

Framework - Closing Code

IMPORTANTE: NÃO PROSSIGA SEM ANTES TER CLAREZA DO SEU PERFIL DE CLIENTE IDEAL (ICP). PREENCHA O DOCUMENTO ABAIXO:

<https://docs.google.com/document/d/1I77ae56ffxinBPR10Lliy1ql-S3BENSTaxeMZJtuCDM/edit?usp=sharing>

(faça uma cópia do documento)

Lembrete Nível 3

“Dite a cadência da conversa, obtenha as respostas que você quer em cada fase e escute o que o prospect quer dizer, não só o que ele está falando. Lute pelo prospect!”.

TONALIDADE É A CHAVE PARA FAZER SUAS PERGUNTAS TEREM BOAS RESPOSTAS

Tipos de tonalidade

- Curioso
- Cético
- Confuso
- Desafiador
- Humor
- Preocupado
- Animador (não é entusiasmado)
- Assertivo (liderança, convicção)
- Calmo e acolhedor (irmão mais velho)

Estrutura Framework - Nível 3

1. Estrela norte (neutra e curiosa)
2. Estado atual (neutra e curiosa)
3. Problema (cética/preocupada)
4. Experiências passadas (cético e desafiador)
5. Objetivos Tangíveis (neutra)
6. Projeção Futura (animador)
7. Custo da inação (preocupado e desafiador)
8. Transição (neutra)
9. Pitch Personalizado (assertivo)
10. Fechamento (assertivo)

1. ESTRELA NORTE

Objetivo dessa fase: Descobrir o porquê o prospect está na call? O que ele quer? Qual o objetivo dele atual? O que está buscando? O que o prospect está precisando que sua empresa pode possivelmente ajudar? (Busque algo minimamente específico) Propriedade Intelectual: Closing Code - X Level Sales

Exemplos de uma boa resposta: “Eu estou precisando de gerar demanda qualificada no marketing”; “Eu estou buscando melhorar minha habilidade de vendas de contorno de objeção”; “Eu estou buscando me organizar melhor financeiramente”.

Perguntas sugeridas para fazer nessa fase:

- O que você viu no conteúdo que te trouxe até aqui que te chamou a atenção?
- O que você está buscando especificamente para o seu negócio comigo aqui hoje?
- Qual principal objetivo você está precisando alcançar hoje?
- Qual é uma ou duas coisas que você sente que precisa hoje para escalar seu negócio?

O que NÃO fazer nessa fase:

- Começar a call com um tom muito animado e entusiasmado (fake)
- Usar técnicas de falso rapport - como perguntar de onde ele é, como está o clima e coisas nesse sentido
- Começar a falar da sua empresa e o quão foda vocês são ao invés de focar no prospect
- Inverter o lado da mesa e começar a responder todas as perguntas do prospect sobre o seu produto/empresa

Problemas comuns nessa fase:

- Closer deixa o prospect tomar o controle da reunião
- Closer deixa o prospect tomar o controle e começar a levar a reunião para assuntos irrelevantes (história do prospect, por exemplo)
- Prospect pergunta o preço e como funciona o programa e closer abre as pernas e começa a apresentar o produto
- Prospects dizem que só estão “curiosos” e closer aceita a resposta

Quando o prospect chega querendo dominar a call ou já chega perguntando sobre o preço e te pede para ir direto ao ponto:

Tentativa 1) Status Frame

Claro João, eu quero cobrir todos esses pontos com você em um instante...Agora, geralmente o que eu vejo que mais funciona nessas conversas com o intuito de dar mais clareza pra você, depois de ter conversado com algumas centenas de pessoas, é

Na primeira parte do nosso bate papo, meu objetivo é entender mais sobre você, seu momento, desafios e objetivos.*Propriedade Intelectual: Closing Code - X Level Sales*

Na segunda parte, vamos cobrir os pilares da nossa metodologia que tem ajudado centenas dos nossos clientes...

E na terceira parte, se você quiser saber mais sobre como a gente pode te acompanhar mais próximo, eu posso te explicar como funciona e os próximos passos. Mas, de verdade, eu não sei se a gente pode te ajudar ainda...eu precisaria fazer algumas perguntas como...(entra em estado atual)

Tentativa 2) Oferta customizada

João, tudo o que a gente faz aqui é 100% customizado, então ao invés de te explicar os mais de 20 diferentes tipos de entregáveis que a gente possui e quais tipos de pessoa mais se beneficiam de cada um deles...o que levaria tranquilamente mais de 1 hora...o que a gente pode fazer para ser mais assertivo e poupar nosso tempo é entender melhor seu cenário e o que você está buscando, e se fizer sentido, eu te detalho de forma customizada algum dos nossos programas, tudo bem se a gente seguir assim?!

Tentativa 3) "Qual é o preço para consertar o carro"?

Funciona para qualquer profissão**Propriedade Intelectual: Closing Code - X Level Sales*

João, eu entendi que você é um cara mais direto e não gosta de perder tempo, mas posso te trazer uma analogia?

Com o que você trabalha?

Prospect: sou mecânico

Você: OK, então qual o preço para consertar meu carro?

Prospect: Vai depender do modelo, do tipo de conserto, do ano do carro...

Você: Não, só me fala o preço e vamos direto ao ponto! Qual o preço?

Prospect: não tem como eu falar assim sem antes te fazer algumas perguntas e analisar o carro...

Você: Entendeu o meu ponto agora?

Tentativa 4) Agregaria valor pra ti se eu te empurasse num produto qualquer?

João, digamos que eu te fale o preço e os entregáveis por alto de um produto qualquer que nós temos na esteira de produtos...e você decide entrar...daqui 2 meses, você me liga falando: "Luca, mas esse programa não era o que eu precisava e não estou tendo resultados..."

João, eu sou um profissional...em que mundo você acha que eu permitiria isso? Simplesmente jogar o cliente num produto aleatório sem antes nem saber se ele precisa e se vai ajudá-lo?!

Você não quer isso, quer?!

2. ESTADO ATUAL

Objetivo dessa fase: Permitir que o prospect crie consciência em relação ao que ele tem feito atualmente para alcançar o objetivo dele (plantar dúvida sobre a eficiência do que ele tem feito - descredibilizar o veículo atual dele).

Exemplos de uma boa resposta: Marketing, geração de demanda qualificada: "Eu tenho utilizado x,y,z funis...". Finanças, organização financeira: "Não faço uso de planilhas nem nada, simplesmente gasto no cartão de crédito e pago a fatura".

Perguntas sugeridas para fazer nessa fase:

- O que você tem feito atualmente para...[o que ele falou que precisa na fase de estrela norte] "gerar leads qualificados", "se organizar melhor financeiramente"?
- Você consegue me falar mais sobre XYZ ponto em específico?
- Há quanto tempo você tem feito dessa forma?
- O que te fez fazer desse jeito em específico?

Observação importante:

Digamos que você vende uma mentoria de concurso público...nesse caso, você está vendendo uma transição de carreira pro prospect...além de ter que descobrir a situação básica num primeiro momento, de por exemplo, como ele vem estudando...você precisa investigar com o que ele trabalha atualmente, pois na fase de problema você irá entender o que motivou ele em querer mudar de carreira...é aqui que o problema real mora. Às vezes, ele não suporta mais o trabalho atual dele, quem sabe ele sente que ganha pouco ou mesmo a carga horária é muito alta ou trabalhar presencial é ruim para ele, ele quer algo remoto para passar mais tempo com a família. Você vai perceber ao longo do framework e após assistir as gravações reais de calls que as fases do framework se conectam. *Propriedade Intelectual: Closing Code - X Level Sales*

O que **NÃO** fazer nessa fase:

- Não fazer perguntas abertas como: “Me fala mais sobre você...”
- Transformar a call numa entrevista de emprego bombardeando o prospect com perguntas
- Investigar a situação de assuntos que você não resolve. Não fale de marketing se sua empresa fala de vendas.
- Não descobrir a situação atual de pontos irrelevantes.

Problemas comuns nessa fase:

- Closer começa a querer saber de tudo da empresa do cara, sendo que ele oferece soluções de marketing
- Closer não investiga mais a fundo a situação atual e aceita respostas superficiais
- Closer começa a “ensinar” o cliente ou dar “dicas” pra ele
- Closer assume que já pegou informações o suficiente e simplesmente fala que consegue ajudar e apresenta o produto

3. PROBLEMA

Objetivo dessa fase: Criar consciência dos problemas reais do prospect (emocionais) e os impactos desses problemas. Expandir o gap emocional.

Exemplos de uma boa resposta: “Eu não suporto mais meu trabalho atual, pois ganho pouco e trabalho muito, por isso não consigo passar tempo com a minha família”; “A gente está com o fluxo de caixa apertado por conta desses últimos meses em que sofremos para gerar demanda qualificada pro nosso time comercial”; “Eu não sei mais o que fazer para organizar minha vida financeira, parece que estou num poço sem fundo, eu estou sempre estressado e frustrado”.

Perguntas sugeridas para fazer nessa fase:

Perguntas para encontrar o real problema:

- Você gosta da maneira como organiza seu financeiro hoje? O que você mudaria se pudesse?
- Aparentemente, apesar da falta de controle, você tem conseguido sobreviver normalmente...o que você mudaria se pudesse? (downplay)
- Qual o principal motivo pelo qual você está buscando uma forma diferente de...[O que ele falou que precisa] gerar leads ao invés de...[o que ele tem feito que não tem dado certo atualmente para alcançar o que precisa] continuar vivendo de indicação?

- O que você viu no seu...**[processo atual]** processo de geração de demanda atual ou **[resultados que vem tendo]** na qualidade dos leads que você tem gerado...que te fez perceber que talvez tenha algo melhor por aí?

PS 1: Pergunta racional: Qual o principal motivo pelo qual você está buscando uma possível ajuda externa ao invés de tentar fazer sozinho (prevenção de vou fazer sozinho)

PS 2: Pergunta racional: Qual é o principal motivo pelo qual você está buscando passar no concurso ao invés de focar em tentar crescer na sua carreira atual (Faz o prospect te dar o problema real e o motivo da mudança)

Perguntas para aprofundar o real problema e expandir o gap emocional: (utilizadas depois que o prospect revela o problema)

- Há quanto tempo isso tem acontecido?
- Qual a principal causa desse desafio na sua visão?
- Tangibilização do problema em dinheiro ou tempo (Quanto de \$ tem ficado na mesa? Quantas horas vc vem trabalhando?)
- Esse desafio tendo acontecido nos últimos tempos...isso tem gerado algum tipo de impacto na empresa? E em você? De que forma?*Propriedade Intelectual: Luca Freitas - Closers Alliance*

Dica ouro sobre perguntas de sondagem: Quando você ouvir expressões como “meu faturamento está uma montanha russa”, você precisa perguntar: “WoW! Pera aí...o que você quer dizer com isso?”. O nome disso são perguntas de sondagem, e tem como objetivo fazer o prospect aprofundar no que ele está dizendo

Dica ouro sobre perguntas de clareamento: Quando você ouvir o prospect utilizar palavras fortes de cunho emocional, como “frustrado”, “desafiador”, “stressado”...você pode repetir a palavra que ele utilizou em tom de pergunta exclamativa, como: “Frustrado?!” ou você pode fazer isso e ainda adicionar: “Frustrado?! Como assim?”. Isso também vai ajudar a aprofundar o problema mais ainda.

Dica ouro sobre perguntas outra técnica de aprofundamento: Após descobrir o real problema, uma forma que você tem de expandir o gap é fazendo conta com o prospect do quanto ele está deixando de dinheiro na mesa, isso vai ajudar a expandir o gap ainda mais. Isso funciona muito para mercado B2B, especialmente.

Como lidar com prospects vagos:

Exemplo 1: “Eu quero crescer...”

Closer: “Eu acho que eu nunca conversei com alguém que não quer crescer fulano hahahah...o que crescer significa pra você pra eu entender melhor?”

Prospect: Eu quero crescer para ganhar mais dinheiro e dar uma qualidade de vida melhor para minha família

Closer: O que na prática isso significa?

Prospect: Viajar mais, colocar meus filhos nunca escola melhor

Closer: Elas estudam aonde hoje? O que tem lá que te fez querer colocar eles numa escola diferente?

Prospect: Influência negativas, drogas...(problema real)

Como lidar com prospects que não admitem o problema:

Exemplo 1: “Eu já estou mandando bem...”

Bater no ego: Closer: “Bem comparado a quem?!” (normalmente, ele se compara com a média, o fato é que sempre tem alguém fazendo melhor do que ele)

Reframe de identidade: Porque se você está sempre se comparando com a média e falando pra si mesmo que você está mandando bem, já parou pra pensar que talvez esse seja parte do problema? Porque se você sempre se comparar com a média ao invés de se comparar com os 1% do seu segmento, como essa mentalidade vai te ajudar a impulsionar a trabalhar nos seus pontos de melhoria para atingir resultados ainda maiores?

Exemplo 2: Prospect com ego no talo

Closer: “Por qual motivo você quer criar um negócio na amazon ao invés de tocar seu próprio negócio de agência que já está dando certo?”

Prospect: “Porque eu posso...”

Closer: “O que você quer dizer com eu posso?”

Prospect: “Eu sou bem sucedido, tenho capital para investir, tempo, pessoas para trabalhar pra mim...”

Closer: “Bem, isso é bom ter, mas na realidade, nossos melhores clientes são CLT e fazem rendimentos de 10k,20k mensais trabalhando em paralelo com seus empregos...a verdade é que precisa de muito pouco pra fazer esse negócio

acontecer...na verdade...deixa eu corrigir...precisa de muito poucos recursos...porque o mais importante é ter um motivador forte e um objetivo claro...dito isso...o porquê é importante pra você tocar esse negócio da amazon sendo que dinheiro pelo dinheiro...você poderia escalar a agência...o que esse negócio te dá de diferente do que você não tem hoje?”

O que **NÃO** fazer nessa fase:

- Não aceitar desejo inalcançado como o problema explícito real
- Não aceitar respostas superficiais
- Não fazer perguntas idiotas como “O que tem deixado você acordado à noite?”
- Não ASSUMIR o problema da pessoa
- Não colocar palavras na boca do prospect

Problemas comuns nessa fase:

- Closer não consegue encontrar o problema real do prospect, o que dificulta todo o restante da call
- Closer faz uma fase de conexão e situação ruim, o que dificulta fazer uma boa fase de problema
- Closer tem dificuldade de pegar o problema real de prospects que aparentemente estão tranquilos e não tem problemas (isso é mentira, não existe, toda empresa tem problema, o prospect só não confia em você ao ponto de querer abrir o jogo)
- Closer confunde a ideia de que pegar o problema = fazer a pessoa chorar na call. Negativo, a fase de problema tem como objetivo criar consciência do problema, se você “bater muito no lead”, isso pode gerar um efeito reverso no final no sentido do prospect não ter esperança nenhuma de mudança (cuidado com nichos e ofertas sensíveis, quanto mais sensível e explícita a dor, menos você precisa “cavar a dor” e mais foco em vender o sonho e esperança você precisa colocar).

4. EXPERIÊNCIAS PASSADAS

Objetivo dessa fase: Entender o que o prospect tentou fazer no passado para resolver os problemas e principalmente, o porquê não deu certo e o que impediu ele de ter resultados?

Exemplos de uma boa resposta: “Eu poderia colocar a culpa nos meus antigos mentores, porque teve gaps na entrega, mas eu confesso que não estava comprometido o suficiente na época, agora estou 100%”.

Perguntas sugeridas para fazer nessa fase:

- Antes de conversar comigo hoje, o que você já tentou para maximizar sua chance de passar no concurso? Você procurou algum tipo de ajuda antes?
- Se não: Entendi, e o que te impediu de buscar ajuda antes para garantir que você teria o que precisa para chegar aonde você quer...conquistar a aprovação?
- Se sim: Que tipo de resultados você teve com essa empresa/metodologia?
- Outras pessoas tiveram resultados com essa empresa/metodologia?
- O que você sente que te impediu de ter resultados com essa empresa/metodologia?

“Só estou pesquisando”: Reframe (Só ficar pesquisando durante todos esses anos e não ter tomado nenhuma ação, aonde isso te levou?)

Closer: Há quanto tempo você está pesquisando?

Prospect: 6 meses...

Closer: E eu imagino que você deva estar fazendo isso para encontrar a melhor opção pra você para que maximize sua chance de alcançar os resultados...está correta essa colocação?

Prospect: Sim...

Closer: João, posso te trazer uma perspectiva?

Prospect: Sim...

Closer: Você já parou para pensar quais resultados você poderia estar tendo hoje se tivesse feito algo a 6 meses atrás em comparação a não ter resultado algum hoje, simplesmente por ainda não ter começado?

O que eu quero dizer João é que uma constante na vida do empresário de sucesso são os problemas e desafios ao longo do processo. A imperfeição é um fato e não uma possibilidade.

Já parou para pensar que talvez, iss seja parte do motivo pelo qual você ainda não teve os resultados que queria?

Prospect: sim, vc tem razão...

Closer: Então o que vc sente que precisa mudar daqui pra frente para garantir que você comece a ter resultados?

Prospect: Fazer algo, mesmo que de forma imperfeita

“As últimas empresas que eu trabalhei não fizeram um bom trabalho” Reframe (Ate que ponto foi falha da empresa e ate que ponto foi falha dele?

Closer: O que você quer dizer com não fizeram um bom trabalho?

Prospect: Eles prometeram resultados e não entregaram...

Closer: O que você sente que faltou da parte deles?

Prospect: XYZ...

Closer: Tinham outras pessoas nesse programa tendo resultados?

Prospect: Sim, eu vi alguns depoimentos...

Closer: Na sua visão...o que você sente que te impediu de ter resultados similares, além de ter faltado alguns pontos da parte dessa empresa?

Se o prospect assumir parte da responsabilidade

Prospect: Eu deveria ter me dedicado mais

Closer: Você está comprometido a se dedicar mais dessa vez? O que mudou de lá pra cá? Porquê agora?

Se o prospect não assumir responsabilidade

Prospect: Foi 100% culpa deles

Closer: Entendo...e antes ou mesmo depois desse episódio, o que você sente que te impediu de alcançar os seus objetivos?

Prospect: Eu mesmo...

Closer: Então o que precisa mudar daqui pra frente? Você está comprometido a tomar as decisões que precisam ser tomadas pro barco começar a andar pra frente

Se o prospect ainda sim não admitir responsabilidade, pergunte:

Closer: Fulano, na sua forma de pensar...de quem é a responsabilidade de fazer a sua empresa dar certo?

Prospect: É minha!

Closer: Posso te trazer uma perspectiva que pode te ajudar sem que você fique bravo comigo?

Prospect: Sim

Closer: (cuidado com a tonalidade - seja neutro): Ouvindo você falar, você teve diferentes tentativas com diferentes empresas...e sempre a culpa dos resultados você me parece colocar a responsabilidade 100% nos outros ao invés de assumir parte dessa responsabilidade também...Você já parou para pensar que esse tipo de mentalidade te fez ficar estagnado ao longo desses anos e te impediu de alcançar o potencial que você realmente merece? Porque pra mim você me parece um cara bem capaz...o que tá faltando?*Propriedade Intelectual: Closing Code - X Level Sales*

O que **NÃO** fazer nessa fase:

- Deixar de fazer essa fase
- Ficar muito no superficial e não investigar mais a fundo o que ele quis dizer
- Deixar o prospect terceirizar a responsabilidade dos resultados e colocar a culpa nos outros
- Não atacar padrões de linguagem que são sinais para possíveis objeções lá na frente

Problemas comuns nessa fase:

- Prospect revela crenças limitantes ou formas “erradas” de pensar através de padrões de linguagem...você precisa prevenir objeções aqui
- Closer não aprofunda e não pega os motivos reais do porque não deu certo no passado na cabeça do prospect, ele precisa verbalizar o REAL motivo pelo qual não deu certo e assumir a autorresponsabilidade
- Closer deixa o prospect contar experiência passadas não relevantes

5. OBJETIVOS TANGÍVEIS

Objetivo dessa fase: Fazer o prospect te dar os objetivos tangíveis (financeiro, tempo, quilos...) uma vez que ele resolva o problema.

Exemplos de uma boa resposta: “Eu quero faturar 200 mil reais por mês nos próximos 3 meses” ou “Eu quero trabalhar apenas 8 horas por dia” ou “Eu quero conquistar meu emprego dos sonhos como analista de software e ter uma renda de 15k trabalhando de casa”.

Perguntas sugeridas para fazer nessa fase:

Observação importante:

A pergunta de critério ideal é chave, pois faz o lead verbalizar o que ele acredita que precisa especificamente para alcançar os objetivos dele (alguém que o mantenha comprometido, um plano de ação, conteúdo, comunidade...) perceba que todos esses elementos tem conexão com entregáveis do seu produto. Pense comigo, se você entrega tudo o que seu prospect precisa, o que você acha que vai acontecer com a percepção dele de que ele vai ter os resultados e a transformação que ele deseja com o seu produto/serviço?

- **Pergunta de critério ideal:** Fulano, digamos que eu possa montar um plano de ação personalizado com todos os elementos que você acredita que precisa para resolver esses desafios e alcançar seus objetivos...o que especificamente você sente que precisa? O que não pode faltar nesse plano?
- Fulano, e o que você espera alcançar especificamente nos próximos meses? **OU** O que é importante para você alcançar de maneira específica nos próximos meses?

[Objetivos tangíveis]

- Digamos que você consiga resolver alguns desses desafios que vem enfrentando...quais são os objetivos tangíveis que você gostaria de alcançar?*Propriedade Intelectual: Closing Code - X Level Sales*
- Fulano, quais são uma ou duas metas que você espera alcançar resolvendo alguns desses desafios?

Observação importante:

Faça perguntas de sondagem e clareamento para pegar os objetivos realmente significativos. Aqui, desafiar o prospect na dose certa também pode ser útil, como “Vamos lá Fulano...o que você realmente quer? Bate no peito e assume hahahaha”.

O que NÃO fazer nessa fase:

- Não pegar os objetivos tangíveis do prospect e aceitar respostas genéricas
- Pular essa fase

Problemas comuns nessa fase:

- Closer deixa o prospect trazer objetivos que não são os mais importantes
- Prospect fala o que quer sem colocar relevância naquilo - closer precisa saber desafiar o prospect “Fulano, com todo o respeito, mas você não me parece muito animado quando fala que quer XYZ...”

6. PROJEÇÃO FUTURA

Future pacing****Propriedade Intelectual: Closing Code - X Level Sales*

Objetivo dessa fase: Fazer o prospect verbalizar como seria a vida dele uma vez que ele resolve os problemas e alcança os objetivos tangíveis...como a vida dele seria diferente comparado ao que é hoje?

Exemplos de uma boa resposta: “Fazer esse tipo de renda mensal me permitiria colocar meus filhos em escolas melhores”; “Conquistar essa aprovação no concurso, me daria tranqüilidade e segurança financeira para proporcionar qualidade de vida para a minha família. Quer mudar de casa e fazer viagens”; “Alcançando esses números de vendas e faturamento, eu poderia aumentar meu pró-laboré e trazer pessoas pro time para que eu possa ter mais tempo com a família”.

Perguntas sugeridas para fazer nessa fase:

- Você sendo capaz de alcançar esses objetivos que mencionou há pouco...o que isso faria pela empresa? E pessoalmente falando?
- Que tipo de benefícios você sente que bater essas metas traria para a você?
- O que isso te permitiria fazer diferente do que você tem vivido hoje?
- Como as coisas seriam diferentes desse momento em diante?

Observação importante 1:

Nem sempre a resposta do prospect será pôneis e arco-íris...muitas vezes, o cenário futuro pro seu prospect é poder ter paz ou deixar de ter que se submeter a alguma situação específica...é importante ouvir esse lado da respostas, mas também forçar o prospect a trazer os elementos positivos da projeção futura.

Observação importante 2:

Faça ele descrever a rotina ideal, pergunte sobre detalhes...fique calado e deixe o prospect fluir.

O que NÃO fazer nessa fase:

- Aceitar respostas genéricas
- Deixar de fazer perguntas de sondagem e clareamento para aprofundar
- Deixar o prospect trazer elementos negativos somente

Problemas comuns nessa fase:

- Deixar o prospect trazer somente elementos de alívio da projeção futura ao invés de explorar também os elementos de aspectos positivos...

Exemplo: “Eu quero deixar de ter que fazer esse tanto de calls e vendas com a contratação de um novo closer” Você: “Sim, claro...mas você sendo capaz de sair das calls de vendas e manter a performance alta...ter esse tempo de volta...o que isso te permitiria fazer que você não consegue fazer hoje?”

- Prospect dá respostas vazias e não aprofunda no que ele diz e o closer deixa passar.

7. CUSTO DA INACÇÃO

Objetivo dessa fase: Fazer o prospect explorar as consequências de não agir e não fazer nada para resolver o problema em suas próprias palavras...continuando tendo os impactos do problema e não alcançando os objetivos tangíveis e emocionais (projeção futura). Fazer o prospect se comprometer com a mudança e com a necessidade de agir e fazer algo a respeito para mudar sua situação atual.

Exemplos de uma boa resposta: “Do jeito que eu venho fazendo as coisas, não vai dar...”; “Preciso resolver esses problemas para alcançar meus objetivos”; “Estou comprometido em fazer diferente”.

Observação importante:

Utilização de analogias antes de entrar na fase de consequência para o prospect perceber que é do melhor interesse dele te dar uma boa resposta nessa fase.

Analogia da corrida: Correr atrás do carrinho de sorvete é uma corrida diferente de correr de um prédio pegando fogo (motivação de ir atrás dos objetivos vs correr daquilo que te assusta - que vc tem medo). Explicar pro prospect que ter essa clareza dos dois cenários pode fazer ele aumentar a chance de atingir os objetivos dele.

Analogia do Elon Musk: Todo empresário bem sucedido, frente a uma decisão, quer se colocar na melhor posição possível para dar certo, porém, explorar o cenário de falha é uma virtude importante, pois dá gás e motivação para agir com máxima potência em prol de não deixar o cenário de falha e suas consequências acontecerem.

Perguntas sugeridas para fazer nessa fase:

Parte 1 - Consequência

- Fulano, agora me conta uma coisa...o quão realista você acredita que é alcançar **XYZ [objetivos emocionais na fase de projeção futura]** para garantir que **ABC [impactos emocionais da fase de problema]** não aconteçam...considerando o jeito com que você vem fazendo as coisas...seja sincero comigo...
- O que acontece nos próximos 3,6,12 meses se nada mudar e as coisas continuarem como elas estão? Como você se sentiria?

Prospects que não admitem as possíveis consequências:

Se o prospect ainda sim, responder dizendo que as coisas vão continuar na mesma, sem admitir as consequências, você precisa utilizar o seguinte reframe...

Reframe de identidade - Necessidade de explorar a falha para alcançar objetivos na vida

Closer: Posso te dar uma perspectiva Fulano?

Prospect: Sim

Closer: Já parou pra pensar que isso que você acabou de falar pode ser parte do problema?

Prospect: Como assim?

Closer: Tipo, toda vez em que tomamos a decisão de ir atrás dos nossos objetivos, nós criamos um plano e executamos em cima desse plano...e a grande ironia da vida é que independente do quão foda seja o plano, SEMPRE, SEMPRE...existe a chance de dar errado...

E ter clareza desse cenário é importante para:

1. Fazer você dimensionar riscos e ter clareza do plano atual.
2. Te motivar a executar o plano 2x com mais intensidade e agilidade por não querer experienciar o cenário negativo.

Um exemplo clássico que eu me lembro foi o do Elon Musk na crise de 2008 em que ele teve que tomar a decisão de investir todo o patrimônio pessoal nas duas empresas dele, Tesla e SpaceX, para ter a chance de suportar a crise que rolou nos estados unidos naquela época.

O curioso é que a chance dele quebrar as duas empresas era muito grande, ele mesmo dizia isso...e 15 anos depois, essas empresas se transformaram nas mais ricas e valiosas do mundo...o Elon conta que o “medo” de dar errado e a clareza do que poderia acontecer caso o plano dele não desse certo, foi um dos principais motivos que fez as empresas darem certo.

É impressionante como empresários, atletas e pessoas bem sucedidas usam isso para alcançar seus objetivos.

Tu já tinha refletido sobre isso?

Prospect: Não dessa forma, mas faz sentido...

Closer: Então, o que acontece nos próximos meses e talvez anos se você continuar sofrendo com XYZ **[impactos do problema]** e não alcançar ABC **[objetivos emocionais]**?

Parte 2 - Compromisso com a mudança

- Você está comprometido em mudar isso e garantir que você vai fazer tudo o que está ao seu alcance para que as coisas sejam diferente daqui pra frente?
- E de quem é a responsabilidade de fazer isso na sua visão?
- Porquê agora e não depois?

O que **NÃO** fazer nessa fase:

- Assumir a consequência
- Colocar palavras na boca do prospect (só faz as perguntas e deixa o prospect responder)

Problemas comuns nessa fase:

- Deixar o prospect se safar com uma resposta do tipo “Não tem impacto nenhum, as coisas vão continuar como elas estão...”
- Pergunta não entra e o prospect não se compromete com a mudança e não assume responsabilidade
- Closer demora para transicionar entre projeção futura e essa fase de compromisso...no momento de pico emocional positivo, a primeira pergunta tem que entrar rápido...

8. TRANSIÇÃO

Objetivo dessa fase: Transicionar de forma suave e natural, sem acionar resistência de vendas, da parte de descobrimento para a parte do pitch personalizado que agrega valor “sessão estratégica começa agora”. Manter no formato diálogo a conversa, mas a partir de agora o closer falando e liderando um pouco mais. Além disso, inverter a polaridade e deixar o prospect falar por conta própria que quer saber mais.

Exemplos de uma boa resposta: “Sim, claro...como funciona?”; “Sim, por favor, me explica como vocês trabalham”.

Estrutura de Transição:

Baseado no que você me disse e agora que eu fiz seu diagnóstico, eu acredito que a gente consegue te ajudar, porque lembra que você estava tendo problemas xyz...

E fez você se sentir abc...

Pois é...eu acredito que a gente consiga te ajudar porque nossa metodologia ajuda principalmente nessas dificuldades, já são mais de 1020 alunos aprovados em concursos que pagam de 20k a 40k mensal.

Se você quiser, eu posso te mostrar como funciona essa **METODOLOGIA e como a gente acompanha nossos alunos do programa de mentoria**...te ajudaria se eu fizesse isso por você ou você tem mais alguma pergunta pra mim?

O que **NÃO** fazer nessa fase:

- Não fazer essa fase e ir direto pro pitch
- Falar demais
- Deixar de perguntar se ele tem alguma pergunta antes de seguir

Problemas comuns nessa fase:

- Closer não memoriza a estrutura
- Closer vai direto pro pitch, isso é uma mudança muito brusca e pode acionar resistência de vendas, caso seja feito da forma errada.

9. PITCH PERSONALIZADO

Objetivo dessa fase: Apresentar os Pilares da sua metodologia de forma personalizada agregando valor para o prospect, enquanto explica como você ajuda os seus clientes a implementarem cada pilar

Exemplos de uma boa resposta: "Caramba, parece que isso foi feito pra mim"; "É exatamente isso que eu preciso"; "XYZ pilar ou entregável da mentoria vai me ajudar demais". Outro ponto é que o Lead começa a fazer perguntas sobre os pilares/entregáveis demonstrando engajamento.

Observação importante:

Fale de forma simples, use story telling e analogias. Assista meu pitch nas gravações de calls reais para internalizar melhores esses conceitos.

Estrutura do Pitch Personalizado:

Você tem um papel e caneta aí? Anota porque vai ser importante o que vamos falar agora...

Eu vou te explicar os 3 pilares da nossa metodologia e que nós temos utilizado nos nossos mais de 1020 alunos que foram aprovados. Nós testamos essa metodologia e de fato ela funciona.

Eu vou te explicar os 3 pilares e também te contar como a gente pode te acompanhar na execução desses 3 pilares, tudo bem?

A mentoria, por exemplo, tem o investimento de R\$ 3,800 anual e ajudamos os clientes nos seguintes pilares:

Pilar 1) Plano de estudos

Problema: A maioria das pessoas não sabem estudar e acabam perdendo incontáveis horas estudando errado e de fato não vendo nenhum progresso. O ponto aqui é que não passa no concurso o mais inteligente, mas sim o que melhor sabe fazer a prova específica. *Propriedade Intelectual: Closing Code - X Level Sales*

Entregáveis: Reunião inicial com o time de suporte do aluno e aulão de boas vindas com o professor Carlos para receber direcionamento e tirar dúvidas iniciais. Aqui também nós iremos disponibilizar todo o que você precisa para dar os seus primeiros passos na mentoria.

Benefícios: Nós vamos te mostrar um caminho comprovado e montar seu plano de estudos com você. São mais de 1020 alunos aprovados nos últimos anos. Nós destrinchamos um passo a passo de tudo o que você tem que estudar para garantir que você vai estudar 2-3 horas por dia de forma certa, sem ter aquela sensação de que não estar saindo do lugar.

Isso te ajudaria? De que forma? *Propriedade Intelectual: Closing Code - X Level Sales*

Pilar 2) Rotina de estudos e acompanhamento

Problema: Não adianta nada saber o que estudar, senão colocar em prática. Mas o grande desafio aqui é fazer tudo isso sozinho, é por isso que o Professor Carlos vai pegar na sua mão e te acompanhar semanalmente na sua jornada de estudos para garantir que você vai estar sendo acompanhado pela maior referência do Brasil em concurso na área fiscal.

Entregáveis: Encontros semanais com o Professor Carlos para garantir que você está sendo acompanhado(a) durante toda a sua jornada. Além disso, temos materiais gravados resolvendo questões e explicando conceitos importantes. Além disso, temos um grupo de whatsapp para te manter informado de todas as atualizações e lembretes.

Benefícios: E o que isso te dá é a garantia de que você vai seguir um plano que outros já seguiram e que funciona de forma comprovada. Consistência é o nome do jogo aqui.

Você gosta da ideia de ter isso? Porquê?

Pilar 3) Comunidade

Problema: Estudar e passar num concurso dessa calibre já é difícil, imagina ter que fazer tudo isso sozinho? É muito fácil se desviar da rota e tropeçar...quem sabe até mesmo desistir.

Entregáveis: Nós temos uma comunidade não só de alunos que estão estudando para o concurso, mas também pessoas que já passaram e que vão te contar todos os tropeços e atalhos dessa jornada. Você vai poder interagir com outros membros pelo grupo do whatsapp e do facebook para garantir que você estará junto de pessoas que querem chegar no mesmo lugar que você.

Benefícios: A pior forma de garantir que algo vai dar errado é andar com grupos errados. Agora, a melhor forma de garantir que vai dar certo é andar com quem está indo pro mesmo lado que você. A nossa comunidade é sobre um incentivando o outro, criando grupos de estudos e tendo um lugar seguro para se apoiar nos momentos ruins e comemorar nos bons momentos.

O que mais te chamou atenção até agora? Quais principais pensamentos estão na sua cabeça agora?

Bullet points ods entregáveis:

6 meses ou 12 meses de acompanhamento

-Plano de estudos

-*Propriedade Intelectual: Luca Freitas - Closers Alliance*

-Aulas semanas ao vivo

-Curso gravado em módulos

-Comunidade no whatsapp

-Materiais de estudo em pdf

-Acompanhamento com nosso time de suporte

O que NÃO fazer nessa fase:

- Fazer um pitch com mais de 10 minutos
- Só você falar durante o pitch enquanto o prospect fica calado
- Fazer um pitch focando em entregáveis, ao invés de benefícios personalizando para resolver os problemas específicos do prospect
- Não fazer perguntas de checagem de temperatura após cada
- Usar linguagem rebuscada...use linguagem simples

Problemas comuns nessa fase:

- Closer fica falando de entregáveis e mostrando longos PDF's
- Closer esquece de conectar os problemas e objetivos do prospect com a sua solução/metodologia
- Closer fica querendo dar uma sessão estratégica dando uma de mentor pro prospect
- Closer alonga o pitch em 20-30 minutos e perde todo o delta emocional gerado e o prospect volta pro lado racional
- Prospect fica confuso com o tanto de informação e dá objeção de que precisa pensar (precisa ser algo simples)
- Prospect tem a percepção de que é complicado e seu pitch perde plausibilidade (ele não acredita que vai conseguir implementar e ter os resultados)

10. FECHAMENTO

Objetivo dessa fase: Fechar a venda e não o prospect. Cuidado com essa ideia de “eu fechei o cliente”, mindset errado. Seu objetivo aqui é pegar o COMPROMISSO COM A MUDANÇA. O

pagamento, o contrato e fazer o lead avançar é uma mera consequência disso. Eu mantive o nome fechamento nessa fase para ficar mais didático.

Exemplos de uma boa resposta: “Sim, eu acredito que o que você me mostrou, é o que eu preciso para sair do ponto A e ir para o ponto B”; “Sim, eu quero a ajuda de vocês para me ajudar a implementar isso”; “Sim, vamos prosseguir”. *Propriedade Intelectual: Closing Code - X Level Sales*

Observação importante:

Deixe claro os próximos passos para o prospect. Explique de forma breve, a jornada que ele vai passar se escolher trabalhar com você. Narre a experiência.

Perguntas sugeridas para fazer nessa fase:

- Você sente que isso é o que você estava buscando para te ajudar a alcançar sua aprovação?
- Você sente que essa pode ser a resposta para te ajudar na aprovação?

Bem, a partir daqui João, eu acredito que nós cobrimos tudo o que você precisa para sair de onde você está e conquistar a tão sonhada aprovação nos próximos meses para que você possa alcançar a estabilidade e segurança financeira que você está buscando e parar de ter que viver toda essa situação que você vem vivendo e continuar se sentindo como vem se sentindo.

Os próximos passos a partir daqui seriam agendar seu onboarding na mentoria e processar o pagamento. Dessa forma, a gente já coloca você no caminho certo para aumentar a chance da sua aprovação.

- Como você quer seguir a partir daqui?

O que NÃO fazer nessa fase:

- Não assumir a venda “No cartão ou no pix”
- Não falar “Vamos fechar?”
- Não deixar seu bafo de comissão transparecer
- Não proporcionar os próximos passos para o prospect de forma clara
- Focar em fechar a venda, ao invés de focar em pegar o COMPROMISSO COM A MUDANÇA para sair do Ponto A e ir para o Ponto B

Problemas comuns nessa fase:

- Closer fica nervoso e deixa o prospect tomar o controle

- Closer aciona resistência de vendas e o prospect percebe que o closer não está alinhado com os interesses dele
- Closer fica agitado e começa a falar demais, ao invés de ficar mais tranquilo e desapegado

Propriedade Intelectual: Closing Code - X Level Sales