O caminho dos seus últimos clientes

Capítulo 1

Use os dez clientes mais recentes ou os registros disponíveis. Prefira códigos; não inclua dados pessoais desnecessários. Escreva “não sei” quando faltar informação.

Cliente / data	Origem conhecida	Necessidade / serviço	O que ajudou a decidir

Que informação se repete e merece entrar na apresentação do serviço?

O que você passará a perguntar e registrar nos próximos atendimentos?

As conversas que ainda têm algo a mostrar

Capítulo 1

Separe propostas em avaliação, recusas informadas e contatos sem resposta. Silêncio não comprova motivo de perda.

Contato / data	Situação conhecida	Motivo ou lacuna	Próxima ação / responsável

Qual dificuldade precisa de investigação antes de mudar a divulgação?

Qual é a primeira correção, quem fará e até quando?

Percorra a entrada como um cliente

Capítulos 1 e 3

Envie um pedido identificado como teste e acompanhe seu percurso. Não use dados reais de clientes no exercício.

Página ou canal testado, data e identificação do teste

O que foi enviado e onde o pedido ficou salvo

Confirmação recebida e orientação apresentada

Aviso recebido e pessoa responsável por consultar o registro

Falha observada ou resultado do teste; como você conferiu

Correção, responsável, prazo e data de novo teste

Seu mapa de aquisição em cinco campos

Capítulo 2

Comece pela conversa necessária para avaliar o serviço completo. Relacione os campos antes de escolher ferramentas.

Empresa, serviço e público (região ou atendimento online)

1. Evento gatilho: o que faz seu cliente procurar ajuda agora?

2. Ação pedida: qual primeiro passo você vai convidar a pessoa a dar?

3. Momento ahá: o que ela precisa compreender para perceber o valor do serviço?

4. Conversa ideal de vendas: quem participa, onde e o que será decidido?

5. Oferta principal: qual serviço completo, com escopo e limites, será proposto?

O que sustenta essas escolhas e o que ainda precisa ser confirmado?

Dê forma à sua oferta de entrada

Capítulo 2

Dê nome à entrega, explique o conteúdo e preserve o que cabe no atendimento. Não presuma gratuidade ou resultados.

Nome da sessão e nome da entrega personalizada

Para quem é e qual decisão ela ajuda a tomar

Conteúdo da entrega, utilidade e o que fica fora

Informações necessárias e forma de personalização

Formato, duração, responsável e condições comerciais

Convite afirmativo, chamada para ação e ligação com o serviço completo

Escreva a primeira seção da sua página

Capítulo 3

Consulte o print e a lista do modelo visual. Escreva com sua própria oferta e confirme a coerência entre promessa, botão e retorno.

Linha de apoio: público, serviço e região ou formato

Título principal: entrega ou benefício específico

Explicação de apoio: o que será feito pelo cliente ou junto com ele

Pontos de valor: o que o cliente conseguirá examinar, reunir ou decidir

Botão: a ação que a pessoa deve dar

Apoio ao botão: prazo, próximo passo e diferença entre pedido e horário confirmado

Do primeiro passo ao benefício desejado

Capítulo 3

O primeiro passo é a ação pedida ao cliente; o último é o benefício do serviço completo. Explique o que acontece entre eles e o que depende de contratação.

Etapa	Título da ação	O que acontece / condição para avançar
Primeiro passo		
Segundo passo		
Terceiro passo		
Resultado desejado		

Quais etapas já fazem parte da oferta de entrada e quais exigem outra contratação?

O plano corresponde ao atendimento e à capacidade real da sua empresa?

Reúna o conteúdo do restante da página

Capítulo 3

Organize informação própria para cada bloco. Se não houver uma prova real, omita o bloco em vez de inventar.

Bloco	O que você vai mostrar / o que falta reunir
Clientes e parceiros	
Necessidade	
Serviço e entregas	
Diferenciais concretos	
Depoimentos autorizados	
Casos e resultados	
Plano: do pedido ao benefício final	
Trabalhos ou demonstrações	
Oferta de entrada detalhada	
Quem presta o serviço	
Mídia e reconhecimento	
Dúvidas frequentes	
Convite final	
Rodapé e privacidade	

Prepare a entrada e a confirmação

Capítulo 3

Escolha formulário, agenda ou WhatsApp pelo próximo passo e pela sua capacidade de atendimento.

Entrada escolhida e motivo da escolha

Campos necessários e para que cada informação será usada

Local de registro, origem conhecida e identificação de testes e duplicatas

Responsável, prazo de retorno, substituto e rotina de consulta

Texto da confirmação: o que chegou e o que acontecerá depois

Como corrigir informações ou avisar um erro de envio; alternativa de contato

Faça a sessão cumprir o convite

Capítulo 4

Relacione o preparo à entrega prometida. Na ausência de informação, defina o que será possível orientar e o que dependerá de investigação.

Objetivo da sessão e decisão que o cliente conseguirá encaminhar

Informações necessárias, orientação para reuni-las e alternativa se faltarem

Primeiro retorno e mensagem de confirmação do horário

Roteiro da análise: o que precisa ser examinado durante o encontro

Estrutura da entrega e como o cliente poderá usá-la

Formato e prazo de envio; como você conferirá a compreensão do cliente

Prepare a proposta e o próximo retorno

Capítulo 4

A proposta deve responder ao que foi compreendido. Registre pendências e próximos compromissos, sem tratar avaliação em andamento como perda.

Necessidade identificada, definições feitas e informação que ainda falta

Trabalho proposto, limites, responsabilidades e condições a apresentar

Quem precisa participar da decisão e o que será avaliado

Próxima conversa: motivo, data, canal e responsável

Mensagem de acompanhamento ligada à pendência real

Rotina de tentativas, condições de encerramento e registro do motivo conhecido

Ligue as mensagens ao estágio do contato

Capítulo 4

Para cada envio, defina início, mudança e encerramento. Respostas por outro canal podem exigir atualização manual do registro.

Acontecimento	Mensagem / ação	O que atualiza ou encerra	Quem acompanha
Pedido recebido			
Horário confirmado			
Encontro próximo			
Retorno pendente			
Sessão realizada			

Como remarcações e cancelamentos chegam ao registro?

Quem recebe respostas e interrompe mensagens que perderam a função?

Escolha uma frente de divulgação

Capítulo 5

Parta do momento de procura e da origem dos clientes. Escolha uma frente que você consegue executar e examinar.

Como os compradores conheceram a empresa e quando procuraram ajuda

Frente escolhida: busca, conteúdo, parceria, abordagem ou anúncios

Razão da escolha e o que você pretende descobrir com a execução

Convite a divulgar: mesma entrega e condições da página

Ações, frequência, responsável, tempo e investimento disponíveis

Como observar origem e adequação; quando revisar ou interromper

Acompanhe o avanço e o custo dos pedidos

Capítulo 5

Use um período e grupo de contatos definidos. Identifique testes, duplicatas, remarcações e propostas abertas. Não misture pedidos antigos e novos sem registrar essa diferença.

Etapa	Quantidade / datas	Definição, fonte e observações
Visitas mensuráveis		
Pedidos válidos		
Sessões agendadas		
Sessões realizadas		
Conversas adequadas		
Propostas apresentadas		
Contratos confirmados		

Grupo de contatos e período analisado

Gasto em anúncios e pedidos atribuídos aos mesmos anúncios; custo por pedido, se houver

O que os números permitem afirmar e o que ainda precisa ser investigado?

Organize seus próximos 30 dias

Capítulo 5 e fechamento

As semanas organizam a execução; o prazo para avaliar contratos depende do ciclo de compra. Ajuste ao que já está pronto.

Período	Entrega / responsável / prazo / como conferir
Semana 1	
Semana 2	
Semana 3	
Semana 4	

Primeira prioridade: dificuldade observada e entrega concreta

Responsável, prazo e critério para considerar essa entrega concluída

Dia de revisão e o que você precisa observar antes de ampliar o investimento

Transforme a revisão em uma decisão

Capítulo 5 e fechamento

Consulte registros e atendimento. Se mudar vários itens juntos, documente o conjunto e não atribua o resultado a um único item.

O que foi executado desde a última revisão?

Quais oportunidades avançaram e quais continuam em avaliação?

Que dificuldade está documentada e em qual etapa aparece?

Que explicação ainda é hipótese e como você vai investigá-la?

Próximo teste ou correção, responsável e data

Como será conferido e o que indicará manter, ajustar ou interromper?

Confira o sistema antes de divulgar

Capítulos 3 a 5

Registre evidência, data e responsável em cada conferência. Uma revisão de texto não substitui o teste da estrutura real.

Serviço, entrega e próximo passo compreendidos em leitura pelo celular

Pedido salvo, confirmação correta e aviso ao responsável

Respostas e remarcações atualizam o registro e os lembretes

Cancelamento e encerramento interrompem mensagens correspondentes

Testes e duplicatas identificados; propostas abertas separadas das perdas

Pendências finais, responsável, prazo e data de repetir a conferência