

# 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 prospeito 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 testes 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.