

DENTAL MIDIA

DOCUMENTO PARA USO INTERNO DA EMPRESA.

LIGAÇÃO QUALIFICADA

“Olá, (Nome). me chamo Arthur da empresa Dental Midia, tudo bem com você?

“Ótimo?”

“(Nome), o senhor agendou uma ligação com a gente pode esse horário, está podendo falar?”

“Como o senhor já sabe, somos uma empresa especializada em captação ativa de potenciais clientes para clínicas odontológicas.”

OU

“Olá (nome), tudo bem?

Me chamo Arthur da empresa Dental Midia!

“O motivo deste contato é que você se cadastrou no anúncio da empresa.

Faz sentido para você?

Como o senhor já sabe, somos uma empresa especializada em captação ativa de potenciais clientes para clínicas odontológicas.

1º - PERGUNTAS QUALIFICADAS - EMPILHAMENTO DE PERGUNTAS:

“(Nome), para não desperdiçar seu tempo com um investimento inadequado ou algo que não é adequado para você. Eu preciso saber algumas coisas sobre você”

“Qual o maior problema da clínica hoje?”

“O que o senhor acha que está faltando para você alavancar?”

“Você está na internet?”

“Como você faz para levar mais pacientes, todos os meses, para dentro da clínica?”

2º - RAPPORt:

“(Nome), eu entendo, de verdade, (nome), eu lhe entendo.

“(Nome), eu posso levar para você pessoas realmente interessadas, com recorrência, ou seja, todos os dias, através de uma estrutura completa na internet e atrair, de fato, clientes para dentro dela, além, é claro, de estar promovendo a sua clínica na cidade.

Isso está dentro da sua expectativa?

4º - FRASE DE TRANSIÇÃO:

“(Nome), baseado em tudo que você me disse, é definitivamente, o encaixe perfeito para você.”

5º - APRESENTAÇÃO A PÓ SECO:

“(Nome), deixa eu dizer o porquê, o que a gente faz.

Basicamente, hoje, na nossa empresa, a gente é especialista em geração de potenciais clientes para clínicas odontológicas, eu crio um funil cem por cento automatizado pra você , onde o cliente do ponto A até o cliente do ponto B, eu consigo rastrear ele, de todas as formas para garantir que esse cara seja, de fato, um potencial cliente.

E como é que eu faço isso, (Nome). A primeira coisa que eu faço, é subir um anúncio no Google, Facebook, Instagram, o que for. Capto nome, email e telefone desse cliente, tá? Logo em seguida, eu mando um email para esse cliente, falando os benefícios de realizar o tratamento com a sua clínica, e logo, de terceiro momento, eu ofereço para esse cliente. agendar uma reunião com você, ou com a sua secretária, enfim, em uma data e hora específica.

Dessa maneira, eu consigo separar para você, qual que é o cliente bom, e qual que é o cliente que é curioso.

Entregamos para você, tanto os clientes que são mais aventureiros, como aqueles que estão a ponto de bala.

No final do mês, conseguimos literalmente dizer quantos clientes REAIS sua clínica recebeu.

“Isso está dentro da sua expectativa?”

6º -COMEÇAR O AFASTAMENTO - PERGUNTA INVASIVA-

“(Nome), **só para eu entender- (afastamento)**, sabendo dessa possibilidade de você ter, todos os dias, potenciais clientes para entrar em contato, qual é o investimento, que você está disposto a fazer em anúncios, mensalmente, para você ter um resultado satisfatório?”

“Não sei, vai me mostrando”

Bom, atualmente trabalhamos da seguinte forma.

Temos uma taxa de serviço no valor de _____ reais/ mês para criação de campanhas ILIMITADAS até o valor de “x” mil reais.

Lembrando que esse valor de R\$ _____ é apenas a taxa do nosso serviço, fora isso você precisa investir nos anúncios.

Recomendamos que você invista o mínimo de _____ reais.

Esse valor tem sido uma métrica boa para os nossos clientes.

Nosso custo por prospecto gira entre 5 e 10 reais.

Com um investimento de 500 reais, você irá receber entre 80 a 120 pessoas realmente interessadas, tendo pelo menos 2 clientes PRONTO para fechamento.

Esse valor se enquadra no seu orçamento?

6º - FAZER PEDIDO DE COMPRA

“Bom, os próximos passos são o seguinte, eu vou mandar para você, uma solicitação de documentos, aí fala para mim só, em relação ao preço. Você prefere o contrato de R\$ _____ ou o contrato de R\$ _____ reais?

-OBJEÇÃO-

7º - DEFLETIR A OBJEÇÃO

“(Nome), eu escutei o que você está dizendo, mas deixa eu dizer uma coisa que eu acredito que você não se atentou.” “Deixa eu explicar uma coisa que você não está percebendo.

8º - APRESENTAÇÃO DO LOOPING

(Nome), eu queria que você entendesse que essa conversa, não é uma conversa sobre vendas. Tá?

Eu entendo 100% que você tenha medo de pagar e passar um mês, dois meses e você se decepcionar porque seu problema não foi solucionado.

Mas deixa eu te falar uma coisa, isso aqui não é uma conversa sobre vendas.

Eu te falei isso tudo, porque o único objetivo que eu tenho, é que você entre dentro do nosso programa de 7 dias grátis.

E dentro desses 7 dias, a custo zero, obviamente, você só vai investir nos anúncios. Você vai conseguir experimentar os nossos serviços e daqui a 7 dias você tomará uma decisão baseada em resultados, não apenas no que eu estou falando, tá?

Então, o que eu sugiro que você faça? Que o você pegue os 7 dias. Usufrua desse período e teste os nossos serviços sem nenhum tipo de peso na consciência.

E cara, daqui a 7 dias você me diz se vale a pena ou não.

Literalmente, eu criei um funil onde no final do mês, eu vou conseguir dizer para você, o seguinte:

“(Nome), você investiu R\$ mil reais e eu te devolvi aqui, três mil reais de volta.”

E a gente tem o compromisso de devolver no mínimo, 2 vezes do que você está investindo.

Isso quer dizer o seguinte, se você está colocando mil reais em anúncio, o mínimo que eu vou te retornar em cima disso, é de pelo menos 2x.

Fora isso, eu estou divulgando o nome da sua clínica para toda a sua região.

Dessa maneira, não somente, você vai ter fluxo de clientes para entrar em contato diariamente, como você também terá, o nome da empresa sendo falado no seu bairro.

Então, os seus competidores que estão aí na sua região e que não estão fazendo isso, vai ser como eles não existissem. Porque você vai estar aparecendo o tempo inteiro para o seu público. Dessa maneira você vai conseguir destaque.”

Possível objeção - FALAR COM O RAIO QUE O PARTA.

“Sem problemas, mas (nome) deixa eu te falar o seguinte, essa proposta que eu acabei de passar para você. Provavelmente, se você chegar e conversar com a sua sócia, ela vai interpretar de uma outra maneira a mensagem. A mensagem, não vai ser uma mensagem adequada.

O que eu sugiro que a gente faça, tá.

Eu sugiro que a gente marque uma ligação videoconferência, entre eu você e a sua sócia, para que eu possa explicar este projeto para vocês, novamente.

O que você me diz?

A gente pode estar agendando essa ligação para (DATA)”

9º Baixar Barreira de Ação.

(Nome), deixa eu falar uma coisa que eu acho que você não entendeu, a mais de dois anos eu me formei aspirante a oficial, e após minha formação, dediquei toda minha energia em gerar, de fato, resultado para as clínicas odontológicas.

E o maior padrão que eu percebi é que eles não fazem uma captação ativa de clientes e se sustentam através de indicações.

Isso é muito perigoso para você conseguir alavancar o seu negócio, porque você não tem métrica.

E nesse momento em que a minha empresa entra. Porque a minha empresa é especialista em que? Em metrificar essas coisas e fazer com que você escale de maneira gradativa e com a confiança que você está colocando dinheiro e está retornando.

(Nome) Deixa eu fazer uma pergunta pra você, o que que realmente impede você de fechar esse contrato hoje comigo? Pode ser sincero comigo, sem problemas algum.