



# Roteiro de vendas: dicas para estruturar um script que converte!

Já pensou como seria a produção de filmes sem os roteiros? Mesmo com ideia central, personagens e objetivos definidos para cada cena, com certeza o resultado não seria tão positivo sem um bom script.

O mesmo vale para o dia a dia na área comercial: sem um roteiro de vendas, os vendedores até podem passar por todos os elementos principais de uma abordagem, mas certamente não chegarão ao melhor resultado possível!

O script de vendas, portanto, é uma ferramenta muito importante para guiar a rotina comercial, tornando mais rápidas e assertivas as comunicações entre a sua empresa e os leads.

Se ainda não possui um, neste artigo vamos falar sobre seus

benefícios e também apresentar o passo a passo para construí-lo!

## **O que é um roteiro de vendas e qual a sua importância?**

O roteiro de vendas nada mais é do que um documento que registra os passos essenciais a serem seguidos em determinada etapa das suas vendas, seja prospecção, follow up, negociação, etc.

Esta ferramenta é de suma importância entre os recursos que um vendedor deve contar em sua rotina, especialmente se estiver em uma área de vendas internas, fazendo [contatos por telefone ou videoconferência de forma consultiva](#). Desta maneira, fica mais fácil direcionar a conversa e obter a já tão escassa atenção do lead.

Mas por que documentar e estruturar os contatos quando já se pode contar com treinamentos e com a própria experiência dos vendedores?

### **Treinamento de novos vendedores**

A rotatividade de vendedores é desafio comum para os gestores de vendas. Na mesma equipe, vai haver pessoas com mais e menos experiência a todo momento. Fica mais fácil garantir que estejam em um nível mais próximo de conhecimento quando se oferece direcionamento claro para todas as ações.

Da mesma forma, novos vendedores se sentem mais seguros nas primeiras abordagens ao contar com um roteiro de vendas.

### **Padronização na abordagem**

A padronização no [discurso de vendas](#) é outro importante benefício do script de vendas.

Desta maneira, será mais fácil garantir uma experiência similar para todos os leads que forem atendidos pela sua empresa, não importa por qual vendedor. E sem comunicações desalinhadas com o perfil da empresa!

## **Consolidação das melhores práticas**

Em geral, o roteiro de vendas é a consolidação do que já existe como melhores práticas dentro da empresa – veremos isso mais à frente.

Portanto, ele tem como grande benefício consolidar o que de melhor é feito na sua área comercial, registrando para o futuro o que melhor funciona na hora de abordar um lead.

## **Direcionamento das conversas**

Por último, outro benefício que achamos importante salientar é a possibilidade de engajar o lead, direcionando a conversa de uma forma bastante estruturada.

Assim como os roteiros de cinema, que mencionamos acima, o roteiro de vendas reúne todos os elementos que devem fazer parte de uma abordagem, os colocando em uma sequência lógica e que leva ao melhor resultado.

## **Padrão não é limitação**

Antes de passarmos para a parte prática deste artigo, na qual falaremos sobre como estruturar seu roteiro de vendas, é importante [mencionar uma objeção](#) com a qual provavelmente irá lidar.

Para vendedores mais experientes, muitas vezes, o script representa uma limitação ao que estão acostumados a fazer em suas rotinas. Entre as desculpas mais comuns para não utilizar o roteiro de vendas estão fatores como:

- O roteiro de vendas engessa a minha comunicação

- Já tenho um “roteiro na cabeça” que funciona muito bem
- Gosto de ter liberdade na forma de abordar os clientes

Para todas elas, existe uma resposta muito simples: o roteiro de vendas é um guia, não uma receita pronta para o sucesso.

Assim como nos roteiros de cinema, há espaço para o toque pessoal do ator (nesse caso, o vendedor) e para o imprevisto. Inclusive porque, quando falamos em interações humanas, elas podem seguir caminhos inesperados. E não queremos, de forma alguma, transformar vendedores em robôs.

## Os elementos fundamentais de um script de vendas

Vamos, então, falar sobre o que faz parte de um bom roteiro de vendas!

Independentemente de qual for a sua finalidade (primeira abordagem ou follow up), o contato precisa seguir um mesmo formato, passando por quatro elementos:

### 1. Conexão

A primeira das etapas é a construção de conexão entre o vendedor e o lead, a criação do [rapport](#). O objetivo aqui é captar a atenção da persona, essencial em uma ligação, para obter sua autorização para a continuidade da conversa.

E quais recursos utilizar para criar essa conexão?

Pode ser uma fonte de interesse em comum, a menção de uma indicação ou de um cliente do mesmo setor, a origem da conversa vai depender do perfil do seu lead e do seu mercado.

### 2. Qualificação

A etapa seguinte é a qualificação do lead, para entender se

ele realmente está dentro do perfil de compra.

Aqui, devem ser feitas todas as perguntas para obter respostas que gerem essa qualificação, como tamanho da empresa, quem é o decisor e se há realmente demanda para a solução que deseja oferecer.

### **3. Validação**

Próximo passo é o da validação, momento de superar os obstáculos que o potencial cliente coloca para a aquisição. Nesta etapa, o vendedor precisa solucionar todas as dúvidas que o lead possa ter até essa fase da conversa.

### **4. Proposição e decisão**

O último elemento de um roteiro de vendas é o de proposição e decisão.

E, quando falamos em vendas consultivas, não significa que o lead já terá que tomar a decisão final se irá comprar seu produto ou serviço, mas sim aceitar um próximo passo para a interação (uma reunião presencial, [uma demonstração de produtos](#), um convite para um evento).

O papel do vendedor é guiar essa decisão com base em todas as informações levantadas durante a interação, ressaltando os benefícios da sua solução de forma bastante personalizada para o perfil daquele lead.

Ah, nem precisaríamos dizer: se o objetivo é levar a um próximo passo, essencial que todos os detalhes sejam registrados no [sistema de CRM](#)!

## **Mão na massa: passo a passo para**

# criar seu roteiro de vendas!

Conhecendo os elementos de um bom roteiro de vendas, é hora de estruturar o seu. Para isso, recomendamos os 4 passos abaixo:

## 1. Consultar seus melhores vendedores

Falamos anteriormente que um script de vendas consolida o que já existe como melhores práticas no negócio. Por isso, este processo deve envolver os melhores vendedores da sua empresa.

O ideal é tanto observá-los trabalhando quanto reuni-los para que discutam e apresentem o que consideram ser mais efetivo na hora de vender seus produtos ou serviços.

## 2. Identificar fatores chave de sucesso

A partir da observação e da contribuição dos vendedores, seu papel como gestor será identificar o que existe como fator em comum para guiar uma boa [abordagem comercial](#). Isto é, retirar aqueles elementos pessoais, que não poderão ser replicados de forma natural.

Para isso, tente responder perguntas como:

- De que forma eles criam conexão?
- Quais são as perguntas que fazem ao longo do contato?
- Como apresentam a solução?
- Como lidam com as objeções mais comuns?
- Como conduzem o lead à ação?

## 3. Construir o roteiro

Com esses elementos de sucesso em mãos, é hora de escrever o roteiro. Aliás, além de ter este documento escrito, vale a pena também fazer uma gravação em vídeo ou áudio para demonstrá-lo.

Tente torná-lo bastante objetivo (como sua abordagem deve

ser), seguindo este roteiro:

1. Apresentação ([quem é você, de que empresa faz parte e qual seu papel](#))
2. Porque está entrando em contato
3. Validação (Pessoa ou empresa tem esse desafio? Acha importante resolvê-lo?)
4. Convite para próximo passo (reunião, evento, demonstração, entre outros)

## **4. Testar abordagem com diferentes vendedores e monitorar resultados**

Antes de multiplicar este roteiro para todo o time, escolha um time de vendedores (preferencialmente os que não participaram da construção do script), para testá-lo.

Com isso, vem uma nova etapa de observação:

- Como os vendedores se adaptaram a este roteiro?
- A comunicação ficou clara para os leads?
- A [taxa de conversão](#) para o próximo passo realmente aumentou?

## **5. Fazer as adaptações necessárias e colocar em prática**

Por fim, depois desta rodada de observação, provavelmente você terá ajustes a serem feitos. E isso é muito importante, afinal, um roteiro de vendas não deve ser algo “escrito em pedra”, cujo conteúdo não possa ser alterado.

Faça estes ajustes finais e, então, treine a equipe de vendedores para utilizar o roteiro. Lembrando, é claro, de engajá-los em torno de sua importância para os resultados.

# Seu script de vendas está pronto? É hora de prospectar!

O roteiro de vendas é uma ferramenta muito importante para padronizar abordagens de vendas e aumentar resultados. Porém, para realmente acelerar as vendas, é preciso ser utilizado recorrentemente e em escala.

E seu papel como gestor de vendas é, assim como faz com outros recursos, ditar este ritmo de prospecção estruturada para todo seu time. Então... agora é hora de colocar a mão na massa!

*Quer mais recursos para melhorar sua abordagem de vendas? Confira esta [apresentação com 12 dicas para ter melhores resultados nos contatos comerciais!](#)*