

Guia de Prospecção Comercial

O sistema completo para prospestar de forma consistente e eficaz

Prospestar: A Base de Tudo

Sem prospecção não há vendas. É simples assim. No entanto, é a atividade que a maioria dos comerciais mais evita. Este guia dá-lhe um sistema prático e repetível para prospestar de forma consistente e eficaz.

O Perfil de Cliente Ideal (ICP)

Antes de prospestar, defina COM CLAREZA quem é o seu cliente ideal. Prospestar sem ICP é como pescar sem saber que peixe quer apanhar.

Critério	Perguntas-Guia	A Sua Resposta
Setor/Indústria	Em que setores os seus clientes atuais estão?	_____
Dimensão	Quantos colaboradores? Qual a faturação?	_____
Localização	Nacional? Regional? Internacional?	_____
Cargo do decisor	Diretor Comercial? CEO? Dir. de RH?	_____
Problema principal	Qual a dor que resolve melhor?	_____
Trigger event	O que faz o cliente procurá-lo?	_____

Os 5 Canais de Prospecção

1. LinkedIn

- Otimize o seu perfil: título claro, foto profissional, resumo com valor
- Publique conteúdo relevante 2-3x por semana (artigos, insights, casos práticos)
- Envie pedidos de conexão personalizados (NUNCA a mensagem genérica)
- Comente nas publicações dos seus prospects ANTES de os contactar
- Use o Sales Navigator para filtrar por cargo, setor e dimensão

2. Email Frio

- Assunto curto e personalizado (máx. 6 palavras)
- Primeira linha: referência pessoal ao prospect ou à empresa
- Uma única proposta de valor clara e específica
- Call-to-action simples: "Tem 15 minutos na próxima semana?"
- Follow-up após 3-5 dias se não houver resposta (máximo 3 follow-ups)

RGPD: na prospecção B2B na UE, fundamente o contacto no interesse legítimo, identifique-se com clareza, indique a origem dos dados e inclua sempre uma forma simples de o destinatário recusar contactos futuros.

3. Telefone

- Ligue entre as 8h-9h30 e 17h-18h30 (antes e depois das reuniões)
- Tenha um script de abertura de 15 segundos (não mais)
- Objetivo da chamada: agendar reunião, NÃO vender
- Sorria enquanto fala — ouve-se no tom de voz
- Se não atender, deixe voicemail de 20 segundos com valor claro

4. Networking e Eventos

- Vá com objetivo: 3-5 contactos de qualidade por evento
- Pergunte mais do que fala — as pessoas adoram falar de si
- Troque contactos e faça follow-up em 24h
- Ofereça valor antes de pedir algo ("Posso apresentá-lo ao...")
- Participe de forma consistente nos mesmos eventos

5. Referências

- Peça referências após cada projeto bem-sucedido
- Facilite: "Conhece alguém que enfrente o mesmo desafio?"
- Ofereça algo em troca: desconto, sessão gratuita, conteúdo exclusivo
- Agradeça SEMPRE a quem o refere (mesmo que não resulte)
- Crie um programa formal de referências com clientes satisfeitos

A Cadência de Prospecção

A prospecção não funciona se for esporádica. Precisa de uma cadência — uma rotina diária que garanta um fluxo constante de novos contactos no pipeline.

Timing	Ação Principal	Ação Secundária
Dia 1	LinkedIn: Pedido de conexão personalizado	Email frio com proposta de valor
Dia 3	Like/comentário na publicação do prospect	—
Dia 5	Follow-up email (se não respondeu)	—
Dia 8	Chamada telefónica	Voicemail se não atender
Dia 12	Partilha de conteúdo relevante por LinkedIn	—
Dia 15	Último follow-up: "Não quero ser insistente..."	Passar para nurture ou desqualificar

Métricas de Prospecção

Monitorize estas métricas semanalmente:

- Número de novos contactos iniciados por semana (meta: 20-30)
- Taxa de resposta aos emails frios (benchmark: 15-25%)
- Taxa de conversão de contacto para reunião (benchmark: 10-15%)
- Número de reuniões agendadas por semana (meta: 3-5)
- Tempo médio entre primeiro contacto e reunião

Dica prática: A regra de ouro da prospecção: faça-o TODOS os dias, no mesmo horário, como se fosse uma reunião consigo próprio. Bloqueie 1 hora por dia no calendário e trate como sagrado. Nenhum comercial de sucesso prospeta "quando tem tempo".

Quer aplicar isto na sua equipa comercial?

Formação e consultoria comercial à medida em ideiasedesafios.com