

**INOVAÇÃO**



# SCRIPT DE VENDAS

Um guia para atrair clientes  
em diferentes canais

Entenda como montar um script ideal e  
confira modelos prontos para usar nas  
vendas por telefone, e-mail e WhatsApp



# INTRODUÇÃO

Nas páginas deste conteúdo, vamos explorar juntos uma **poderosa ferramenta utilizada por profissionais de vendas em todo o mundo: o script de vendas**. Se você já se perguntou como vendedores experientes conseguem conduzir conversas persuasivas e assertivas, alcançando resultados excepcionais, a resposta pode estar justamente no uso eficiente de um script bem elaborado.

Ao longo deste e-book, vamos mergulhar no **conceito do “script de vendas”**, entendendo o que é, como funciona e, o mais importante, **como criá-lo para o seu negócio**. Explicaremos o momento ideal para empregar um script e como ele pode ser adaptado para diferentes canais de vendas, como e-mail, WhatsApp e telefone. Além disso, você encontrará **modelos práticos de script** para cada um desses canais, que poderão ser usados como ponto

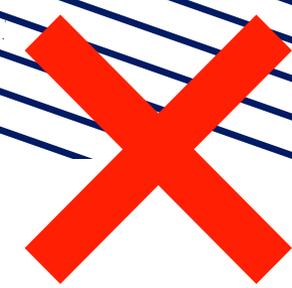
de partida para estruturar as próprias abordagens. Se você deseja aprimorar suas habilidades em vendas, conquistar a confiança dos clientes e aumentar suas taxas de conversão, este e-book é a chave para transformar sua abordagem de vendas e alcançar o sucesso no competitivo mundo dos negócios.

Vamos começar esta jornada rumo a vendas mais eficazes e relacionamentos duradouros com os clientes. Prepare-se para dominar a arte do script de vendas e alavancar seus resultados!

***Boa leitura!***

# O QUE É UM SCRIPT DE VENDAS E PARA QUE ELE SERVE?





Um script de vendas é um **roteiro ou um guia estruturado** que os profissionais de vendas utilizam durante seu contato com potenciais clientes. Ele fornece um conjunto de palavras ou frases-chave, perguntas, argumentos e técnicas que os vendedores seguem para conduzir uma conversa, **com o objetivo de persuadir o cliente a comprar um produto ou serviço.**

O script de vendas é projetado para ajudar os vendedores a comunicar de forma clara e eficaz os benefícios e características do que estão vendendo, além de superar objeções e dúvidas comuns dos clientes. Ele é uma ferramenta valiosa que tem o propósito de orientar os profissionais de vendas em diferentes etapas do processo, desde a abordagem inicial até o fechamento da venda.

Embora forneça uma estrutura, o script também deve ser flexível o suficiente para permitir que os vendedores se adaptem às necessidades individuais de cada cliente.

A personalização do script é fundamental para criar uma conexão mais significativa e genuína com o contato, o que pode aumentar a probabilidade de sucesso nas vendas.

O script deve ser trabalhado como uma ferramenta que auxilia os vendedores a se prepararem adequadamente para sua interação com os clientes, tornando-a mais efetiva e possibilitando uma abordagem mais profissional e confiante ao longo do processo de vendas.

Resumindo... o script de vendas ajuda os vendedores a comunicar de forma clara os benefícios do que estão vendendo, superar objeções e criar uma abordagem profissional e confiante ao longo do processo de vendas.

É uma ferramenta valiosa para orientar as vendas de maneira mais eficaz e eficiente.

# ETAPAS DO SCRIPT DE VENDAS PERFEITO

Como você já sabe, o objetivo é guiar o vendedor durante a interação com o cliente, tornando o processo mais organizado, persuasivo e focado nas necessidades do comprador.



# 1. ABORDAGEM INICIAL

Nesta etapa, o vendedor cumprimenta o cliente de forma amigável e, assim, cria uma primeira impressão positiva.

É importante estabelecer “rapport”, ou seja, um relacionamento com o cliente, e criar uma conexão inicial com esse. O vendedor pode fazer tanto uma pergunta quanto um comentário relevante para iniciar a conversa e captar a atenção do cliente.

# 2. IDENTIFICAÇÃO DAS NECESSIDADES

O vendedor faz perguntas abertas para entender as necessidades, os desejos e os problemas do cliente. Também é a hora de escutar ativamente as respostas dele e demonstrar interesse genuíno em entender suas preocupações.

A identificação das necessidades é crucial para adaptar a abordagem de vendas e personalizar a oferta visando atender às expectativas do cliente.

# 3. APRESENTAÇÃO DO PRODUTO/SERVIÇO

Nesta etapa, o vendedor destaca os benefícios e as características do produto/serviço de modo claro e convincente. Ele também deve focar nos aspectos que atendem diretamente às necessidades e aos interesses identificados anteriormente. A apresentação também é a oportunidade para utilizar argumentos persuasivos e exemplos práticos a fim de ilustrar o valor do que está sendo oferecido.

## 4. LIDANDO COM OBJEÇÕES

O cliente pode expressar preocupações, dúvidas ou resistências nesta fase.

O vendedor ouve atentamente as objeções, demonstrando empatia e respeito pelas preocupações do cliente. Também é essencial utilizar respostas bem-preparadas e argumentos sólidos para superar as objeções de forma positiva e convincente. O vendedor, nesse momento, também foca nos benefícios do produto/serviço e esclarece qualquer mal-entendido que possa surgir.

## 5. FECHAMENTO DA VENDA

Nesta etapa, o vendedor incentiva o cliente a tomar uma decisão de compra. Pode-se utilizar técnicas de fechamento, como perguntas que induzem à decisão ou criar um senso de urgência. No fechamento, ainda é essencial identificar os sinais de compra e saber quando é o ponto certo para convidar o cliente a fechar a venda.

## BÔNUS ACOMPANHAMENTO PÓS-VENDA:

Posteriormente à venda, o vendedor mantém contato com o cliente para garantir sua satisfação e fidelidade. Além disso, é a hora de resolver quaisquer problemas que possam surgir.

É importante lembrar que, como citamos, o script de vendas não deve ser rígido e tem de ser adaptado de acordo com o perfil do cliente e as particularidades de cada interação. A flexibilidade e a personalização são fundamentais para uma abordagem de vendas bem-sucedida. Além disso, a prática e o aprimoramento contínuo são essenciais para dominar o script e aumentar a eficácia nas vendas.

# IDENTIFICANDO E COMBATENDO AS OBJEÇÕES EM VENDAS

Em qualquer processo de vendas, é comum que os clientes apresentem objeções e resistências antes de tomar uma decisão de compra. Essas objeções podem variar de acordo com o produto ou serviço oferecido, o perfil do cliente e o contexto da venda.

**Alguns dos exemplos mais comuns de objeções enfrentadas em vendas são:**



**Preço elevado:** o cliente expressa preocupação com o custo do produto/serviço e pode considerá-lo excessivamente alto.



**Necessidade real:** o cliente pode questionar se realmente precisa do produto/serviço oferecido.



**Concorrência:** o cliente menciona que existem outras opções no mercado que podem ser mais vantajosas.



**Falta de confiança:** o cliente pode não confiar completamente na empresa, no produto ou no vendedor.



**Tempo de decisão:** o cliente não está preparado para tomar uma decisão imediata e precisa de mais tempo para refletir.



**Indecisão:** o cliente pode estar indeciso sobre qual opção é a melhor para suas necessidades.



**Rejeição pessoal:** o cliente pode expressar objeção com base em experiências anteriores negativas com a empresa ou com o vendedor.



**Desconhecimento:** o cliente pode não ter todas as informações necessárias para tomar uma decisão informada.

# COMO ANALISAR AS OBJEÇÕES E SEUS POSSÍVEIS MOTIVOS

Para lidar efetivamente com as objeções dos clientes, é essencial entender suas raízes e os motivos por trás delas. Algumas objeções podem ser superficiais, enquanto outras refletem preocupação mais profunda ou questões subjacentes.

Aqui estão algumas maneiras de analisar **as raízes das objeções**:



**Escuta ativa:** ao ouvir atentamente o cliente, o vendedor pode identificar as razões específicas por trás da objeção.



**Perguntas esclarecedoras:** fazer perguntas abertas e claras pode auxiliar no esclarecimento quanto às preocupações do cliente.



**Pesquisas de mercado:** conhecer o mercado e as tendências ajuda a entender as objeções comuns enfrentadas pelos clientes em geral.



**Histórico de vendas e dos clientes:** analisar dados e feedbacks anteriores de vendas pode fornecer insights sobre objeções recorrentes.



**Perfil do cliente:** entender o perfil do cliente, suas necessidades e expectativas pode ajudar a contextualizar as objeções.

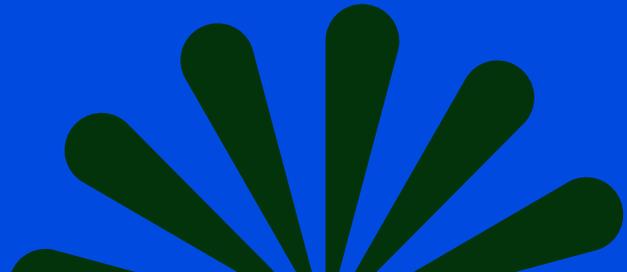
Ao identificar as raízes das objeções, o vendedor pode personalizar suas respostas e abordagens, a fim de atender às preocupações específicas do cliente.



55.5808369  
88.8005533

62.5848369  
82.8045533

# COMO MAPEAR E CATEGORIZAR AS OBJEÇÕES FREQUENTES



Para tornar o processo de lidar com objeções mais eficiente, é útil mapear e categorizar as objeções frequentes. Isso permite que a equipe de vendas se prepare melhor para enfrentar situações comuns.

## AQUI ESTÁ UM GUIA PARA MAPEAR E CATEGORIZAR OBJEÇÕES:

**Registro e documentação:** a equipe de vendas deve registrar todas as objeções enfrentadas em vendas anteriores.

**Identificação das tendências:** analise as objeções registradas para identificar padrões ou temas comuns.

**Criação de categorias:** com base nas tendências identificadas, crie categorias para agrupar objeções similares.

**Exemplos de categorias podem incluir:**



**Objeções relacionadas ao preço**



**Objeções relacionadas à concorrência**

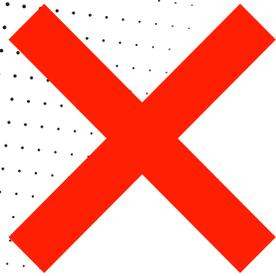


**Objeções relacionadas à falta de confiança**

**Desenvolvimento de respostas padrão:** para cada categoria de objeção, crie respostas padrão eficazes que possam ser usadas pelos vendedores.

**Treinamento da equipe de vendas:** certifique-se de que toda a equipe de vendas esteja ciente das objeções mapeadas e das respostas apropriadas.

Ao mapear e categorizar as objeções frequentes, a equipe de vendas estará mais bem preparada para responder às preocupações dos clientes com confiança e assertividade, aumentando as chances de sucesso nas vendas.

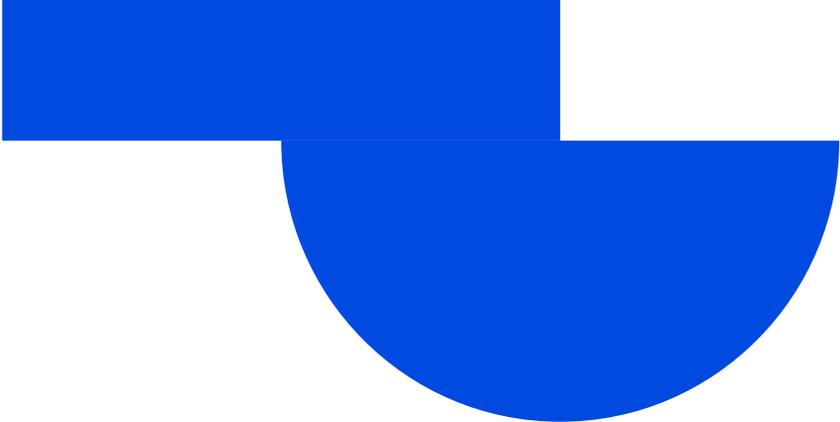


# ERROS COMUNS AO CRIAR SEU SCRIPT DE VENDAS (E COMO RESOLVÊ-LOS!)

O objetivo deste e-book é ensinar você a fazer um script de vendas matador... mas e o que **não** deve ser feito?

Existem alguns erros comuns na hora de preparar um script. Aqui, vamos preparar você para não cometê-los, ok?





# 1- ABORDAGEM GENÉRICA E POUCO PERSONALIZADA

Um dos erros mais comuns no desenvolvimento de um script de vendas é criar uma abordagem genérica que não leva em consideração as características e as necessidades específicas do público-alvo. Cada cliente é único, e **abordagens padronizadas podem fazer com que o cliente se sinta pouco valorizado** e não perceba a relevância do produto ou serviço oferecido.

**Solução:** a melhor maneira de evitar esse erro é conhecer profundamente o público-alvo e criar um script de vendas que se adapte às particularidades de cada cliente. Criar personas ajuda a entender os diferentes perfis de clientes e a desenvolver uma abordagem mais personalizada, levando em conta suas preferências, desafios e objetivos específicos.

# 2- FOCO EXCESSIVO NOS RECURSOS DO PRODUTO EM VEZ DOS BENEFÍCIOS PARA O CLIENTE

Outro equívoco comum é centrar o script de vendas nos recursos e nas características do produto ou serviço, em vez de **ênfatar os benefícios que ele traz ao cliente**. Os clientes estão interessados em como o produto ou serviço pode resolver seus problemas ou atender suas necessidades, e não apenas nas especificações técnicas.

**Solução:** o script de vendas deve destacar os benefícios e os resultados que o cliente obterá ao adquirir o produto ou serviço. É importante demonstrar claramente como o que está sendo oferecido vai melhorar a vida do cliente, resolver seus desafios ou agregar valor ao seu negócio.



## 3- NÃO OUVIR O CLIENTE E SUAS NECESSIDADES

Um erro grave é não dar a devida importância à **escuta ativa** durante o processo de vendas. Ignorar as necessidades e preocupações do cliente pode levar a uma desconexão entre o que está sendo oferecido e o que o cliente realmente deseja, resultando em uma venda perdida.

**Solução:** incentive os vendedores a praticar a escuta ativa, fazendo perguntas pertinentes e dando espaço para que o cliente expresse suas necessidades e objetivos. Compreender as necessidades do cliente permitirá que o vendedor adapte a abordagem e ofereça soluções mais relevantes.

## 4- NÃO AJUSTAR O SCRIPT COM BASE NOS RESULTADOS OBTIDOS

Outro erro usual é desenvolver um script de vendas e não fazer ajustes com base nos resultados obtidos na interação com os clientes. Um script que não muda ao longo do tempo pode não ser eficaz, já que o mercado, as necessidades do cliente e as tendências estão em constante mudança.

**Solução:** encoraje a equipe de vendas a dar feedback sobre o script e a compartilhar as experiências dos clientes. Utilize as informações obtidas para ajustar e melhorar continuamente o script de vendas, tornando-o mais eficiente e alinhado com as demandas do mercado e dos clientes.



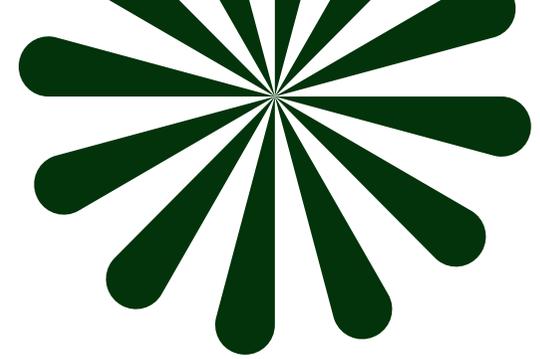
# MODELOS DE SCRIPT DE VENDAS

Agora chegou a parte que você deve estar esperando com ansiedade: vamos a alguns **modelos prontos de script de vendas!**

O que você vai conferir agora são três exemplos distintos de scripts que podem funcionar para canais diferentes: **telefone, e-mail e WhatsApp**. Vale lembrar, é claro, que cada empresa tem um público-alvo, e esse público é quem determina a forma como será feita sua abordagem de vendas.

Use os modelos abaixo como inspiração para passar pelas etapas do seu processo de vendas. Não se esqueça também de imprimir no script o tom de voz da sua marca e dos vendedores que farão a abordagem. É essencial que a conversa seja fluida e soe sempre natural para seu futuro cliente.

# MODELO DE SCRIPT DE VENDAS PELO TELEFONE



## 1. Abordagem inicial:

Vendedor: “Olá, [Nome do Cliente], aqui é [Seu Nome] da [Nome da Empresa]. Como você está hoje?”

## 2. Identificação das necessidades:

Vendedor: “Percebi que você é cliente da nossa empresa há algum tempo. Estou ligando para entender melhor suas necessidades e ver como posso ajudá-lo(a). Quais são as principais questões que você está enfrentando atualmente com [produto/serviço específico]? Posso te ajudar a encontrar a melhor solução?”

## 3. Apresentação do produto/serviço:

Vendedor: “Com base nas suas necessidades, temos uma opção muito interessante que pode resolver seus problemas [descrever benefícios específicos]. O [produto/serviço] tem se destacado por [características exclusivas]. Acredito que possa ser a solução ideal para você.”



# MODELO DE SCRIPT DE VENDAS PELO TELEFONE

## 4. Lidando com objeções:

Cliente: "Mas o preço é muito alto."

Vendedor: "Entendo sua preocupação com o preço. O [produto/serviço] oferece um ótimo custo-benefício, pois [explicar benefícios que justificam o preço]. Além disso, temos um desconto especial para clientes fiéis como você."

## 5. Fechamento da Venda:

Vendedor: "Você gostaria de aproveitar o desconto especial e adquirir o [produto/serviço] agora mesmo? Garanto que será um ótimo investimento para você."

## 6. Acompanhamento Pós-Venda:

Vendedor: "Obrigado por sua compra, [Nome do Cliente]. Foi um prazer ajudá-lo(a). Nosso departamento de suporte entrará em contato para garantir que tudo esteja correndo bem com seu novo [produto/serviço]. Se tiver alguma dúvida, não deixe de nos ligar."



# MODELO DE SCRIPT DE VENDAS PELO WHATSAPP

## 1. Abordagem inicial

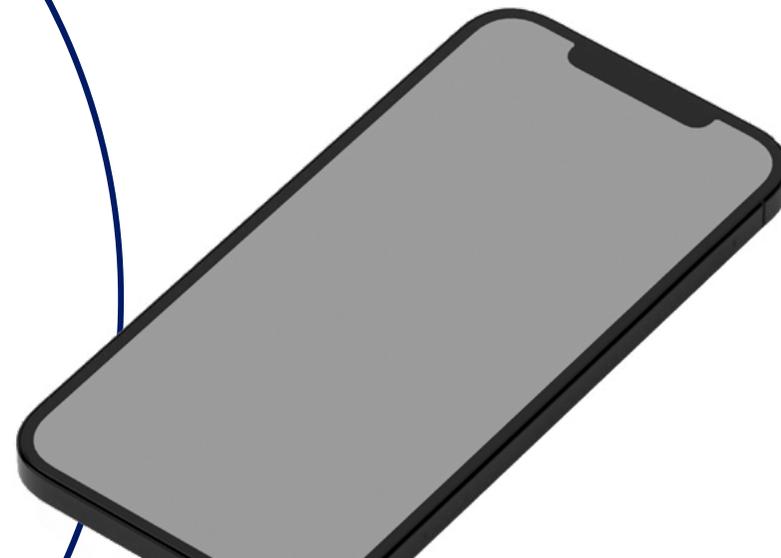
Vendedor: “Olá, [Nome do Cliente]! Aqui é [Seu Nome] da [Nome da Empresa]. Como vai?”

## 2. Identificação das necessidades

Vendedor: “Estou entrando em contato porque percebi que você tem interesse em [produto/serviço específico]. Gostaria de entender melhor suas necessidades e como posso ajudá-lo(a). Quais são os principais desafios que você enfrenta atualmente?”

## 3. Apresentação do produto/serviço

Vendedor: “Com base nas suas necessidades, tenho uma ótima opção que pode ajudá-lo(a) com [benefícios específicos]. O [produto/serviço] é conhecido por [características exclusivas]. Tenho certeza de que você vai gostar.”



# MODELO DE SCRIPT DE VENDAS PELO WHATSAPP

## 4. Lidando com objeções

Cliente: “Ainda estou em dúvida sobre a qualidade.”

Vendedor: “Entendo sua preocupação. Nossos produtos/ serviços passam por rigorosos testes de qualidade e temos muitos clientes satisfeitos. Eu posso até mesmo te apresentar alguns cases de sucesso de nossos clientes. Além disso, oferecemos garantia de satisfação, um teste do produto ou uma troca gratuita. Então, você pode experimentar sem riscos.”

## 5. Fechamento da venda

Vendedor: “O [produto/serviço] está com uma promoção especial nesta semana. Você gostaria de aproveitar esta oferta exclusiva?”

## 6. Acompanhamento pós-venda

Vendedor: “Obrigado por escolher [Nome da Empresa]. Seu [produto/serviço] será enviado em breve. Caso tenha alguma dúvida ou precise de ajuda, estou à disposição para ajudá-lo(a).”



# MODELO DE SCRIPT DE VENDAS PELO E-MAIL



## 1. Abordagem Inicial

Assunto: [Nome do Cliente], temos uma oferta especial pra você!

Vendedor: “Olá, [Nome do Cliente]! Sou [Seu Nome] da [Nome da Empresa]. Espero que este e-mail encontre você bem.”

## 2. Identificação das necessidades

Vendedor: “Estou entrando em contato para entender melhor suas necessidades e como podemos ajudá-lo(a). Nossa equipe percebeu que você está interessado(a) em [produto/serviço específico]. Quais são as principais questões ou os desafios que você está enfrentando?”

## 3. Apresentação do produto/serviço

Vendedor: “Com base nas suas necessidades, gostaria de apresentar nosso [produto/serviço]. Ele tem se destacado por [benefícios específicos]. Estamos recebendo feedbacks muito positivos dos nossos clientes.”

# MODELO DE SCRIPT DE VENDAS PELO E-MAIL



## 4. Lidando com objeções

Cliente: “Acho que sua solução não atende minhas expectativas.”

Vendedor: “Eu entendo sua preocupação. Oferecemos uma garantia de satisfação; então, você pode experimentar sem riscos. Além disso, temos uma equipe de suporte dedicada para ajudá-lo(a) em caso de dúvida.”

## 5. Fechamento da venda

Vendedor: “Estamos com uma promoção exclusiva nesta semana para clientes como você. Gostaria de aproveitar esta oferta especial?”

## 6. Acompanhamento pós-venda:

Vendedor: “Agradecemos pela sua compra. Seu [produto/serviço] será enviado em breve. Caso precise de qualquer assistência ou tenha alguma dúvida, não hesite em entrar em contato conosco. Gostaria também que você avaliasse o produto e o meu atendimento, para que possamos oferecer ainda melhores soluções no futuro.”

# CONCLUSÕES

Depois de tudo que você viu neste e-book, podemos recapitular dizendo que o script de vendas é uma ferramenta indispensável para os profissionais do setor, já que oferece uma estrutura organizada que otimiza o processo de vendas e aumenta as chances de sucesso.

Por meio do script, os vendedores podem abordar os clientes de forma mais confiante e persuasiva, identificar suas necessidades, apresentar soluções adequadas e superar objeções com eficiência. Além disso, o script de vendas pode ser adaptado a diferentes canais de vendas, como telefone, e-mail e WhatsApp, tornando-se versátil e eficaz para as mais diversas situações.

Para empreendedores que buscam melhorar suas estratégias de vendas, o Sebrae-MG está à disposição para oferecer todo o suporte necessário. Ao estruturar suas estratégias de vendas com a ajuda desta instituição, os empreendedores e os futuros empreendedores estarão mais preparados, a fim de atrair e conquistar clientes, alcançar metas de vendas e obter resultados significativos no que se refere ao crescimento sustentável do seu empreendimento. Não deixe de contar com o Sebrae-MG visando impulsionar suas vendas e alcançar um futuro próspero para o seu negócio.

# SOBRE O SEBRAE INOVAÇÃO

## COMO AUMENTAR A COMPETITIVIDADE DE EMPRESAS E REGIÕES?

A plataforma Inovação Sebrae Minas foi criada para ajudar empreendedores e gestores públicos a encontrar as diversas respostas que existam para essa pergunta.

Não acreditamos na ideia de Inovação apenas como algo grandioso, complexo e com base tecnológica. Pensando dessa forma, inovar parece fazer parte de uma realidade distante da maioria das pessoas, empresas e regiões.

A Inovação, entretanto, pode estar em uma mudança simples de atitude, na definição de um novo processo, no aperfeiçoamento de um produto e em tudo aquilo que de alguma forma possa ser melhorado.

Existem empresas e regiões no Brasil e no mundo passando por desafios muito parecidos com o seu. Aqui você verá como elas estão utilizando a Inovação para vencer esse jogo.

Se ligue na plataforma Inovação Sebrae Minas e tenha acesso a ferramentas, cases, boas práticas, estudos, tendências, entrevistas e muito mais.

Queremos ser uma fonte de inspiração capaz de ajudar você a tornar a sua empresa ou a região mais competitiva por meio da Inovação. Inovar é pra você, pode acreditar.

O Sebrae conta com um time de consultores prontos para ajudá-lo a impulsionar seu negócio. Se você precisa de ajuda com alguma ação, não deixe de entrar em contato.

Aproveite também para nos acompanhar nas redes sociais e no nosso portal.



INOVAÇÃO

SEBRAE