal de Vendas**

Meu conselho: não tente implementar tudo de uma vez. Comece pelo ponto que mais está custando dinheiro hoje.

O objetivo não é perfeição. O objetivo é parar de vender no escuro.

Ferramenta 1

Checklist de Diagnóstico Comercial

Sua venda tem processo ou depende de improviso? Leia cada afirmação e marque: Sim, Parcialmente ou Não.

1. Abordagem	Sim	Parcialmente	Não
☒ Você sabe exatamente como iniciar uma conversa comercial com um potencial cliente?	☐	☐	☐
☒ Existe uma mensagem ou estrutura mínima de abordagem definida?	☐	☐	☐
☒ Você adapta a abordagem conforme o tipo de cliente?	☐	☐	☐
☒ Você sabe como despertar interesse sem parecer genérico ou insistente?	☐	☐	☐

 Se toda abordagem começa do zero, sua venda já começa no improviso.

2. Diagnóstico	Sim	Parcialmente	Não
☒ Antes de enviar proposta, você entende o problema real do cliente?	☐	☐	☐
☒ Você sabe por que o cliente quer resolver esse problema agora?	☐	☐	☐
☒ Você entende quem participa da decisão de compra?	☐	☐	☐
☒ Você identifica o impacto do problema?	☐	☐	☐
☒ Você sabe quais critérios o cliente vai usar para escolher uma solução?	☐	☐	☐

 Mandar proposta antes de entender o problema é um dos maiores erros comerciais.

3. Proposta	Sim	Parcialmente	Não
☒ Suas propostas nascem de um diagnóstico claro?	☐	☐	☐
☒ Você evita enviar proposta antes de entender o contexto do cliente?	☐	☐	☐
☒ Sua proposta mostra por que a solução faz sentido para aquele cliente?	☐	☐	☐
☒ Você combina um próximo passo depois de enviar a proposta?	☐	☐	☐

4. Follow-up	Sim	Parcialmente	Não
☒ Você sabe exatamente quando retomar cada oportunidade?	☐	☐	☐
☒ Você tem mensagens prontas ou estruturas de follow-up?	☐	☐	☐
☒ Você registra a próxima ação depois de cada conversa?	☐	☐	☐
☒ Você faz follow-up sem depender apenas da memória?	☐	☐	☐
☒ Você sabe quando insistir, quando mudar a abordagem e quando encerrar?	☐	☐	☐

5. Pipeline e rotina	Sim	Parcialmente	Não
☒ Você sabe quantas oportunidades estão abertas hoje?	☐	☐	☐
☒ Você sabe em que etapa cada oportunidade está?	☐	☐	☐
☒ Você sabe qual é a próxima ação de cada oportunidade?	☐	☐	☐
☒ Você revisa seu pipeline pelo menos uma vez por semana?	☐	☐	☐
☒ Você tem uma rotina semanal mínima para vender, acompanhar e fechar?	☐	☐	☐



Como interpretar

Cada Sim vale 2 pontos. Cada Parcialmente vale 1 ponto. Cada Não vale 0.

- **38 a 48 pontos:** boa base de processo.
- **24 a 37 pontos:** processo parcial.
- **0 a 23 pontos:** venda no improviso.



Qual é o ponto mais fraco da sua venda hoje?



Ferramenta 2

Roteiro de Diagnóstico Antes da Proposta

Pare de mandar proposta cedo demais. Quando você manda proposta sem entender o cenário, a sua solução vira só mais um preço na tela do cliente. Antes de enviar uma proposta, você precisa entender pelo menos 6 coisas: qual é o problema, por que isso importa agora, o que acontece se nada for feito, quem participa da decisão, como o cliente vai escolher e qual é o próximo passo real.



Bloco 1 — Entender o contexto

- O que fez você buscar isso agora?
- Hoje, como vocês resolvem esse problema?
- O que está funcionando bem no modelo atual?
- O que já não está funcionando como deveria?
- Isso é algo novo ou já vem incomodando há algum tempo?



Objetivo: entender o cenário antes de sair oferecendo solução.



Bloco 2 — Identificar a dor real

- Qual é o principal problema que você quer resolver?
- O que mais te incomoda nessa situação hoje?
- Onde isso tem gerado mais impacto: tempo, dinheiro, equipe, cliente, operação ou crescimento?
- O que acontece se isso continuar assim pelos próximos meses?
- Isso já gerou algum prejuízo, retrabalho ou oportunidade perdida?



Objetivo: sair do pedido superficial e chegar na dor real.



Bloco 3 — Entender prioridade e urgência

- Resolver isso é uma prioridade agora ou é algo que vocês ainda estão avaliando?
- Existe algum prazo importante para essa decisão?
- O que faria vocês decidirem mais rápido?
- O que poderia fazer essa decisão ficar parada?
- De 0 a 10, quanto isso é prioridade hoje?



Objetivo: separar curiosidade de oportunidade real.

Ferramenta 2

Roteiro de Diagnóstico Antes da Proposta — continuação



Bloco 4 — Entender decisão

- Quem participa dessa decisão com você?
- Além de você, mais alguém precisa aprovar?
- Normalmente, como vocês tomam esse tipo de decisão?
- Vocês costumam comparar propostas, avaliar indicação, olhar preço, prazo ou outro critério?
- O que uma proposta precisa ter para fazer sentido para vocês?



Evite vender para quem conversa, mas não decide sozinho, sem saber disso.



Bloco 5 — Entender critério de valor

- Na sua visão, o que seria uma boa solução para esse problema?
- O que faria você olhar para uma proposta e pensar: 'isso faz sentido'?
- O que você não gostaria que acontecesse nessa contratação?
- O que já te frustrou em experiências anteriores?
- Além de preço, o que pesa na sua decisão?



O valor precisa ser construído em cima do que o cliente considera importante.



Bloco 6 — Combinar o próximo passo

- Faz sentido eu montar uma proposta com base no que conversamos?
- Depois que eu te enviar, qual seria o melhor próximo passo?
- Podemos deixar combinado de conversar novamente em [dia/horário] para revisar juntos?
- Você prefere que eu envie e depois retome com você, ou faz sentido marcarmos uma conversa rápida?



Proposta sem próximo passo vira esperança. E esperança não é processo comercial.



Regra prática

Antes de enviar uma proposta, responda:

1. Eu sei qual problema o cliente quer resolver?
2. Eu sei por que isso é importante agora?
3. Eu sei quem decide?
4. Eu sei como ele vai avaliar a proposta?
5. Eu combinei o próximo passo?

Se a resposta for 'não' para a maioria dessas perguntas, talvez ainda não seja hora de enviar proposta.

Frase para lembrar: Proposta enviada sem diagnóstico vira orçamento comparável.

Ferramenta 3

Modelo de Follow-up Comercial



Follow-up não é insistência. É condução.

O problema não é fazer follow-up. O problema é fazer follow-up ruim.

Regras para um bom follow-up

- 1** Sempre retome o contexto.
- 2** Seja específico.
- 3** Não cobre resposta como se o cliente estivesse devendo algo.
- 4** Traga o próximo passo.
- 5** Facilite a resposta.
- 6** Registre quando retomará novamente.



Modelo 1 — Após primeira conversa

Oi, [Nome]. Foi muito bom falar com você hoje. Pelo que entendi, o principal ponto agora é [resumo da dor/situação].

Como próximo passo, vou [enviar proposta / organizar as informações / te mandar os detalhes] e depois podemos revisar juntos para ver se faz sentido. Combinado?



Modelo 2 — Após envio de proposta

Oi, [Nome]. Te enviei a proposta com base no que conversamos sobre [contexto/problema].

Para não deixar isso solto, faz sentido a gente conversar rapidamente em [dia/opção 1] ou [dia/opção 2] para eu te explicar os pontos principais e tirar dúvidas?



Modelo 3 — Cliente visualizou e não respondeu

Oi, [Nome]. Passando para retomar nossa conversa sobre [tema/proposta]. Minha dúvida é simples: isso ainda faz sentido para vocês agora ou preferem deixar para outro momento? Pode me responder com tranquilidade para eu organizar por aqui.



Modelo 4 — Cliente disse “vou ver e te retorno”

Perfeito, [Nome]. Para eu não ficar te acionando fora de hora, qual seria um bom prazo para eu retomar com você? Assim eu organizo por aqui e volto no momento certo.

Se ele não definir prazo: “Tranquilo. Vou retomar com você em [dia] só para entender se avançamos, ajustamos ou deixamos para outro momento.”

Ferramenta 3

Modelo de Follow-up Comercial — *continuação*



Modelo 5 — Cliente achou caro

Entendi, [Nome]. Faz sentido avaliar investimento com cuidado. Só para eu entender melhor: quando você diz que ficou alto, é porque está fora do orçamento agora ou porque ainda não ficou claro o valor que isso pode gerar para você?

Objetivo: descobrir se é falta de orçamento, valor ou prioridade.



Modelo 6 — Cliente sem urgência

Entendi, [Nome]. Faz sentido. Só para eu entender: isso não é prioridade porque o problema ainda não incomoda tanto ou porque existem outras demandas mais urgentes agora?

Objetivo: entender se a oportunidade deve ser nutrida, adiada ou descartada.



Modelo 7 — Última tentativa antes de encerrar

Oi, [Nome]. Fiz algumas tentativas para retomar nossa conversa sobre [tema], mas imagino que talvez não seja prioridade agora. Vou encerrar esse acompanhamento por aqui para não ficar te incomodando. Se fizer sentido voltar nesse assunto depois, fico à disposição.



Modelo 8 — Retomada futura

Oi, [Nome]. Na nossa última conversa, você comentou que faria mais sentido retomar esse assunto agora em [mês/período]. Queria entender se esse tema voltou a ser prioridade ou se ainda faz sentido deixar para mais à frente.



Regra prática

Todo follow-up precisa responder a 3 perguntas:

1. Sobre o que estou retomando?
2. Por que estou retomando agora?
3. Qual próximo passo estou propondo?



Frase para lembrar: O cliente não some apenas porque perdeu interesse. Muitas vezes ele some porque ninguém conduziu o próximo passo.



Ferramenta 4

Modelo Simples de Pipeline



Pipeline é a visão das oportunidades comerciais em andamento. Ele pode ser simples. O importante é que toda oportunidade tenha etapa, responsável, valor estimado, última interação, próxima ação, data da próxima ação e status.

Etapas simples de pipeline



Critério de cada etapa

- **Novo contato:** ainda não houve conversa comercial relevante.
- **Conversa iniciada:** a pessoa respondeu e existe algum interesse.
- **Diagnóstico em andamento:** você está entendendo necessidade, prioridade e decisão.
- **Proposta enviada:** existe uma oferta formal na mão do cliente.
- **Follow-up / negociação:** o cliente ainda não decidiu, mas existe chance real de avanço.
- **Fechado ganho:** cliente confirmou, pagou, assinou ou formalizou.
- **Fechado perdido:** cliente recusou, escolheu outro fornecedor, perdeu prioridade ou não tem perfil.

Campos mínimos do pipeline

Nome do cliente	Pessoa ou empresa
Origem	Indicação, Instagram, LinkedIn, WhatsApp, evento, tráfego, etc.
Produto/serviço de interesse	O que a pessoa quer comprar
Etapa atual	Em qual fase do pipeline está
Valor estimado	Valor possível da oportunidade
Probabilidade	Baixa, média ou alta
Última interação	Data e resumo do último contato
Próxima ação	O que precisa ser feito agora
Data da próxima ação	Quando será feito
Responsável	Quem conduz a oportunidade
Status	Aberta, ganha, perdida, sem resposta, futura
Motivo de perda	Caso não feche, por quê?



Oportunidade sem próxima ação é dinheiro parado no funil.

Ferramenta 5

Rotina Semanal de Vendas

Vender quando dá tempo custa caro. Venda precisa entrar na agenda.
Se não entra na agenda, ela fica refém da urgência.



1. Segunda-feira — Revisão de pipeline

- revisar oportunidades abertas
- identificar propostas paradas
- definir próximas ações
- priorizar oportunidades com maior chance de fechamento
- registrar follow-ups da semana
- olhar oportunidades sem movimentação



2. Terça-feira — Abordagem e geração de conversas

- abordar contatos estratégicos
- responder interessados
- retomar leads antigos
- pedir indicações
- iniciar conversas com potenciais clientes
- ativar pessoas que interagiram com conteúdos



3. Quarta-feira — Diagnóstico e reuniões

- fazer perguntas de diagnóstico
- conduzir conversas comerciais
- entender dor, prioridade e decisão
- evitar proposta precoce
- registrar informações importantes



4. Quinta-feira — Propostas e follow-ups

- montar propostas com base no diagnóstico
- enviar propostas com próximo passo combinado
- retomar propostas enviadas
- responder dúvidas
- lidar com objeções
- atualizar pipeline



5. Sexta-feira — Fechamento e aprendizado

- revisar o que avançou
- registrar ganhos e perdas
- entender objeções
- atualizar status das oportunidades
- planejar as primeiras ações da próxima semana
- identificar gargalos

Indicadores simples para acompanhar



- Novas conversas comerciais



- Diagnósticos realizados



- Propostas enviadas



- Follow-ups feitos



- Vendas fechadas



- Motivos de perda



**Se você não mede nada, você gerencia por sensação.
E sensação não é gestão comercial.**



PLANO DE AÇÃO RÁPIDO

O que fazer nas próximas 24 horas

-  Preencha o Checklist de Diagnóstico Comercial.
-  Escolha o ponto mais fraco da sua venda hoje.
-  Liste todas as oportunidades abertas.
-  Defina a próxima ação de cada oportunidade.
-  Escolha 3 clientes ou leads para retomar ainda hoje.
-  Use um dos modelos de follow-up deste material.
-  Separe um horário fixo na semana para revisar seu pipeline.

Não tente transformar tudo de uma vez. Comece pelo que está mais caro para você hoje.



PRÓXIMO PASSO

Este kit te mostra onde sua venda pode estar perdendo dinheiro por falta de processo.

Mas enxergar o problema e ter algumas ferramentas não significa conseguir aplicar tudo sozinho, com consistência, na rotina real.

A Formação Comercial X-Core foi criada para te conduzir passo a passo na aplicação desse processo: organizar sua abordagem, melhorar seu diagnóstico, estruturar follow-ups, revisar oportunidades e transformar venda em rotina — com direção, método e acompanhamento.

Não é mais um conteúdo solto sobre vendas. É uma formação prática para quem quer sair da teoria e começar a ajustar a própria operação comercial.

Se você percebeu que precisa parar de vender no improviso, me chame no WhatsApp com a palavra:



APONTE A CÂMERA
PARA O QR CODE

ou clique no link:

Consultoria Gratuita
Clique aqui

E eu te explico como funciona a Turma Fundadora da Formação Comercial X-Core.