

S O C I A L M E D I A

checklist

atendimento de leads



Com esse **checklist** em mãos fica bem mais fácil transformar leads em clientes.

Leia com atenção

Esse é um **manual básico** sobre comunicação eficiente no digital para transformar os leads que chegam interessados no seu produto/serviço em clientes fiéis e defensores da sua marca.

1.

Você precisa ser uma pessoa atendendo outra pessoa

Carl Jung tem uma frase muito marcante onde ele diz:

“Conheça toda teoria, domine todas as técnicas, mas ao tocar uma alma humana, seja apenas outra alma humana.

Não é péssimo quando você tenta falar com uma empresa que coloca um bot pra te atender e automatiza todo processo de atendimento e relacionamento com o cliente? Não faça o mesmo.

Seu cliente está disposto a comprar mais de você, mas precisa de atenção. Esse contato mais próximo e humano, além de fazer seu cliente se sentir valorizado e comprar mais, ainda te revela inúmeras dores e ideias.



**peessoas se
conectam
com pessoas.**



dica bônus

Tom de voz

Pra ficar fácil de entender, reflita: A forma que você responde seu potencial cliente no whatsapp é próxima ou distante da forma que você fala pessoalmente?

Sua comunicação precisa ser intencional e refletir os valores e o que há de único e melhor na sua marca. Vale escolher emojis da sua paleta, que conversem com seu público e um tom de voz menos formal e leve, sem deixar de lado o profissionalismo.

Qual mensagem você prefere receber?



Olá, como posso te ajudar?



Olá 🍷

Que bom que chegou até aqui, valorizamos cada ponto de contato com nosso cliente.

Meu nome é Davi e o seu?

2.



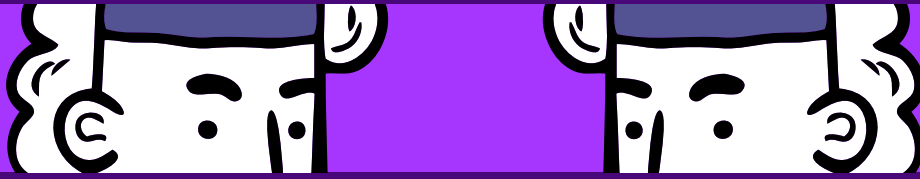
Use uma foto de perfil na conta

Nada de amadorismo. Não precisa inventar muito, capricha na simplicidade.

Um rosto humano é sempre melhor que uma imagem. A sua foto deve estar centralizada e em contraste com o fundo. Lembre-se, tudo comunica, a sua foto de perfil deve estar conectada as emoções, valores e ideias que deseja transmitir.

Hoje, inclusive existem ferramentas de **inteligência artificial** gratuitas e apps que transformam sua foto num foto comercial (use com moderação).

3.



Converse como se tivesse falando olho a olho com cliente

Seja honesto. As vezes o potencial cliente não está no momento de compra dele ou seu produto/serviço não é o mais indicado, respeite isso e seja sincero.

Você não quer um cliente insatisfeito ou que te dê dor de cabeça e demande demais do suporte. As vezes é melhor “alimentar” o potencial cliente com informações que façam sentido naquele momento para ele antes dele consumir ou vender um produto menor de entrada ou, as vezes, nem vender.

4.

Fale a linguagem do seu público

Pra isso você deve primeiro conhecer verdadeiramente seu público, hábitos, sonhos, medos.



Vale usar emojis (sem excessos) e um tom de voz mais descontraído, menos formal e até siglas (com moderação), o ideal é que sua comunicação reflita seus valores, o que você acredita.

Digamos que você crie uma narrativa de jornada com o cliente, na sua comunicação você pode continuar adotando essa linguagem utilizando termos como “aperte os cintos”, “preparado para decolar”. **Crie uma narrativa única e explore figuras de linguagem.**

5.

Não force intimidade

Pronomes possessivos são sempre complicados.

Sabe aquela pessoa que acabou de te conhecer e já te chama de “meu amor”, “meu querido”, fica encostando em você, não seja essa pessoa no digital. Se relacionar demanda tempo, escuta ativa, etapas e limites que devem ser respeitados.



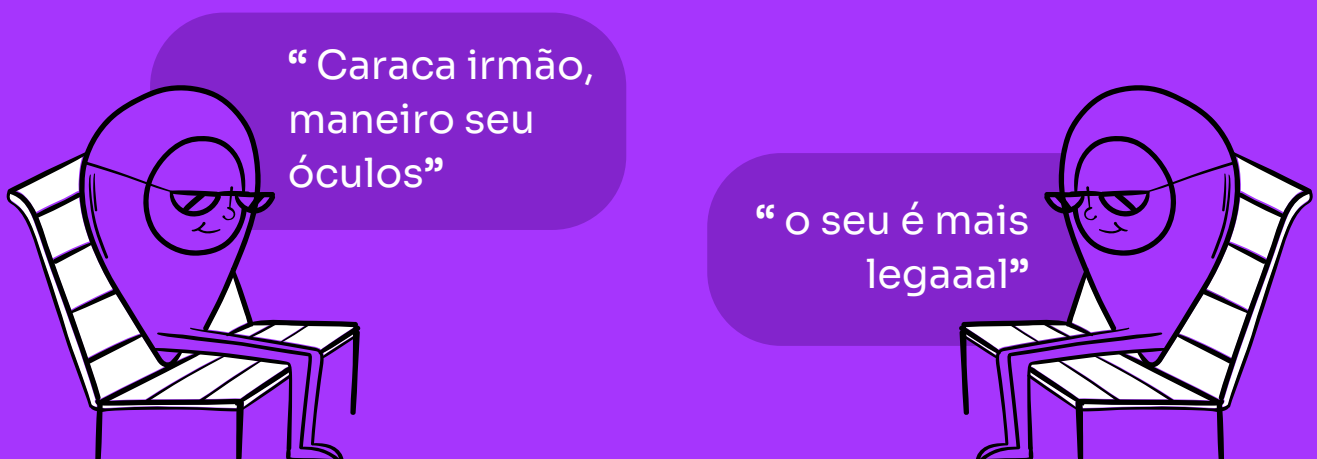
6.

Use o princípio do espelhamento

Mirroring

Essa técnica consiste em agir como um reflexo, ou seja, espelhar os movimentos corporais e elementos de linguagem do seu interlocutor. Replicar postura, expressões faciais e linguagem corporal, gestos, tom de voz e a maneira que seu lead, inicialmente, conduz a conversa.

Mas pra isso você precisa estar genuinamente interessado no outro, não é brincar de imitação é mais uma vez gerar identificação sem sacrificar a sua identidade.



7.



Sem erro de português

Tá com dúvida, dá um Google.

“Com certeza” é separado. “De repente” é separado. “De novo” é separado. “Nada a ver” é o certo quando uma coisa não tem relação com outra, do contrário tem “tudo a ver”. “Por que” separado é pergunta e junto (“porque”) é resposta. E assim vai, na dúvida, dá um google, até não precisar mais.

8.

Seja simples e claro

(não exagere em
termos técnicos)

Falar difícil não te torna inteligente. Quando você usa muitos termos técnicos você inferioriza o seu cliente, faz ele se sentir burro e confuso e não há nada pior do que isso.

9.

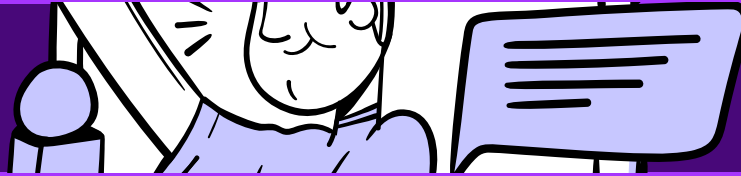
Cuidado com textos longos e mensagens muito curtas



Sem excessos ou economias

Fale o necessário, de forma objetiva e sempre ouça antes.

10.



Evite áudios se o cliente está falando só por texto

Seu cliente não é seu amigo ou psicólogo.

E nem tá querendo ouvir um podcast. De preferência pergunte antes se pode enviar um áudio e seja objetivo e claro, sem ficar dando voltas e pausas longas.

11.



Antecipe as necessidades e tome o menor tempo do cliente possível

Se der pra ver o Instagram antes, levantar informações importantes, melhor ainda.

Por isso é tão importante ouvir e se preocupar genuinamente com seus leads e clientes, o feedback deles é ouro para o seu negócio.

12.



Conversa não é monólogo (50/50)

Não deixe seu cliente falando sozinho nem fale mais ou antes de ouvir atentamente.

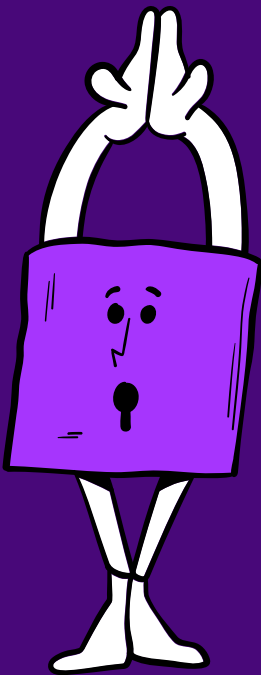
Pergunte sempre que for preciso. Perguntas mais abertas e interessantes fazer seu lead abrir o jogo contigo, deixe ele à vontade inclusive para mandar áudio. Até o tom de voz dele é importante para entender urgências, dores e precificar melhor seu serviço respondendo as reais necessidades dele.

13.

Atendimento personalizado (chame o cliente pelo nome)

Nome é a primeira coisa que
você tem que saber.

14.



Tenha histórico do atendimento anterior

Não adianta, você não vai lembrar de tudo.

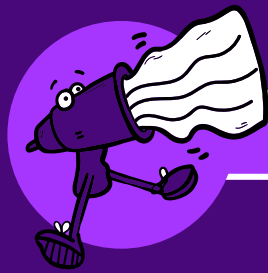
Manter um histórico das conversas te ajuda a personalizar o atendimento deixando o contato mais pessoal e estreitando a relação.



dica bônus

Scripts

Aqui vão alguns **exemplos de conversas**, como responder o lead, faça suas adaptações considerando seu segmento, especialidade e seu tom de voz:



dica bônus

Início

Digamos que o cliente tenha vindo direto do anúncio e que em torno do seu negócio você construiu uma narrativa de viagem espacial.



Olá. Como posso te ajudar?



Olá 🙋

Bem-vindo a incrível jornada no digital cheia de desafios e recompensas. Que bom que chegou à bordo, estamos prestes a decolar.

Poderia me confirmar seu nome para garantir um atendimento personalizado? O que mais te despertou interesse no anúncio? Se preferir envie um áudio, estamos felizes demais em receber você aqui e te ouvir.



dica bônus

Qual o preço?

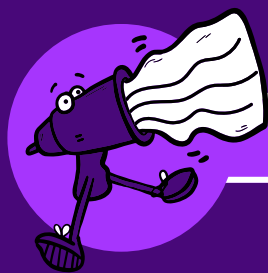


O XPTO é R\$xxx,xx.



Esse é um dos campeões de venda 🏆
E não à toa, nossos alunos tem triplicado as vendas utilizando o XPTO. Um dos nossos grandes diferenciais é xx.

Você ainda pode parcelar em 12x o valor pra caber direitinho no seu orçamento e você já começar a utilizar e ter o retorno sobre o investimento, pois o acesso é imediato.



dica bônus

Tem desconto?



Tem para compras à vista.



Você chegou na hora certa 🥳

Liberamos um cupom de 10% direto no checkout para compras acima de R\$xx, mas é até hoje só.

Infelizmente não temos, mas a notícia boa é que adquirindo hoje você garante nosso valor promocional, a partir de xx esse mesmo produto/serviço, vai passar a valer R\$xx.

vender é a arte de se relacionar

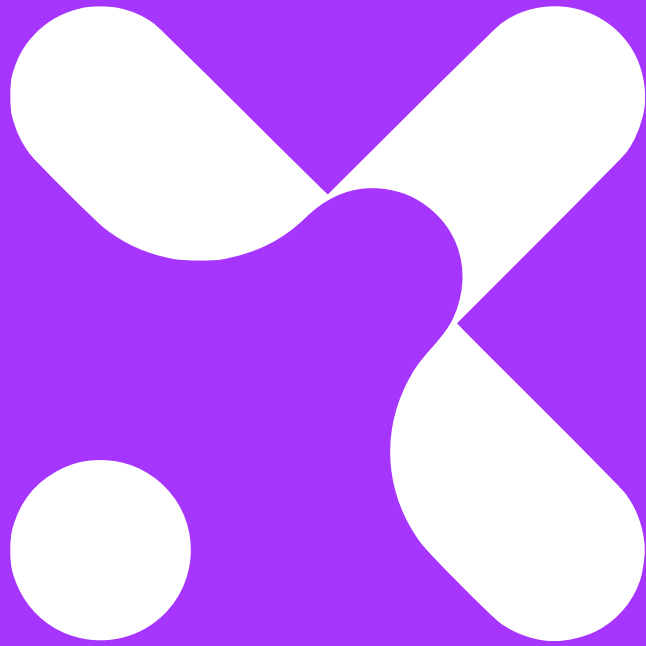
E se você for com muita “sede ao pote” seus potenciais clientes (leads) vão correr de você.

Os melhores clientes são aqueles que estão envolvidos, que se identificam com seus valores

checklist

atendimento de leads

- ✓ Você precisa ser uma pessoa atendendo outra pessoa
- ✓ Use uma foto de perfil na conta
- ✓ Converse como se tivesse falando olho a olho com cliente
- ✓ Fale a linguagem do seu público
- ✓ Não força intimidade
- ✓ Use o princípio do espelhamento (mirroring)
- ✓ Sem erro de português
- ✓ Seja simples e claro (não exagere em termos técnicos)
- ✓ Cuidado com textos longos e mensagens muito curtas
- ✓ Evite áudios se o cliente está falando só por texto
- ✓ Antecipe as necessidades e tome o menor tempo do cliente possível
- ✓ Conversa não é monólogo (50/50)
- ✓ Atendimento personalizado (chame o cliente pelo nome)
- ✓ Tenha histórico do atendimento anterior



Um **bom vendedor** ouve
mais do que fala, pergunta
mais do que afirma

**pe^{so}as se
conectam
com pessoas .**