

Quantas oportunidades *sua empresa gera* *e quantas deixa escapar?*

16 perguntas para investigar onde oportunidades são captadas, atendidas, conduzidas e convertidas em clientes.



Gerar oportunidades não é suficiente.

É preciso saber conduzi-las até a decisão.

Conversão não depende apenas de *ter mais interessados*.

Ela depende da forma como cada oportunidade é recebida, compreendida, acompanhada e conduzida.

Uma empresa pode receber mensagens, pedidos de orçamento e indicações todos os dias.

E ainda assim perder vendas por demora, desorganização ou falta de acompanhamento.

O problema nem sempre é falta de oportunidade.

Pode ser a forma como o atendimento conduz a decisão.

Este diagnóstico ajuda a identificar em que momento as oportunidades perdem força.

Atendimento comercial não é apenas responder mensagens.

É transformar interesse em clareza, confiança e próximo passo.

Quatro dimensões revelam ... *onde as oportunidades podem escapar.*

01

CAPTURA

As oportunidades chegam por caminhos claros e organizados?

02

PRIMEIRO ATENDIMENTO

O cliente recebe resposta ágil, humana e útil?

03

CONDUÇÃO COMERCIAL

O atendimento ajuda o cliente a avançar na decisão?

04

CONVERSÃO

A empresa acompanha, fecha e aprende com as oportunidades?

Captura evita perdas na entrada. Atendimento sustenta o interesse. Condução cria avanço. Conversão transforma oportunidade em resultado.

Como responder *este diagnóstico*

...

Escolha a opção que representa a realidade atual da empresa.

☐

SIM
2 PONTOS

Acontece de forma clara e consistente.

☐

PARCIALMENTE
1 PONTO

Existe, mas depende do canal, campanha ou situação.

☐

NÃO
0 PONTO

Não acontece ou não existem evidências suficientes.

REGRA BB

Não avalie apenas quantas mensagens chegam. Considere quantas recebem resposta adequada, avançam e se transformam em clientes.

01. CAPTURA

...

As oportunidades entram de forma organizada?

Avalie se todo interesse recebido é identificado, registrado e direcionado corretamente.

01

CANAIS DE ENTRADA

A empresa sabe por quais canais chegam mensagens, pedidos de orçamento e indicações?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

02

FUNCIONAMENTO

WhatsApp, formulários, links, telefone e outros canais funcionam sem obstáculos?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

01. CAPTURA

...

continue avaliando esta dimensão

03

REGISTRO

Toda oportunidade recebida é registrada com nome, origem, necessidade e etapa?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

04

RESPONSABILIDADE

Está claro quem deve receber e assumir cada novo contato?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

PONTUAÇÃO DE CAPTURA

___ / 8

Quantas oportunidades podem desaparecer antes mesmo do primeiro atendimento?

02. PRIMEIRO ATENDIMENTO.

O primeiro contato sustenta o interesse?

Avalie se a resposta inicial transmite atenção, competência e vontade de ajudar.

05

VELOCIDADE

O cliente recebe uma primeira resposta dentro de um prazo adequado?

SIM

2 PONTOS

PARCIALMENTE

1 PONTO

NÃO

0 PONTO

06

ACOLHIMENTO

A abordagem é humana, cordial e adaptada ao contexto do cliente?

SIM

2 PONTOS

PARCIALMENTE

1 PONTO

NÃO

0 PONTO

02. PRIMEIRO ATENDIMENTO.

continue avaliando esta dimensão

07

COMPREENSÃO

Antes de oferecer uma solução, o atendimento procura entender a necessidade?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

08

CLAREZA

O cliente entende o que acontecerá depois e qual será o próximo passo?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

PONTUAÇÃO DE PRIMEIRO ATENDIMENTO

___ / 8

O primeiro atendimento aproxima o cliente ou aumenta a incerteza?

03. CONDUÇÃO COMERCIAL..

O atendimento ajuda o cliente a decidir?

Avalie se a conversa transforma interesse em compreensão, confiança e avanço.

09

DIAGNÓSTICO

A empresa faz perguntas para compreender problema, prioridade e critérios de decisão?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

10

ARGUMENTAÇÃO

A solução é conectada à necessidade específica, em vez de apenas listar características?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

03. CONDUÇÃO COMERCIAL..

continue avaliando esta dimensão

11

PROPOSTA

Preço, escopo, prazo, condições e próximos passos são apresentados com clareza?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

12

TRATAMENTO DE OBJEÇÕES

Dúvidas e objeções são acolhidas e respondidas sem pressão ou desconto imediato?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

PONTUAÇÃO DE CONDUÇÃO COMERCIAL

___ / 8

A conversa conduz a decisão ou apenas envia informações e espera?

04. CONVERSÃO

...

A empresa acompanha até a decisão?

Avalie se oportunidades abertas recebem continuidade e geram aprendizado comercial.

13

ACOMPANHAMENTO

Existe um processo para retomar contatos que demonstraram interesse e não decidiram?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

14

ORGANIZAÇÃO

A empresa sabe quais oportunidades estão abertas, paradas, ganhas ou perdidas?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO



04. CONVERSÃO

...

continue avaliando esta dimensão

15

FECHAMENTO

Existe uma ação clara para confirmar a decisão e iniciar a contratação?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

16

APRENDIZADO

A empresa registra motivos de perda, conversão e origem para melhorar o processo?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

PONTUAÇÃO DE CONVERSÃO

___ / 8

Quantas oportunidades são perdidas por falta de continuidade e não por falta de interesse?

Seu resultado ...

onde as oportunidades estão escapando?

Some os pontos de cada dimensão separadamente.

01

CAPTURA
As oportunidades entram organizadas?

___ / 8

02

PRIMEIRO ATENDIMENTO
O contato sustenta o interesse?

___ / 8

03

CONDUÇÃO COMERCIAL
A conversa ajuda a decidir?

___ / 8

04

CONVERSÃO
A empresa acompanha até a decisão?

___ / 8

A menor nota mostra o sinal mais forte de perda. Observe também cada resposta para localizar o momento exato do processo.

Como interpretar

cada pontuação

...

0 A 3

SINAL FORTE DE ATENÇÃO

Existem falhas importantes que podem interromper ou enfraquecer oportunidades.

4 A 6

ESTRUTURA PARCIAL

O processo existe, mas varia conforme pessoa, canal ou situação.

7 A 8

DIMENSÃO MAIS CONSISTENTE

Há sinais claros de que a dimensão sustenta o avanço e a conversão.

Conversão é uma sequência, ... *não uma única conversa.*

A empresa precisa conduzir cada oportunidade por quatro movimentos.

01. CAPTAR

Receber e registrar toda oportunidade.

02. RESPONDER

Sustentar o interesse no primeiro contato.

03. CONDUZIR

Ajudar o cliente a compreender e decidir.

04. CONVERTER

Acompanhar até o fechamento e aprender.

Mais oportunidades não corrigem automaticamente um atendimento lento, uma condução fraca ou a falta de acompanhamento.

Combinações de resultado ...

hipóteses 1 e 2

COMBINAÇÃO

Captura forte, atendimento fraco

O QUE PODE INDICAR

As oportunidades chegam, mas perdem interesse antes de receber atenção adequada.

Investigue: Revise tempo de resposta, responsabilidade, acolhimento e clareza inicial.

COMBINAÇÃO

Atendimento forte, condução fraca

O QUE PODE INDICAR

A conversa começa bem, mas não ajuda o cliente a avançar na decisão.

Investigue: Fortaleça diagnóstico, argumentação, proposta e tratamento de objeções.

Combinações de resultado ...

hipóteses 3 e 4

COMBINAÇÃO

Condução forte, conversão fraca

O QUE PODE INDICAR

O cliente demonstra interesse, mas a empresa não acompanha até o fechamento.

Investigue: Crie etapas, retornos, lembretes, registros e critérios de fechamento.

COMBINAÇÃO

Captura fraca, demais dimensões fortes

O QUE PODE INDICAR

O processo funciona para quem chega, porém contatos podem se perder na entrada.

Investigue: Revise canais, formulários, links, registros e distribuição de responsabilidade.

Combinações de resultado ...

hipóteses 5 e 5

COMBINAÇÃO

Quatro dimensões fortes

O QUE PODE INDICAR

Existem sinais de um processo comercial organizado, ágil e orientado à decisão.

Investigue: Preserve o que funciona e acompanhe conversão, tempo e motivos de perda.

Mais oportunidades nem sempre *significam mais vendas.*

Antes de buscar mais contatos, identifique onde as oportunidades atuais estão perdendo força.

01

IDENTIFIQUE O SINAL

- ☐ Captura
- ☐ Primeiro atendimento
- ☐ Condução comercial
- ☐ Conversão

MINHA PONTUAÇÃO

02

ENTENDA O IMPACTO

Se esse ponto continuar como está, onde pode afetar mais o negócio?

- ☐ Tempo de resposta
- ☐ Experiência do cliente
- ☐ Taxa de avanço
- ☐ Taxa de fechamento
- ☐ Preço e margem
- ☐ Receita

O que merece atenção

primeiro?

...

Avalie cada sinal por quantidade de evidências e impacto no negócio.

MONITORAR

Pouca evidência e baixo impacto aparente.

INVESTIGAR

Impacto relevante, mas ainda faltam evidências.

MELHORAR

Problema claro, porém com impacto atual limitado.

PRIORIZAR

Evidências concretas e impacto direto na qualidade ou conversão da demanda.

Não aumente o volume antes de entender onde as oportunidades escapam.

Mais contatos podem apenas ampliar a desorganização existente.



Minha prioridade

estratégica

...

Transforme o sinal em uma investigação concreta.

MINHA PRIORIDADE AGORA É INVESTIGAR

PORQUE EXISTEM SINAIS DE QUE ISSO AFETA

A EVIDÊNCIA QUE PRECISO BUSCAR

MEU PRÓXIMO PASSO SERÁ

RESPONSÁVEL

PRAZO



Antes de encerrar

confirme se existe clareza.

...

- ☐ Sei onde existe o principal sinal de atenção.
- ☐ Tenho uma hipótese, não uma conclusão.
- ☐ Sei o que preciso investigar.
- ☐ Sei qual evidência devo procurar.
- ☐ Defini quando vou revisar minha decisão.

Sua empresa está deixando oportunidades escapar?

A BB ajuda empresas a investigar gargalos de atendimento, vendas e crescimento e transformá-los em decisões estratégicas.

CONVERSAR SOBRE MEU DIAGNÓSTICO

@beatrizestrategiadigital

beatrizestrategiadigital.com.br

(21) 98373-1147

Conversão não começa no fechamento. Ela começa na forma como cada oportunidade é recebida e conduzida.