

GUIA DE FOLLOW-UP COMERCIAL PARA

SERVIÇOS DE
SEGURANÇA DO
TRABALHO

FOLLOW-UP COMERCIAL PARA SERVIÇOS DE SEGURANÇA DO TRABALHO

Um Guia Completo para **Aumentar
suas Taxas de Vendas**

Fazer o primeiro contato com um possível novo cliente é (relativamente) fácil. A parte difícil é seguir consistentemente com o Follow-Up.

Muitos acreditam que o trabalho do vendedor é enviar um e-mail, fazer uma ligação ou visitar um possível cliente apenas uma vez. Depois disso, é relaxar e esperar que as pessoas respondam.

Se isso soa como você, estou aqui para dizer que há um problema - você está perdendo clientes.

Ninguém quer se sentir como um incômodo. E você provavelmente não gosta de rejeição também. Mas qualquer representante de vendas que contata um possível cliente apenas uma vez e espera, não está desempenhando corretamente o seu papel.

Os Follow-Up de vendas são um elemento chave de um processo de vendas eficaz em SST, e você precisa se tornar um especialista em Follow-Up para fechar mais negócios.

Pronto para aprimorar suas habilidades de Follow-Up? Conheça o processo que vai revolucionar suas vendas em SST e vai te ajudar a direcionar esforços de forma inteligente e assertiva.

O que é um Follow-Up de Vendas?

Um Follow-Up de vendas é toda interação que você tem após fazer o primeiro contato com um possível cliente. Seja enviando e-mails, fazendo ligações ou enviando mensagens, seguir em frente é vital para converter leads interessados em clientes pagantes.

Vamos ser realistas - ninguém quer ser aquele vendedor chato que não para de falar. É por isso que bons Follow-Up de vendas fornecem valor e dão ao possível cliente a oportunidade de dizer não.

Filosofia de Follow-Up que Garante Resultado

A filosofia que garante resultado no seu Follow-Up é simples:

“Continue seguindo até obter uma resposta.”

Se um cliente potencial disser que precisa de mais 14 dias para responder, marque com ele esse compromisso, registre isso no calendário e entre em contato novamente após 14 dias. Se disserem que estão ocupados, pergunte quando pode entrar em contato novamente. Se disserem diretamente que não estão interessados, respeite e deixe-os em paz.

Mas aqui está o ponto crucial - se eles não responderem de jeito nenhum, continue contatando-os até que respondam. E confie, eles sempre respondem... eventualmente.

5 Tipos de Follow-Ups de Vendas em SST para Fechar Mais Negócios

O meio que você escolhe para seus Follow-Ups de vendas em SST dependerá do que você está procurando. Por exemplo, você quer uma resposta imediata, seja sim ou não? Então uma ligação telefônica será ótima. Está otimizando para

uma resposta positiva? Então é recomendado o e-mail (no entanto, esteja preparado para esperar).

Aqui estão os cinco principais métodos para seguir com seus prospectos em SST, além de algumas ideias sobre como começar com eles:

1. Follow-Up por E-mail de Vendas

—

O clássico, o definitivo, a estratégia principal para muitos seguimentos: o e-mail.

Os e-mails são uma ótima maneira de Follow-Up porque você pode automatizá-los, e e-mails de Follow-Up são menos invasivos e, assim, podem ser uma melhor estratégia para transformar um “talvez” em um “sim”.

Aqui estão algumas práticas recomendadas para seguimentos via e-mail em SST:

- Mantenha-o curto, animado e profissional.
- Use linhas de assunto relevantes que lembrem a pessoa de quem você é (e por que ela deve se importar).
- Automatize e-mails de Follow-Up com Workflows.

Seguem alguns modelos de e-mail de Follow-Up:

I. TEMPLATE DE FOLLOW-UP PARA VENDAS FRIAS

Assunto: Tentando conectar

Oi [primeiro nome],

Eu trabalho na [nome da empresa] e realizamos atividades no ramo da saúde e

segurança do trabalho que podem reduzir gastos, aumentar a produtividade e evitar encargos trabalhistas.

Você poderia me direcionar para a pessoa certa em [nome da empresa] para que possamos explorar como esses serviços podem beneficiar a empresa de vocês?

[Seu nome]

—

Quando usar este template de follow-up:

E-mails frios são eficazes, mas você nem sempre receberá uma resposta na sua primeira mensagem. Talvez a pessoa esteja ocupada, fora do escritório ou simplesmente se distraiu ao ler sua mensagem.

Use este template rápido e direto para trazer seu nome de volta ao topo da caixa de entrada do seu possível cliente em SST e fazer contato. O segredo aqui é manter o e-mail curto e direto ao ponto.

II. TEMPLATE DE FOLLOW UP PARA VERIFICAÇÃO RÁPIDA

Assunto: Vamos conversar?

Oi [primeiro nome], como vai? Podemos agendar um horário para conversar esta semana sobre como nossos serviços de saúde e segurança do trabalho (SST) podem beneficiar sua empresa? Que tal [tal dia e tal horário]?

—

Quando usar este template de follow-up:

Mesmo se você tiver uma oferta excelente, há uma grande chance de que a maioria dos possíveis clientes não responda na primeira tentativa. Use este template quando você tiver certeza de que está contatando a pessoa certa, mas o

possível cliente não respondeu ao seu e-mail anterior. Não há necessidade de complicar; apenas faça um check-in e tente fazer contato mais uma vez.

III. TEMPLATE DE FOLLOW UP DIRETO COM P.S.

Assunto do follow-up: **Rápida ligação?**

Oi [primeiro nome], podemos fazer uma rápida ligação na quarta-feira às 16h ou quinta-feira às 11h?

[Seu nome]

P.S.: Achei que você poderia achar este artigo interessante [link]

—

Quando usar o follow-up com P.S.:

Eles sabem que você está vendendo. Você sabe que está vendendo. Não há necessidade de fingir que seu e-mail é sobre outra coisa. No entanto, incluir um artigo genuinamente interessante, alguma alteração na norma trabalhista, estudo de caso ou recurso relevante dá ao seu possível cliente um motivo para pausar e clicar em um link. Depois de ler, eles podem simplesmente voltar e enviar seus pensamentos, especialmente se for personalizado para eles.

IV. FOLLOW UP COM CONEXÃO EM MÍDIA SOCIAL

Assunto do follow-up: Nossa conversa no [plataforma de mídia social]

Oi [primeiro nome],

Obrigado novamente por conectar comigo no [LinkedIn, Instagram, etc.]! Queria dar continuidade à nossa conversa sobre [qualquer tópico que discutiram] e encontrar um bom momento para agendar aquela ligação.

Aqui está um link para minha agenda [link], há um dia/horário que funcione melhor para você? Ansioso para continuar nossa conversa. [Considere adicionar um artigo ou recurso relevante relacionado à sua conversa anterior.]

[Seu nome]

—

Quando usar o follow-up em mídia social:

Se você está usando uma abordagem de atendimento em diferentes canais, há uma boa chance de você ter começado a conversar com possível cliente em canais como LinkedIn e movido a conversa para o e-mail ou encontros. Se a pessoa foi responsiva na mídia social mas menos no e-mail, você pode precisar fazer um follow-up. Dê um lembrete rápido de onde vocês se conheceram (diga um evento de networking ou outra plataforma) e o que discutiram para continuar a conversa.

V. TEMPLATE DE FOLLOW UP PARA NENHUMA RESPOSTA

Assunto: Oi [Primeiro Nome], qual o próximo passo?

Oi [Primeiro Nome],

Aqui é um follow-up amigável sobre nossos serviços de saúde e segurança do trabalho (SST). Sua equipe seguiu em uma direção diferente?

P.S.: Sinta-se à vontade para ver o que nossos clientes atuais estão dizendo sobre nossos serviços de SST:

[link de prova social ou testemunho]

[Seu nome]

Quando usar o template de follow-up para nenhuma resposta:

Se alguém não responde ao seu primeiro (ou segundo) e-mail de follow-up, eles podem precisar de uma abordagem mais forte. Incentive-os a responder com um lembrete gentil sobre o valor dos seus serviços de saúde e segurança do trabalho (SST), mas sem ser insistente.

Você também pode adicionar prova social ou testemunhos ao seu e-mail para aumentar a confiança e motivá-los a responder. Isso pode incluir um cliente recomendando o serviço, os benefícios que o cliente teve ao contratar vocês, um vídeo ou a imagem de uma mensagem que foi encaminhada.

VI. TEMPLATE DE FOLLOW UP APÓS LIGAÇÃO PERDIDA

Assunto: Desculpe por ter perdido você!

Oi [Primeiro Nome],

*Parece que surgiu algo e você não pôde fazer nossa ligação hoje. Há outro dia/horário que funcione melhor para você? Aqui está um link para minha agenda:
[link]*

[Seu nome]

Quando usar o template de follow-up após ligação perdida:

Você fisgou um possível cliente e até conseguiu que eles agendassem uma ligação, mas eles não compareceram. É frustrante, mas faz parte do jogo de vendas. Use este template direto para avisar que você ainda está disponível para eles e feliz em encontrar um melhor momento para a ligação.

VII. TEMPLATE DE FOLLOW UP ANTES DA PRÓXIMA REUNIÃO

Assunto: Recapitulação de [Data] [Ligação/reunião/discussão]

Oi [Primeiro Nome],

Foi ótimo te encontrar hoje. Aqui está um breve resumo dos nossos próximos passos: [Data 1]: [Ação 1].

[Data 2]: [Ação 2].

[Data 3]: [Ação 3].

Por favor, me avise se precisar de informações adicionais. Nos vemos na nossa próxima reunião em [Data].

[Seu nome]

—

Quando usar o template de follow-up antes da próxima reunião:

Este template de e-mail é ideal quando você já teve uma reunião e tem outra agendada. O objetivo deste e-mail é duplo: você quer “check in” com seu possível cliente e lembrá-los da sua discussão e da próxima reunião agendada.

VIII. TEMPLATE DE FOLLOW UP APÓS REUNIÃO COM NOVO CLIENTE

Assunto: Aqui estão os recursos que discutimos

Oi [Primeiro Nome],

Foi um prazer te encontrar hoje. Aqui estão os materiais e notas que prometi

compartilhar: [Recurso 1] [Recurso 2] [Recurso 3]

Ainda há algumas coisas que preciso de você antes de começarmos na próxima semana: [Item 1] [Item 2] [Item 3]

Por favor, me avise se tiver perguntas adicionais.

[Seu nome]

—

Quando usar este template de follow-up:

Use este template quando você já fechou um acordo com um novo cliente. Simplesmente compartilhe os recursos prometidos e peça os ativos que você precisa para manter o processo em andamento.

IX. FOLLOW UP PESSOAL APÓS OBJEÇÃO DE PONTO DE DOR

Assunto do Follow-Up: Re: [Assunto do último e-mail]

Oi [primeiro nome],

Espero que esteja bem! Eu acabei de [inserir detalhes pessoais – viagem, conferência, etc.]. Espero que seu último mês tenha sido igualmente ótimo.

Queria fazer um follow-up porque você mencionou que estava procurando [resolver ponto de dor específico em SST, como redução de acidentes ou melhoria no cumprimento de normas]. Como isso está indo? Algum cronograma para [seu próximo passo – iniciar uma demonstração, agendar uma ligação, etc.]?

Quando usar a mensagem de follow-up para objeção:

Lembra quando eu disse que vendas são todas sobre relacionamentos? Este template se baseia naquele relacionamento pessoal para mover um possível cliente através do funil de vendas. Use este template de follow-up quando o possível cliente oferecer uma objeção específica ou prazo que estão esperando e descubra se estão prontos para avançar.

2. Follow-Ups por Ligações

As ligações telefônicas muitas vezes fazem parte do processo de seguimento dos vendedores porque é uma ótima maneira de entrar em contato imediatamente com o possível cliente —muito menos tempo esperando por uma resposta.

Dito isso, se você ligar para alguém dez vezes em dois dias, provavelmente a pessoa vai te recusar mesmo que estivesse realmente interessada. Porque vai pensar, “Puxa, trabalhar com essa pessoa é muita dor de cabeça, vou passar.”

Aqui estão algumas dicas para Follow-Ups por ligações telefônicas:

- Se você tentou, ligou e a outra pessoa não atendeu, ligue novamente em outro horário.
- Use um CRM para manter notas de cada ligação que você fizer e sempre defina etapas claras para o próximo ponto de contato antes de desligar.
- Anote também as informações da ligação que não foi atendida, com hora e data, para que possa se organizar para ligar novamente.

Não tem certeza se tem o contato da pessoa certa? Tentando obter uma resposta de Follow-Up por telefone? Tente este script:

“Oi, aqui é [seu nome] da [sua empresa]. Tenho tentado encontrar alguém que

cuide de [responsabilidade do trabalho do tomador de decisão], mas não consigo falar com a pessoa certa. Você sabe com quem devo falar? Qual é o número de telefone?”

3. Follow-Ups por Whatsapp

—

O Whatsapp se tornou um canal essencial na vida da população, logo tornou-se essencial também para vendedores e empresas.

Se você estiver usando Follow-Up por Whatsapp, aqui estão algumas coisas a serem lembradas:

- Mantenha-o curto e educado para garantir que suas mensagens de texto sejam legíveis.
- Deve ser enviado em horário comercial (a menos que a pessoa tenha dado liberdade para comunicação fora desses horários) para melhores taxas de resposta.
- Não deixe todas as conversas apenas nesse canal. Transfira as informações importantes para o seu CRM para garantir que todos os dados relevantes estejam centralizados e acessíveis para futuras interações.

Outros aplicativos de mensagens, como o Telegram, também podem ser utilizados. O importante é identificar o aplicativo favorito do seu possível cliente e se comunicar através dele.

4. Visitas Presenciais

—

Visitar pessoalmente pode não ser sempre apropriado ou viável, especialmente quando se trata de indústrias e grandes empresas com acesso controlado, mas é uma ótima carta a jogar quando você está em uma situação de tudo ou nada ou quando as circunstâncias tornam conveniente. Use essa técnica de Follow-Up para captar a atenção de alguém.

Dito isso, use esta estratégia com moderação. Certifique-se de se preparar bem com antecedência para enfrentar quaisquer objeções de vendas previsíveis, leve dados e informações que levantou sobre a empresa e esteja preparado para esperar.

Um adendo: essa técnica tem uma boa taxa de sucesso em cidades pequenas e empresas pequenas, onde esse tipo de abordagem é comum e muito bem vista.

5. Follow-Up nas Redes Sociais

—

A comunicação nas redes sociais tornou-se uma parte importante de nossas vidas diárias. Especialmente no setor de SST, manter uma presença em plataformas como o Instagram e LinkedIn pode ajudar a avançar nos negócios e a divulgar práticas e soluções eficazes.

Estudos mostram que 78% dos vendedores superam seus colegas que não usam redes sociais.

O principal conselho que posso dar aqui é não exagerar nisso - caso contrário, você pode parecer intrusivo ou até mesmo um perseguidor. Use as redes sociais para compartilhar informações relevantes, atualizações sobre regulamentações e casos de sucesso na área de SST, sempre mantendo um tom profissional e respeitoso.

Por que Fazer Follow-Ups de Vendas? Benefícios Incríveis Comprovados por Dados Reais

Fazer Follow-Ups é difícil. Leva tempo, esforço e nem sempre leva ao sucesso.

Então, por que se incomodar?

Aqui estão quatro razões pelas quais o Follow-Up de vendas é uma arma chave no seu arsenal:

- **Destaque-se da multidão e chame mais atenção do que seus concorrentes:** Estudos mostram que 44% dos vendedores desistem após uma ligação de Follow-Up. Seguir consistentemente significa que você vencerá os negócios que os outros estão desistindo.
- **Obtenha um “sim” onde inicialmente você obteve um “não”:** A maioria dos vendedores (92%) desiste após quatro “nãos”, mas estudos mostram que 80% dos prospectos dirão “não” quatro vezes antes de dizer “sim”.
- **Alcance mais pessoas:** Em média, são necessárias oito chamadas de Follow-Up para alcançar um possível cliente. As pessoas estão ocupadas e você não é uma prioridade para elas - então seguir pacientemente valerá a pena a longo prazo.
- **O objetivo final - fechar mais negócios!** Pesquisas mostram que apenas 8% dos leads qualificados são gerados durante o primeiro contato, mesmo quando um profissional de alto desempenho está realizando o alcance. Portanto, se você não está fazendo Follow-Up, pode perder 92% de suas vendas potenciais!

Convencido? Faça do seu Follow-Up uma parte do seu processo de vendas.

Crie Seu Processo de Follow-Up de Vendas: Com Que Frequência os Vendedores Devem Seguir?

Follow-Up é mais arte do que ciência - quanto mais você faz, melhor você fica.

Dito isso, com que frequência você faz o Follow-Up com os possíveis clientes dependerá da situação, dos relacionamentos e de quaisquer interações anteriores que você teve com a pessoa.

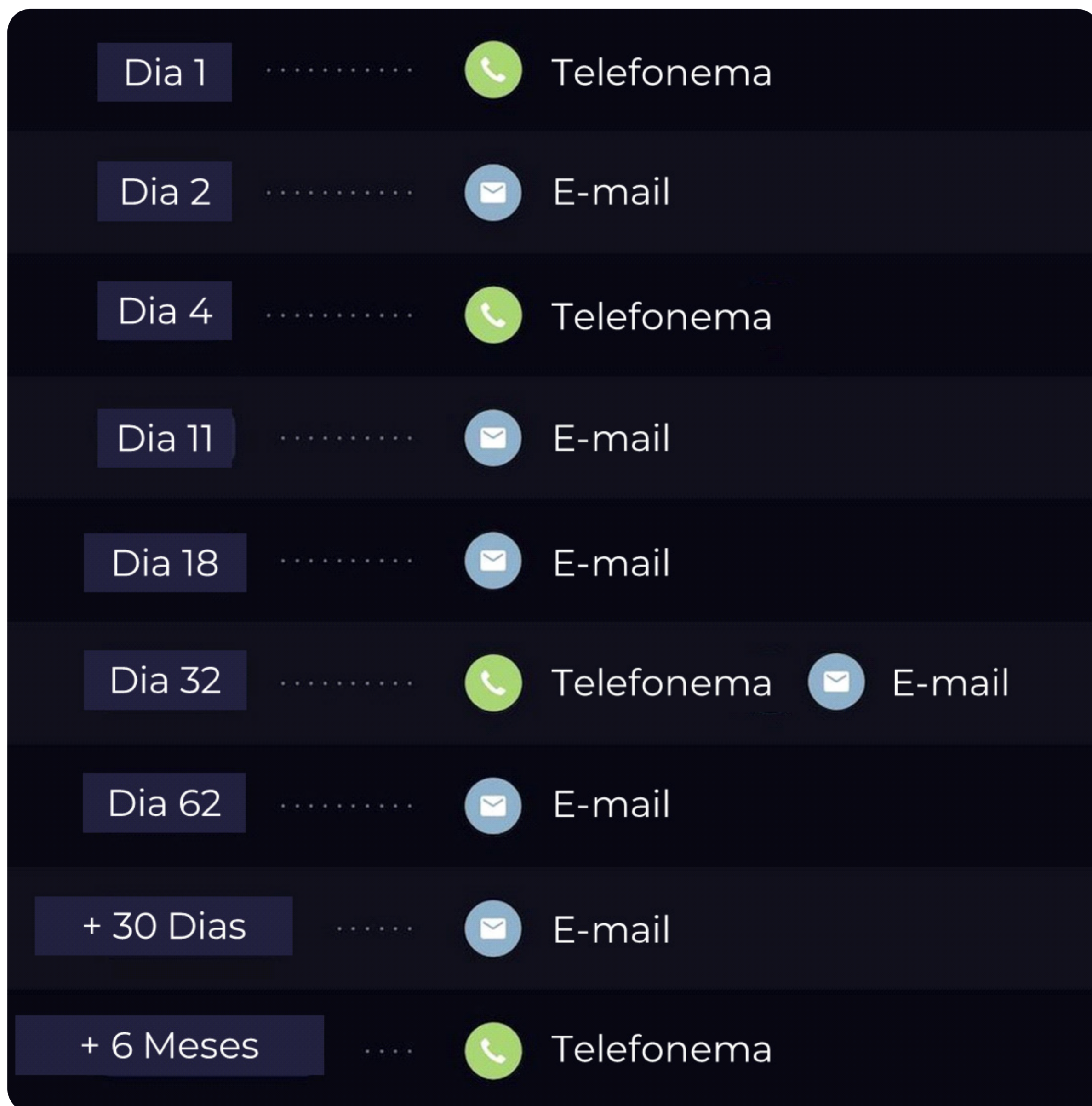
Para começar, aqui está um processo simples de Follow-Up que pode se basear:

- Dia 1: Primeiro contato
- Dia 2: Follow Up

- Dia 7: Follow Up
- Dia 14: Follow Up
- Dia 30: Follow Up

Ainda sem resposta? Daqui em diante, siga uma vez por mês.

Aqui está como isso pode parecer se você estiver seguindo com uma mistura de e-mails e chamadas telefônicas:



Para definir seu próprio processo de Follow-Up, use estas regras:

- Se você está fazendo uma abordagem fria e nunca interagiu com este possível cliente antes, siga um máximo de seis vezes. Você não tem um relacionamento com essa pessoa que lhe dá permissão para fazer muito mais do que isso. No final desta sequência, você pode enviar um e-mail de término.
- Se você já teve algum tipo de interação com essa pessoa, mas não obteve um “não” claro e definitivo, então continue seguindo até obter uma resposta.

É indicado utilizar um CRM de vendas para criar workflows automatizados de vendas com etapas de telefone, e-mail e mensagens. Esses Workflows espelham a frequência de seguimento mais bem-sucedida e você pode ajustá-los ao longo do tempo conforme necessário. Os e-mails são enviados automaticamente no cronograma que você especificar, e você será notificado quando for hora de ligar. O melhor de tudo é que você pode ver como seus possíveis clientes respondem a cada Follow-Up em seu Workflow.

7 Estratégias e Melhores Práticas para elevar suas vendas

Para finalizar, vamos elevar suas habilidades de seguimento de vendas ao próximo nível. Aqui estão algumas técnicas que você pode usar para obter resultados consistentes com seus esforços de Follow-Up. Faça isso, e você com certeza fechará mais negócios.

I. Mostre o Valor do Produto/Serviço com seu E-mail de Follow-Up de Vendas

Para fornecer valor real, você precisa conhecer seu cliente ideal tão intimamente quanto conhece seu melhor amigo. Assim, você pode usar seus Follow-Ups para lembrá-los sutilmente de seus pontos problemáticos e como sua oferta pode resolver esses problemas.

Uma tática de vendas eficaz aqui é usar depoimentos de clientes, avaliações ou provas sociais em seu e-mail para transmitir o valor.

Aqui está um exemplo:

Assunto: Como resolvemos [ponto problemático] com nossa [solução]

Oi [fulano],

Entendemos que os gastos com insalubridade podem ser custos, e é assim que a [nome da sua empresa] ajudou nossos clientes atuais a eliminar adicionais de insalubridade em X atividades, gerando uma economia de Y:

[prova/testemunho]

[prova/testemunho]

[prova/testemunho]

[prova/testemunho]

[prova/testemunho]

Atenciosamente,

[seu nome]

PS: Leia mais de nossos estudos de caso aqui [\[link\]](#)

—

Quando usar esta técnica de Follow-Up:

Oferecer valor também pode ir além do seu produto. Uma vez que você conhece bem seu possível cliente, você pode usar seus Follow-Ups para oferecer conteúdo valioso para eles. Pode ser um artigo ou algo que eles apreciarão receber. Mas mantenha seu objetivo em mente - dar coisas não é vender, mas é um primeiro passo.

II. Use Vídeos Personalizados para Melhor Follow-Up

Profissionais de vendas têm encontrado sucesso com táticas fora da caixa, como um vídeo envolvente direcionado diretamente aos seus possíveis cliente.

No mundo de hoje, gravar um vídeo personalizado é mais fácil do que você pensa e pode ser altamente eficaz para fechar negócios—você pode ver taxas de cliques e taxas de resposta significativamente mais altas usando vídeo personalizado.

Mantenha-o o mais natural possível e direto ao ponto. Certifique-se de que seja extremamente relevante para seu público, talvez até incluindo capturas de tela do site deles ou da conta de mídia social.

—

Quando usar esta técnica de Follow-Up:

Esses Follow-Ups personalizados não são usados por tantos vendedores quanto você pensa—então esta é uma estratégia poderosa para ajudá-lo a se destacar da multidão sempre que você tiver um negócio que está próximo de ser fechado.

III. Especifique Claramente os Próximos Passos

Seja específico com seu cliente potencial sobre o que acontece a seguir no processo.

Por exemplo, se você teve uma demonstração com um cliente ou uma apresentação de vendas, agende a próxima reunião ali mesmo.

Se a empresa do possível cliente precisar ver propostas de outras empresas, tente se destacar e permanecer na mente deles sendo específico e bem organizado.

Quando você termina cada interação com um plano claro de quando falará novamente, você reduz o risco deles desaparecerem ou deixarem o negócio cair no esquecimento.

Caso tenha agendado uma reunião, confirme-a um dia antes. Isso demonstra sua organização e lembra o cliente da reunião, diminuindo as chances de ele faltar.

IV. Mantenha Breve, Mas Eficaz

Ao seguir com novos clientes, mantenha conciso e direto ao ponto, e tome cuidado para não divagar demais.

Frequentemente, as chamadas de vendas podem ser mais curtas do que o esperado devido a agendas ocupadas, então, procure ser intencional, direto ao ponto e mostrar valor o mais rápido possível.

Aqui está um script para abrir uma chamada de Follow-Up de vendas:

“Oi João, estou super animado para a ligação de hoje. Quero respeitar seu tempo, e tenho outra ligação em exatamente quinze minutos. Acho que isso será tempo suficiente para realizarmos tudo o que precisamos, então vamos direto ao ponto. Vamos falar sobre suas objeções e as perguntas, e avançar com isso.”

Permaneça persistentemente amigável e simpático. Tenha uma atitude de indiferença se eles não responderem. Impressione-os permanecendo no topo do seu jogo.

V. Adote uma Abordagem Multicanal

Falamos acima sobre os diferentes canais que você poderia usar para Follow-Up de vendas. Mas lembre-se: você não precisa usar apenas um canal.

A melhor abordagem de Follow-Up é aquela que usa múltiplos canais. Então, misture - experimente alguns e-mails, inclua algumas ligações telefônicas, adicione algumas mensagens de whatsapp.

Ser verdadeiramente multicanal significa oferecer aos seus possíveis clientes uma experiência consistente em diferentes plataformas. Fazer isso leva a interações encantadoras com o cliente e ciclos de vendas mais rápidos.

VI. Evite Usar a Culpa como Motivador

Quando você se envolve emocionalmente no negócio, pode doer quando o possível cliente não te responde. É quando o perigo de usar a culpa entra em cena. Dizer algo como: "Por que você não me respondeu? Já enviei dez e-mails!" pode prejudicar seriamente seu relacionamento com essa pessoa.

Lembre-se: ele não lhe deve nada. Nunca, jamais, faça com que eles se sintam culpados ou façam algo induzido pela culpa.

VII. Avalie Suas Estratégias de Follow-Up de Vendas

Reserve um tempo para medir seus resultados e avaliá-los para refinar seu processo de vendas. Em seu próximo conjunto de Follow-Up de vendas, use esses dados para atrair a atenção do seu possível cliente e aumentar suas taxas de

conversão.

Aqui estão algumas métricas que você deve acompanhar:

- Taxas de resposta e abertura de e-mail
- Taxas de conversão para diferentes canais de Follow-Up
- Taxas de conversão para diferentes chamadas à ação (CTAs), ou outros elementos em seus Follow-Ups
- Taxas de resposta para cada etapa em sua sequência de Follow-Up
- Taxas de conexão de chamadas

Use essas métricas para analisar exatamente o que está funcionando e o que não está dentro do seu processo de Follow-Up de vendas. Suas sequências estão perdendo força após um certo ponto? Tente torná-las mais curtas. Suas taxas de resposta são baixas no seu primeiro Follow-Up? Tente reformular a mensagem. Um determinado canal simplesmente não está convertendo bem? Remova-o do seu playbook.

Analisar e ajustar suas estratégias de Follow-Up de vendas é um processo contínuo. O que funciona hoje pode não funcionar no próximo ano. Portanto, continue acompanhando as métricas de vendas corretas, e você saberá exatamente onde fazer ajustes.

