

75

GANCHOS DE LIGAÇÃO FRIA

que não soam como ligação de vendas

Aberturas para ganhar os primeiros 10 segundos da conversa, antes de tentar vender qualquer coisa.



ANTES DE LIGAR

Não procure uma frase mágica. Procure um motivo real para ligar.

Uma boa abertura não funciona porque foi decorada. Funciona porque mostra, nos primeiros segundos, que você fez a lição de casa sobre aquela empresa.

01

SEJA ESPECÍFICO

Troque “trabalho com empresas como a sua” por um fato concreto: uma página, uma vaga, um concorrente, um lançamento ou uma mudança recente.

02

ABRA UMA LACUNA

O primeiro objetivo não é apresentar o produto. É fazer a pessoa querer ouvir a próxima frase.

03

AJUDE ANTES DE VENDER

Se a abertura já soa como pitch, a defesa sobe. Entre com observação, pergunta ou hipótese. A venda vem depois.

REGRA DE OURO

Nunca invente um fato para parecer preparado. Se o detalhe não for verdadeiro, o gancho vira truque e a confiança acaba ali.

O site deles te deu o gancho

Use algo que você realmente viu. O objetivo é parecer observador, não ensaiado.

01

PÁGINA DE PREÇOS

"Estive no site de vocês e fiquei procurando a página de preços. Não achei. Isso é intencional ou eu que passei direto?"

02

CALENDÁRIO QUEBRADO

"Tentei agendar uma conversa pelo site de vocês e o link do calendário não abriu aqui. Vocês já estão sabendo disso?"

03

CTA CONTRADITÓRIO

"No site de vocês, uma página pede para falar com vendas e outra leva direto para o teste. Qual dos dois caminhos vocês querem priorizar hoje?"

04

FORMULÁRIO LONGO

"Fiz o caminho de um prospect no site de vocês e parei no formulário: ele pede bastante coisa antes da conversa. Isso foi escolha de qualificação?"

05

PÁGINA DESATUALIZADA

"Vi uma página de vocês que ainda fala de [produto/plano antigo]. Vocês estão mantendo essa oferta ou ela ficou para trás?"

O site deles te deu o gancho

Continuação

06

LINK SEM DESTINO

"Cliquei em [botão] no site de vocês e caí numa página que não era o destino. Isso já está no radar?"

07

PRODUTO DIFÍCIL DE ACHAR

"Entrei no site para entender [produto] e precisei de vários cliques para chegar nele. Os prospects também se perdem nesse caminho?"

08

EXPERIÊNCIA NO CELULAR

"Abri o site de vocês pelo celular e [elemento] ficou bem difícil de usar. Vocês acompanham conversão mobile separado do desktop?"

09

CASE ANTIGO

"Os cases que encontrei no site são de [período]. Vocês têm resultados mais recentes que ainda não publicaram?"

10

PERGUNTA SEM RESPOSTA

"Passei alguns minutos no site e saí com uma dúvida simples: [pergunta específica]. É isso que os prospects costumam perguntar para vocês?"

O concorrente já abriu a conversa

Movimentos de concorrentes despertam curiosidade. Só cite fatos que você verificou.

11

EXPANSÃO GEOGRÁFICA

"Vi que a [concorrente] acabou de abrir operação em [cidade/região]. Isso muda alguma coisa no plano de vocês para esse mercado?"

12

NOVO PLANO

"A [concorrente] lançou um plano novo esta semana, e ele parece atacar exatamente [segmento]. Vocês estão vendo esse movimento também?"

13

MUDANÇA DE PREÇO

"Notei que a [concorrente] mexeu no modelo de preço. Isso já apareceu nas conversas do seu time com clientes?"

14

NOVA INTEGRAÇÃO

"A [concorrente] acabou de anunciar integração com [ferramenta]. Isso tem aparecido como critério de compra nas oportunidades de vocês?"

15

CONTRATAÇÃO-CHAVE

"Vi que a [concorrente] trouxe um novo [cargo]. Isso costuma vir junto de mudança comercial. Vocês esperam algum movimento deles?"

O concorrente já abriu a conversa

Continuação

16

CAMPANHA AGRESSIVA

"A [concorrente] começou a bater forte em [mensagem/benefício]. Isso está chegando para vocês em forma de objeção ou comparação?"

17

NOVO SEGMENTO

"Percebi que a [concorrente] começou a falar diretamente com [novo segmento]. Esse mercado também está no radar de vocês?"

18

CLIENTE RELEVANTE

"Vi que a [concorrente] anunciou a [cliente conhecido]. Quando um nome desse tamanho muda de fornecedor, costuma mexer no mercado. Vocês sentiram alguma repercussão?"

19

TESTE GRÁTIS

"A [concorrente] colocou teste grátis na oferta. Isso mudou a expectativa dos prospects que chegam até vocês?"

20

MENSAGENS PARECIDAS

"Comparei o posicionamento de vocês com o da [concorrente] e, de fora, as mensagens ficaram parecidas. Como o seu time deixa a diferença clara na conversa?"

Mudanças recentes criam timing

Crescimento, lançamento, parceria ou mudança de direção dão um motivo real para ligar agora.

21

RODADA OU INVESTIMENTO

"Vi o anúncio do investimento de vocês. Quando entra capital novo, alguma prioridade comercial muda. O que passou a ser mais importante agora?"

22

CONTRATAÇÃO ACELERADA

"Vi que vocês abriram várias vagas nas últimas semanas. Isso é crescimento de demanda ou preparação para uma nova fase?"

23

NOVA LIDERANÇA

"Vi que vocês trouxeram uma nova liderança para [área]. Os primeiros meses costumam ser de revisão de processo. Já começou por aí?"

24

NOVA UNIDADE

"Vi a abertura da unidade de [local]. A operação comercial para essa região vai seguir o mesmo modelo ou vocês estão montando algo diferente?"

25

NOVO PRODUTO

"Vi o lançamento de [produto]. Fiquei curioso com uma coisa: como o time comercial encaixa essa oferta nova sem embolar o portfólio antigo?"

Mudanças recentes criam timing

Continuação

26

NOVA PARCERIA

"Vi a parceria de vocês com [empresa]. Ela é mais institucional ou já está virando oportunidade comercial na prática?"

27

EVENTO RECENTE

"Vi que vocês participaram do [evento]. Qual tema mais apareceu nas conversas com clientes por lá?"

28

MUDANÇA DE MARCA

"Vi a mudança de posicionamento da marca. O discurso do time comercial já foi atualizado para acompanhar essa mudança ou ainda está em transição?"

29

NOVO MERCADO

"Vi que vocês começaram a falar com [novo mercado/persona]. O processo de venda mudou ou vocês estão usando a mesma abordagem?"

30

MUDANÇA REGULATÓRIA

"Saiu uma mudança em [regra/regulação] que afeta o setor de vocês. Isso já está alterando a conversa com clientes ou ainda não chegou na ponta?"

Contratação é um sinal comercial

Vagas revelam prioridade, processo e gargalo. Leia a descrição antes de discar.

31

VAGAS DE SDR

"Vi que vocês estão contratando SDRs. Quando o time cresce rápido, o desafio deixa de ser contratar e passa a ser fazer todo mundo abrir conversa do mesmo jeito. Já sentiram isso?"

32

VAGA DE REVOPS

"A vaga de RevOps de vocês me chamou atenção porque fala bastante de [métrica/processo]. Esse é um gargalo que vocês estão tentando resolver agora?"

33

VAGA DE CUSTOMER SUCCESS

"Vi que vocês estão reforçando Customer Success. Isso vem de crescimento da base ou de uma preocupação maior com retenção?"

34

FERRAMENTA NA DESCRIÇÃO DA VAGA

"Na vaga de vocês aparece [CRM/ferramenta] como requisito. Vocês já usam isso bem estruturado ou ainda estão padronizando o processo?"

35

META DE CRESCIMENTO

"A vaga cita uma meta de crescimento agressiva para este ano. O time já tem capacidade para absorver isso ou vocês estão redesenhando a operação?"

Contratação é um sinal comercial

Continuação

36

TIME DISTRIBUÍDO

"Vi que o time comercial está espalhado por várias cidades. Como vocês garantem que a abordagem continua a mesma sem todo mundo no mesmo escritório?"

37

RAMPAGEM

"A descrição da vaga fala em rampagem rápida. Quanto tempo um vendedor novo leva hoje para começar a conduzir boas conversas sozinho?"

38

NOVO CANAL

"Vi que vocês estão contratando para [parcerias/canais/outbound]. Esse canal já provou resultado ou vocês ainda estão construindo a primeira versão do processo?"

39

MARKETING CRESCENDO

"Vocês abriram várias vagas de marketing. Quando o volume de lead sobe, o que quebra primeiro aí: velocidade de resposta, qualificação ou a conversa de vendas?"

40

EXPANSÃO INTERNACIONAL

"Vi vagas para [país/região]. O playbook de vendas vai ser traduzido ou vocês estão redesenhando a abordagem para esse mercado?"

Use o que a empresa já publicou

Posts, entrevistas e cases ajudam você a entrar pela conversa que a empresa já começou.

41

POST DO CEO

"Vi o post do [nome] sobre [tema]. Uma frase ali me chamou atenção: [ponto]. Isso já virou prioridade operacional ou ainda está mais no nível de direção?"

42

COMENTÁRIO DE CLIENTE

"Vi um cliente de vocês comentando sobre [benefício] num post. Esse é o motivo que mais faz gente comprar ou foi um caso fora da curva?"

43

REVIEW RECORRENTE

"Li algumas avaliações de clientes e um tema apareceu mais de uma vez: [tema]. Vocês enxergam isso como força ou como ponto que ainda precisa melhorar?"

44

CASE RECENTE

"Li o case de [cliente]. Fiquei curioso com uma coisa que o case não conta: o que o vendedor precisou descobrir na conversa para o projeto acontecer?"

45

WEBINAR

"Assisti um trecho do webinar de vocês sobre [tema]. Teve uma pergunta do público que apareceu várias vezes. Isso também chega para o time de vendas?"

Use o que a empresa já publicou

Continuação

46

PODCAST

"Ouvi vocês falando no podcast sobre [tema]. Quando esse assunto chega numa conversa comercial, o time já tem uma resposta padrão ou cada vendedor conduz de um jeito?"

47

NEWSLETTER

"Recebi a newsletter de vocês sobre [tema]. Ela nomeia o problema muito bem. O time comercial usa essa mesma linguagem nas calls?"

48

COMUNIDADE

"Vi uma discussão na comunidade de vocês sobre [tema]. Parece uma dor bem recorrente. Isso costuma abrir oportunidade comercial ou fica mais no suporte?"

49

FEIRA OU EVENTO

"Vi as fotos de vocês no [evento]. Depois de um evento assim sempre vem uma enxurrada de follow-up. Como vocês evitam que esses leads esfriem?"

50

CONTEÚDO TÉCNICO

"Li o conteúdo de vocês sobre [tema]. Ele é bem mais técnico que a comunicação comercial. O comprador entende sozinho ou o vendedor traduz na call?"

A experiência de compra fala

Teste o caminho que um prospect faria. Fricção real vira uma abertura útil.

51

TEMPO DE RESPOSTA

"Preenchi o formulário de demo só para ver a experiência. Qual é o tempo de resposta que vocês consideram aceitável para um lead quente?"

52

FOLLOW-UP DA DEMO

"Depois da demo, qual é o próximo passo padrão de vocês? Pergunto porque em muitas operações o problema não está na demo, está no que acontece nas 24 horas seguintes."

53

SEM PREÇO

"Vi que vocês não mostram preço antes da conversa. Quando o prospect pergunta valor logo nos primeiros minutos, como o time costuma responder?"

54

FORMULÁRIO SEM RETORNO

"Simulei uma solicitação pelo site e não ficou claro o que aconteceria depois. Vocês já mediram quantas pessoas desistem nesse ponto?"

55

ROTEAMENTO

"Quando um lead entra pelo site, como vocês decidem quem recebe? Pergunto porque vi [segmentos/produtos] bem diferentes na oferta de vocês."

A experiência de compra fala

Continuação

56

AGENDA LIMITADA

"Fui olhar a agenda de demo e vi poucos horários próximos. É demanda alta ou vocês preferem controlar a quantidade de reuniões?"

57

WHATSAPP

"Vi que vocês levam o prospect para o WhatsApp. Quem responde ali é vendas, atendimento ou depende do assunto?"

58

E-MAIL GENÉRICO

"O contato principal do site é um e-mail genérico. Isso funciona bem ou os leads demoram para chegar na pessoa certa?"

59

PROPOSTA

"Depois que o prospect pede proposta, vocês têm um formato padrão ou cada vendedor monta a própria versão?"

60

FRICÇÃO NO CAMINHO

"Eu fiz o caminho inteiro como se fosse um comprador e encontrei uma fricção em [etapa]. Posso te contar em 20 segundos para você me dizer se faz sentido?"

Transforme padrão em hipótese

Benchmarks e padrões funcionam quando são verdadeiros e você os apresenta como hipótese, não como sentença.

61

BENCHMARK DE CONVERSÃO

"Em [segmento], uma diferença pequena na qualidade das primeiras conversas muda bastante a conversão. Posso te fazer uma pergunta rápida sobre como vocês medem isso hoje?"

62

DECISOR FORA DA CONVERSA

"Uma coisa que aparece muito em B2B: a oportunidade avança sem o decisor ter participado de nenhuma call. Isso acontece aí ou vocês têm regra para evitar?"

63

PRÓXIMO PASSO SEM DATA

"Tenho visto muita call boa morrer por um detalhe simples: termina com um 'eu te mando' e sem data do próximo passo. Isso acontece com vocês também?"

64

OBJEÇÃO DE PREÇO

"Quando preço aparece cedo na conversa, o time de vocês tem uma forma definida de responder ou cada vendedor improvisa?"

65

DISCOVERY SEM NÚMERO

"Em muitas calls o vendedor descobre a dor, mas não coloca um número nela. Vocês exigem algum tipo de impacto financeiro antes de avançar a oportunidade?"

Transforme padrão em hipótese

Continuação

66

CONCORRENTE SEM CONTRASTE

"Quando o prospect cita um concorrente, o seu time tem um contraste claro para usar ou a conversa depende muito da experiência de cada vendedor?"

67

FOLLOW-UP SEM COMPROMISSO

"O que costuma travar pipeline é follow-up sem compromisso do outro lado. Como vocês separam uma oportunidade real de alguém que só disse 'me manda por e-mail'?"

68

LEAD JÁ PAGO

"Vocês já pagaram para trazer o lead até a conversa. Dá para medir o que acontece dentro da call ou vocês só enxergam o resultado depois, no CRM?"

69

RAMPAGEM DO VENDEDOR

"Quando entra um vendedor novo, ele aprende ouvindo as melhores calls do time ou aprende na call real, com cliente de verdade na linha?"

70

ERRO REPETIDO

"Quando um vendedor erra numa call, em quanto tempo ele recebe o feedback? Pergunto porque, se demora uma semana, ele repete o mesmo erro várias vezes antes de descobrir."

Desarme a ligação

Quando não houver um grande sinal, use uma abertura curta, humana e específica.

71 UMA AJUDA RÁPIDA

"Te ligo por uma coisa bem específica que vi sobre vocês. Se não fizer sentido, eu desligo em 30 segundos. Posso te explicar?"

72 PESSOA ERRADA

"Talvez eu esteja falando com a pessoa errada. Quem aí costuma olhar para [problema/processo]? Se for você, te explico em 20 segundos por que liguei."

73 DUAS COISAS QUE NÃO BATEM

"Vi duas coisas sobre vocês que não combinam: [fato 1] e [fato 2]. Qual das duas representa melhor o momento de agora?"

74 TESTAR UMA HIPÓTESE

"Posso testar uma hipótese com você? Pelo que vi, vocês estão [situação]. Minha impressão é que isso deve estar criando [problema]. Estou muito longe?"

75 MOTIVO ESPECÍFICO

"Não vou te tomar tempo com apresentação. Eu te liguei por causa de [fato específico]. Queria só entender se isso está gerando [impacto] aí também."

O QUE FAZER COM ISSO AMANHÃ

Não use os 75. Escolha 5 e fique bom neles.

Monte uma biblioteca pequena, por segmento e tipo de sinal. Depois registre quais aberturas seguram o prospect na linha e quais morrem nos primeiros segundos.

CHECKLIST DE 10 SEGUNDOS

- Eu citei algo específico e verdadeiro?
- A frase soa como conversa, não como roteiro?
- Existe uma pergunta fácil de responder?
- Eu ainda não comecei a apresentar meu produto?
- A pessoa tem um motivo real para ouvir a próxima frase?

A venda é decidida em frases.

Estas 75 são o começo de um playbook. A ScaleBook escreve o resto: pega o método de quem já vende bem na sua empresa, treina o time contra ele e corrige o que ainda escapa na call real.

scalebooklab.com