A FUNÇÃO SDR

SDR

O oxigenador da venda.

Sem oxigênio, o corpo comercial sufoca. O SDR é quem injeta **leads qualificados** na veia da operação — todo dia. Mas oxigênio de verdade é **puro**: lead qualificado, não reunião qualquer.

OBJETIVO DESTE DOCUMENTO

Deixar claro — com o **mínimo de informação e o máximo de clareza** — qual é o papel do SDR, o que se espera dele e como ele deve agir em cada etapa do dia a dia. Se algo aqui não estiver claro para você, a regra é uma só: **avise seu líder.**

SUA FUNÇÃO Nº 1

Sua função é qualificar o lead — não marcar reunião.

A reunião é consequência. Quando você qualifica direito, você sabe **se deve ou não** marcar aquela reunião.

SUMÁRIO

01 O papel do SDR P.03

02 Como qualificar — as perguntas que decidem tudo P.04

03 O fluxo do dia a dia, passo a passo P.07

04 Checklist e como você é medido P.10

ESTE CADERNO É DE

NOME DO SDR LÍDER INÍCIO EM

§01 O papel do SDR

O SDR é a **primeira ponta** da máquina comercial. Ele pega a lista certa, faz o primeiro contato, **qualifica** e só entrega ao vendedor o lead que tem perfil para comprar. O SDR não fecha a venda — ele garante que o vendedor gaste tempo só com quem vale a pena.

O QUE SE ESPERA DE VOCÊ

- Trabalhar a lista com disciplina e ritmo
- Seguir a cadência que o líder definiu
- **Qualificar** cada lead com as perguntas certas
- Agendar só quem tem perfil
- Deixar o CRM sempre atualizado
- Entregar ao vendedor tudo que ele precisa

O QUE NÃO É SEU PAPEL

- Fechar a venda ou falar preço (é do vendedor)
- Definir a cadência (é do líder)
- Marcar reunião com todo mundo
- Ler script robotizado — é conversar
- "Empurrar" reunião pra bater número

A VERDADE CENTRAL DESTE GUIA

Marcar reunião é fácil. **Qualificar é o que dá valor.** Um lead qualificado te diz sozinho se a reunião deve ou não acontecer. Por isso, a maior parte deste caderno é sobre **como qualificar**.

⚠ REGRA DO "NÃO ESTÁ CLARO"

Se em qualquer momento você não tiver clareza sobre **como qualificar** ou **quais perguntas fazer**, não improvise e não empurre reunião no escuro. **Avise seu líder na hora.**

RASCUNHE: EM UMA FRASE, QUAL É O SEU PAPEL?

ESCREVA AQUI

Como qualificar

Qualificar é descobrir, por meio de perguntas, se aquele lead tem perfil para comprar. Você precisa levantar **5 coisas**. Pergunte de forma natural, uma de cada vez, dentro da conversa — nunca como interrogatório. Ao final, você terá clareza para o veredito.

▨ ROTEIRO PROPOSTO — VALIDAR COM O LÍDER ANTES DE RODAR EM CAMPO.

01 A dor — existe um problema real?

O QUE DESCOBRIR: qual é o gargalo comercial que incomoda hoje.

- "Como está a performance do time comercial hoje? Estão **batendo meta**?"
- "Qual é o **maior gargalo** comercial que tira seu sono?"
- "O time vende com método definido ou **cada um vende do seu jeito**?"
- "Como está a **rotatividade** de vendedores?"

02 O impacto — quanto essa dor custa?

O QUE DESCOBRIR: o tamanho e a urgência do problema — é o que gera vontade de resolver.

- "**Há quanto tempo** isso se arrasta?"
- "Quanto isso custa em **vendas que deixam de acontecer**?"
- "O que **já tentaram** pra resolver? Por que não funcionou?"
- "Se ficar mais 6 meses assim, o que acontece?"

03 Quem decide — você fala com quem decide?

O QUE DESCOBRIR: se a pessoa decide sozinha ou se há outros envolvidos.

- "Além de você, **quem mais participa** dessa decisão?"
- "Como costuma ser a decisão de contratar algo assim aí dentro?"

04 O momento — é prioridade agora?

O QUE DESCOBRIR: se é pra resolver agora ou "algum dia".

- ”Resolver isso é **prioridade pra agora** ou é algo pra mais pra frente?”
- ”Tem algum prazo ou meta amarrada a isso?”

05 O investimento — há disposição para resolver?

O QUE DESCOBRIR: se existe verba/disposição. Fale de investimento aberto — SEM cravar preço.

- ”Vocês já **reservaram investimento** pra resolver isso?”
- ”Se a gente te mostrar um caminho que resolve, você está em condição de investir ainda este ano?”

Se te perguntarem o preço: não crave número. Devolva com curiosidade — ”boa pergunta, o que te fez perguntar isso agora?” — e diga que o valor exato o especialista apresenta na reunião, conforme o cenário de vocês.

O veredito — o que fazer com o que você descobriu

SITUAÇÃO	O QUE SIGNIFICA	AÇÃO
Qualificado	Tem dor, momento e perfil de decisão	Agendar a reunião (Etapa 5)
A nutrir	Bom perfil, mas o momento é errado	Agendar follow-up futuro no CRM
Desqualificado	Sem dor real ou sem perfil	Registrar o motivo e encerrar — sem culpa

Desqualificar é vitória. Dizer ”esse não tem perfil” com clareza vale tanto quanto agendar uma boa reunião. O que você nunca deve fazer é marcar reunião *sem* ter qualificado.

Meu roteiro

Reescreva as 5 perguntas **com as suas palavras** — do jeito que soa natural na sua voz. Treine em voz alta antes de usar em campo. Valide com seu líder.

01 · A DOR

MINHA PERGUNTA	

02 · O IMPACTO

MINHA PERGUNTA	

03 · QUEM DECIDE

MINHA PERGUNTA	

04 · O MOMENTO

MINHA PERGUNTA	

05 · O INVESTIMENTO

MINHA PERGUNTA	

O fluxo do dia a dia

PARA CADA ETAPA: OBJETIVO · O QUE FAZER · PRÓXIMO PASSO.

1 Montar a lista (research)

OBJETIVO	Ter em mãos a lista de contatos certa, dentro do ICP que a empresa já definiu.
O QUE FAZER	Usar a ferramenta de prospecção que a empresa fornece e filtrar pelo ICP. No nosso caso as ferramentas já estão prontas — é **trabalho de poucos cliques**: filtrar, gerar a lista e jogar no CRM. Você não precisa "caçar" contato do zero.
PRÓXIMO	Lista no CRM → entender a cadência (Etapa 2).

2 Entender a cadência

OBJETIVO	Saber exatamente a sequência de contatos que você vai executar.
O QUE FAZER	**Quem define a cadência é o líder, não você.** Ele te entrega pronta: quais canais, em que ordem, com quais prazos. Seu trabalho é **entender**. Não entendeu algum passo? **Pergunte ao líder** — não invente sua própria sequência.
PRÓXIMO	Cadência clara → executar o 1º contato (Etapa 3).

ANOTE: A CADÊNCIA QUE MEU LÍDER DEFINIU

TOQUE	CANAL	OBJETIVO / OBSERVAÇÃO
D___		
D___		
D___		
D___		

3 Executar os toques da cadência

OBJETIVO — Abrir conversa com o decisor, seguindo a cadência à risca.

O QUE FAZER — O 1º contato é **WhatsApp + ligação**:

- **WhatsApp:** sempre **pelo CRM**, via **API oficial**. Atenção: pela API só dá para enviar **uma mensagem** — não mande dois WhatsApp seguidos.
- **Ligação:** logo após. *Atendeu?* → siga o roteiro e comece a qualificar. *Não atendeu?* → o próximo toque **não** é outro WhatsApp (a API não permite): é **e-mail**.
- **Atualizar o CRM:** registre que o lead **recebeu o 1º contato** (WhatsApp + tentativa de ligação + e-mail). Sem registro, o toque não existiu.

PRÓXIMO — Respondeu/atendeu → **qualificar** (Etapa 4). Não respondeu → seguir os próximos toques até o fim.

4 Qualificar o lead

OBJETIVO — Descobrir se o lead tem perfil para comprar — **o passo mais importante do seu dia.**

O QUE FAZER — Nas conversas que abrirem, rode as **5 perguntas de qualificação** (§02): dor, impacto, quem decide, momento e investimento. Uma de cada vez, escutando de verdade. Registre as respostas no CRM.

PRÓXIMO — Qualificado → agendar (Etapa 5). A nutrir → follow-up datado. Desqualificado → registrar motivo e encerrar.

> **Lembrete:** aqui é onde você injeta o oxigênio puro. Nenhuma reunião deve ser marcada antes de passar por esta etapa.

O fluxo do dia a dia

5 Agendar a reunião (só se qualificou)

OBJETIVO	Marcar a reunião com o vendedor, com dia e horário confirmados pelo lead.
O QUE FAZER	Proponha horários de forma assertiva, confirme o que o lead escolheu e crie a reunião. Antes de encerrar, **blinde contra o "não comparecimento"**: reconfirme dia/hora e diga que, se mudar algo, é só avisar que vocês remarcam.
PRÓXIMO	Reunião marcada → passar tudo para o vendedor (Etapa 6).

6 Entregar o lead ao vendedor (handoff)

OBJETIVO	Fazer o vendedor chegar na reunião com **tudo que precisa** para vender.
O QUE FAZER	No CRM, deixe no card do lead: dados de contato, as **respostas da qualificação** (dor, impacto, quem decide, momento, investimento) e a reunião com dia/hora. Garanta que a reunião está na **agenda do vendedor**. O vendedor não pode começar do zero.
PRÓXIMO	Confirmar a reunião na véspera e no dia → voltar ao topo e seguir trabalhando a lista.

O FLUXO EM UMA LINHA

Lista → entender cadência → WhatsApp + ligação + e-mail (registrar no CRM) → **QUALIFICAR** → agendar (se qualificou) → entregar ao vendedor.

Checklist & medição

O QUE ENTREGAR AO VENDEDOR — CARD DO LEAD NO CRM

Lead: nome · empresa · cargo · contato | **Produto:** In Company / Programa 3R / Terceirização / AUGRA
1 · Dor: o gargalo que ele verbalizou · **2 · Impacto:** quanto custa / há quanto tempo / o que já tentou
3 · Decisão: decide sozinho? quem mais entra? · **4 · Momento:** é pra agora? prazo?
5 · Investimento: há disposição de investir? · **Reunião:** dia · hora · canal (na agenda do vendedor)

✓ FAÇA TODO DIA

- Trabalhei a lista seguindo a cadência do líder
- Fiz o 1º contato certo (WhatsApp pelo CRM + ligação)
- Registrei cada toque no CRM na hora
- Qualifiquei com as 5 perguntas antes de agendar
- Só agendei quem tem perfil
- Entreguei o card completo ao vendedor

✗ NUNCA FAÇA

- Marcar reunião sem ter qualificado
- Mandar dois WhatsApp seguidos (API oficial)
- Criar sua própria cadência
- Falar preço ou tentar fechar
- Deixar o CRM desatualizado
- Ficar com dúvida de qualificação e não avisar o líder

COMO VOCÊ É MEDIDO

Você é medido pela **qualidade da qualificação** — não por volume de reuniões marcadas:

- **Leads qualificados** (5 respostas preenchidas no CRM)
- **Reuniões que o vendedor aceita** como boas (não reprova por falta de perfil)
- **Taxa de comparecimento** das reuniões que você marca
- **Reunião → oportunidade** (o que qualificou virou negócio no funil)

▨ AS METAS NUMÉRICAS DE CADA MÉTRICA SÃO DEFINIDAS E AJUSTADAS COM SEU LÍDER.

#EUVENDOTODODIA

RESULTADO · ROTINA · RITUAL — O SDR É O OXIGÊNIO DO CICLO.