

A Sequência LinkedIn de **15 dias**

Do pedido de ligação à conversa marcada, um gesto de cada vez. Sete passos com os scripts de cada dia, em PT-PT, prontos a adaptar.

Antes de mais: porque é que isto interessa

A maioria das mensagens de prospeção no LinkedIn morre no sítio onde nasceu: colada ao pedido de ligação, a tentar vender a quem ainda nem disse «bom dia».

Há tempos recebi uma. Ligação aceite às nove da manhã, argumentário completo às nove e dois: «Olá José, adoraria mostrar-lhe como a nossa solução...». Como deve imaginar, a resposta foi a mesma que daria qualquer um de nós: nenhuma.

E, no entanto, as pessoas respondem no LinkedIn. Respondem a quem chega com calma, dá antes de pedir e trata a rede como uma sala cheia de pessoas, não como uma lista de contactos para despachar. Na maioria dos casos, o problema de quem não recebe respostas não é a plataforma: é a pressa. É ir com demasiada sede ao pote.

Este guia é a alternativa à pressa: uma sequência de quinze dias, um gesto de cada vez, que transforma um desconhecido numa conversa marcada. Sem automatismos, sem truques, sem fingir amizades. Venha daí nesta viagem.

O princípio (leia isto antes de começar)

No LinkedIn, primeiro ganha-se o direito à conversa. Só depois se pede a conversa. A sequência existe para construir esse direito, um gesto de cada vez:

Dia	Passo	Objetivo
1	O pedido de ligação	Entrar na sala
2	O agradecimento sem venda	Quebrar o padrão que ele espera
4	O comentário com substância	Ser visto no terreno dele
7	O valor primeiro	Dar antes de pedir
9	A ponte	Ligar a relação ao problema concreto
12	A prova	Mostrar que já resolveu isto (só se for verdade)
15	O convite	Pedir a conversa, com porta de saída honesta

Repare nos dias que faltam entre um passo e o seguinte. Não são esquecimento: são de propósito. Os dias de silêncio pelo meio não são tempo perdido — são o que separa uma relação a nascer de uma campanha à pressa. A confiança não dá sinais de vida ao ritmo a que nós gostaríamos, e o calendário serve exatamente para isso: para não depender do entusiasmo de cada dia.

Quatro regras que não se negociam:

- **Tudo manual, tudo personalizado.** As ferramentas de automação violam as regras do LinkedIn e podem custar-lhe a conta. Pior: uma mensagem em série vê-se à léguas.
- **A sequência para no momento em que ele responde.** A partir daí é uma conversa entre duas pessoas, não um guião.
- **O objetivo é sair do LinkedIn.** Para uma chamada ou uma reunião: é lá que a venda acontece.
- **Quantos contactos por dia?** Os que conseguir personalizar a sério. No dia em que der por si a copiar e colar, pare: a qualidade caiu e a taxa de resposta vai atrás.

► **Aviso à navegação:** escolha bem quem entra na sequência. Um bom contacto é alguém que decide sobre o problema que a sua empresa resolve, ou influencia essa decisão. Encher a sequência com a lista telefónica inteira só produz ruído com método.

Antes do dia 1: arrume a montra

Quando a sua mensagem chegar, a primeira coisa que ele faz é abrir o seu perfil. Se a montra estiver desarrumada, a melhor mensagem do mundo morre ali. Três verificações rápidas:

- **O título por baixo do seu nome diz a quem ajuda e em quê**, não apenas o cargo. «Diretor Comercial na XPTO» não diz nada; «Ajudo empresas industriais a encurtar o ciclo de venda» diz tudo.
- **A fotografia é atual e profissional**. Não precisa de estúdio; precisa de parecer a pessoa que vai aparecer na reunião.
- **A secção «Sobre» fala do cliente**: dos problemas que resolve e dos resultados que ajuda a atingir. Não é um currículo romanceado.

Dia 1: o pedido de ligação (sem vender)

Regra de ouro: a nota de ligação tem um motivo verdadeiro e zero venda. Se não encontra um motivo verdadeiro para ligar a esta pessoa, o problema está na escolha do contacto, não na nota.

NOTA DE LIGAÇÃO • COM PUBLICAÇÃO DELE

«Sr. [Nome], bom dia. Li a sua publicação sobre [tema] e deu-me que pensar, em particular [aspecto concreto]. Trabalho com empresas do [setor] e gostava de o ter na minha rede, para acompanhar o que vai partilhando.»

E se ele não publica nada? Use o terreno comum que existir:

NOTA DE LIGAÇÃO • SEM PUBLICAÇÃO

«Sr. [Nome], bom dia. Trabalho há vários anos com empresas do [setor] e procuro ter na minha rede quem lida todos os dias com [tema]. Gostava de contar consigo.»

Aviso à navegação: se a nota não puder ser 100% verdadeira, é preferível enviar o pedido sem nota a inventar uma. Muitos pedidos são aceites sem nota nenhuma; nenhuma relação sobrevive a começar com uma mentira.

Dia 2: o agradecimento que não vende

Aceitou? Ótimo. E agora chega o momento em que a maioria estraga tudo: o argumentário disfarçado de agradecimento. Faça o contrário:

MENSAGEM • DIA 2

«Obrigado por aceitar a ligação, Sr. [Nome]. Não lhe vou ocupar o tempo com apresentações de serviços. Fico atento ao que for partilhando sobre [tema].»

Porque funciona: pense comigo: quantas mensagens destas já recebeu? Provavelmente poucas, e é exatamente por isso que esta funciona: quebra o padrão que ele está à espera de ver.

Se ele não publica nada, corte a última frase e fique só o agradecimento: mais curto e igualmente raro. Se tiver uma pergunta genuína sobre a realidade dele, este é um bom dia para a fazer. Se não tiver, não invente: agradeça e saia. A variante com pergunta e toda a sequência de seguimento por email estão no [Pack de Scripts de Prospeção](#).

Dia 4: o comentário com substância

Hoje não envia mensagem nenhuma. Hoje aparece no terreno dele: um comentário numa publicação do contacto, ou numa discussão do setor em que ele participa.

Um comentário com substância acrescenta uma de três coisas: um dado, uma experiência ou uma pergunta que faça o autor pensar. Um «Excelente publicação!», por muito simpático que seja, é apenas ruído com boas maneiras.

COMENTÁRIO • DIA 4

«Passei por este problema do outro lado, quando [contexto]. O que nos desbloqueou foi [abordagem]. Fico curioso: no vosso caso, o travão está no mesmo sítio?»

Porque funciona: um bom comentário faz mais pela relação do que três mensagens privadas. É público, mostra como pensa, e é visto pelo contacto e pela rede dele ao mesmo tempo.

Dia 7: o valor primeiro

Hoje dá sem pedir. Um artigo, um dado do setor, um exemplo concreto: algo útil para ele, escolhido por causa dele. O seu catálogo não conta como valor.

MENSAGEM • DIA 7

«Sr. [Nome], cruzei-me com [artigo/estudo/dado] sobre [tema] e lembrei-me da nossa ligação: [ligação ou resumo em duas linhas]. Partilho-o sem compromisso; pareceu-me útil para quem lida com [tema] todos os dias. Se não for o caso, fique à vontade para o ignorar.»

Porque funciona: é a quarta vez que o seu nome lhe aparece à frente, e ainda não lhe pediu nada. É este saldo a seu favor que sustenta a relação até ao convite.

Dia 9: a ponte

Chegou a altura de ligar a relação ao problema que a sua empresa resolve. A ferramenta certa é uma pergunta direta e genuína, não o argumentário.

MENSAGEM • DIA 9

«Sr. [Nome], se me permite uma pergunta direta: na [empresa], como é que estão a lidar com [problema concreto do setor]? Pergunto porque é o tema que mais tem surgido nas conversas com empresas semelhantes, e cada uma o resolve à sua maneira.»

Repare no que esta mensagem não faz: não afirma que ele tem o problema, não apresenta solução, não pede reunião. Faz o que as boas perguntas de venda fazem: coloca o cliente a pensar e dá-lhe espaço para responder como quiser.

Dia 12: a prova (só se for verdadeira)

Este passo é facultativo, e tem uma condição inegociável: ser verdade. Se trabalhou com uma empresa parecida e há um resultado concreto, é hoje que o menciona.

MENSAGEM • DIA 12

«Sr. [Nome], serei breve, para não transformar isto num monólogo. Trabalhámos com uma empresa que enfrentava [problema] e, em [período], chegou a [resultado concreto]. Não sei se o vosso caso é comparável; foi por isso que me lembrei de si.»

⚠ **Verifique antes de enviar:** o exemplo tem de ser real e com permissão para ser contado. Se não o tem, salte este dia ou troque a prova por um princípio geral («o que costuma desbloquear estes casos é...»). Um resultado inventado destrói em segundos o que os cinco passos anteriores construíram.

Dia 15: o convite

Quem não chora, não mama: ao décimo quinto dia, pede-se a conversa. Com naturalidade, e com uma porta de saída honesta:

MENSAGEM • DIA 15

«Sr. [Nome], nas últimas duas semanas procurei que o meu nome lhe fosse aparecendo pela melhor razão: sem lhe pedir nada. Faz-me sentido propor-lhe agora o passo seguinte: uma conversa curta, para percebermos se há aqui valor para a [empresa]. Se concluirmos que não há, fico igualmente satisfeito com a ligação e não volto a insistir no tema. Tem disponibilidade na quinta-feira, ou prefere o início da próxima semana?»

Porque funciona: o pedido é proporcional ao que foi construído, o compromisso é pequeno e a saída está à vista. Ninguém gosta de entrar numa sala sem saber onde fica a porta.

E se ele não responder?

Acontece, e não é um drama. Três regras para o pós-sequência:

- **Não recomece a sequência nem repita o convite dia sim, dia não.** A persistência com classe muda de canal.
- **Passe para o email.** A sequência de seguimento de 5 toques, com os scripts completos, está no [Pack de Scripts de Prospeção](#).
- **Mantenha a presença leve.** Um comentário de vez em quando, uma partilha relevante. Há conversas que amadurecem devagar; o que interessa é estar presente quando o momento chegar.

E duas respostas prontas para os cenários mais comuns:

Ele diz...	A sua resposta...
«Envie-me informação por aqui.»	«Com certeza, envio. Para não lhe enviar um documento genérico, permita-me uma pergunta: o que é que hoje mais lhe pesa em [tema]?»
«Não é prioridade para já.»	«Agradeço a franqueza, e faz todo o sentido. Se não vir inconveniente, volto ao tema em [momento]. Até lá, continuo a acompanhar com interesse o que for partilhando.»

Como usar este guia

1. **Adapte a voz à sua.** Os scripts são um esqueleto, não um guião para decorar. Se soar a robô, o contacto sente.
2. **Encha os parêntesis retos com factos reais.** Temas, setores, resultados: tudo verdadeiro, sempre.
3. **Meça.** Quantas ligações, quantas respostas, quantas conversas marcadas. A nossa [Calculadora de Atividade → Objetivo](#) faz a conta ao contrário, do objetivo anual até à atividade diária. Como costumo dizer: o que é medido acontece, o que não é medido... esquece!
4. **Um pouco todos os dias.** A prospeção que funciona é um hábito diário, não uma campanha que se faz uma vez por ano. Quinze dias por contacto, contactos novos a entrar todas as semanas, e a carteira deixa de estar à espera de um milagre.

E se a chamada a frio continuar a fazer parte do seu método, o guião completo está neste artigo: [Prospeção a Frio: o Guião da Chamada que Ainda Abre Portas](#).

Experimente esta semana, com uma mão-cheia de contactos escolhidos a dedo. E depois conte-me como correu. Vamos a isso!