



1 - Mensagem de Conexão

Enviar uma mensagem no pedido de conexão é o primeiro passo para se aproximar e manter os clientes potenciais por perto. Ao conectar, personalizar o convite adicionando uma nota pode fornecer um motivo para que um contato aceite e entenda o motivo da aproximação. Normalmente 50% dos pedidos de conexão são aceitos no LinkedIn. Todo mundo adora conectar e aumentar a sua rede.

O QUE FAZ UM CLIENTE POTENCIAL NÃO ACEITAR UM CONVITE DE CONEXÃO

- Não acessar o LinkedIn regularmente
- Não ter o costume de aceitar convites de desconhecidos
- Não entender porque você está entrando em contato com ele
- Quando o convite soa vendedor pedindo reunião

TEMPLATE

Oi [Nome do cliente], vi que você atua no [setor/área X] aonde grande parte dos nossos clientes atuam. Aceite o convite caso queira acompanhar cases e conteúdo.

Oi [Nome do cliente], vi que você atua no [setor/área X]. Parte do meu trabalho hoje é [ALGODEVALORABSORDO]. Caso queira conhecer o nosso método e resultado, aceite o meu convite.

EXEMPLO PRÁTICO

Oi Felipe, vi que você atua no setor de treinamento aonde grande parte dos nossos clientes atuam. Aceite o convite caso queira acompanhar cases e conteúdo.



Oi Felipe, vi que você atua no setor de treinamento. Parte do meu trabalho hoje é apoiar treinadores a gerarem mais leads e clientes com LinkedIn. Caso queira conhecer o nosso método e resultado, aceite o meu convite.

+10 exemplos de convites de conexão para inspirar você

Convites personalizados do LinkedIn quando você conhece a pessoa

1- Você já encontrou com ela no passado

Richard, nos encontramos no [evento]. Pensei em conectar para mantermos contato e acompanhar o seu trabalho e compartilhar novas ideias.

2- É ex-colega de trabalho ou faculdade

Olá, Richard, quanto tempo desde os tempos na [empresa/faculdade]. Acabei de encontrar o seu perfil no LinkedIn e gostaria de conectar.

3- É um colega atual de trabalho

Olá, Richard! Eu te encontrei aqui no LinkedIn, fazemos parte da equipe XPTO. Gostaria de conectar para compartilhar e acompanhar o nosso progresso na organização.



Convites personalizados do LinkedIn quando você tem algo em comum

4- Você tem interesses comuns

*Olá, Richard! Encontrei o seu perfil no LinkedIn. Atualmente estou expandindo minha rede para interagir com outros profissionais e seu perfil apareceu na minha pesquisa por **[habilidade/interesse]**, gostaria de conectar para trocar experiências.*

5- Você é membro do mesmo grupo do LinkedIn

*Olá, Richard! Eu também faço parte do **[grupo]**. Nas últimas semanas, notei sua participação ativa e devo dizer que seus comentários são bem interessantes. Gostaria de manter contato e aprender mais sobre o seu trabalho.*

6- Você tem um ou mais contatos em comum

*Olá, Richard! Recentemente **[Contato mútuo]** me falou sobre você — bem, é claro. Tomo a iniciativa de convidá-lo para conectar em minha rede. Sinta-se confortável em aceitar ou não.*



Convites personalizados do LinkedIn quando você não tem nada em comum

7- Você quer expressar seu interesse em um negócio

Olá, Richard! Faço parte da [nome da empresa] há algum tempo e tenho grande admiração por suas realizações, entre elas a [realização específica]. Gostaria de conectar para compartilhar mais sobre a [ÁREAXPTO].

8- Você deseja se conectar a um recrutador

Olá, Richard! Encontrei seu perfil através de uma pesquisa avançada. Você trabalha em [campo] e atualmente estou procurando uma posição nesta área.

Podemos considerar uma breve interação para determinar se minha carreira pode ser interessante para uma de suas vagas atuais? Em troca, posso colocá-lo em contato com profissionais da minha rede.

9- Ele é uma pessoa que você admira

Richard, tive o privilégio de ouvi-lo falar sobre sua metodologia em 2009 em uma conferência. A leitura do seu livro me permitiu ver o potencial dele. Gostaria de conectar para continuar acompanhando.

10- É uma pessoa com quem você deseja trabalhar um projeto



Richard, sigo você há vários anos e esperava encontrar um projeto que nos permitisse trabalhar juntos eventualmente.

Eu finalmente o tenho!

*Se você estiver interessado, sua **[experiência]** seria útil para meu cliente que deseja **[objetivo]**. Aceite o convite caso tenha interesse.*

2 - Mensagem após Aceite de Conexão

Ao aceitar ou ser aceito após um pedido de conexão é crucial continuar a conversa. Esta interação é considerada uma das mais importantes no processo. Devemos iniciar a conversa buscando sempre gerar valor (ser útil) em um ponto onde inicialmente você precisa parecer mais interessado no cliente do que interessante.

O QUE FAZ UM CONTATO NÃO RESPONDER

- Desinteresse sobre o que escreveu - então ele acha que não responder já é uma resposta
- Costume de ignorar qualquer mensagem direta - Não entende a dinâmica da rede
- Ele realmente não leu - verifique sempre a marcação de leitura.

TEMPLATE A

Oi [Felipe], obrigado por aceitar. Aproveitei para conhecer a página de vocês. Na sua experiência, você acredita que fazer [TEMA] para [RESULTADO] funcionaria para vocês hoje?

-esperar resposta e então-



Você parece entender sobre [TEMA]. Parte do meu trabalho é fazer isso. Vamos conversar, eu te mostro como fazemos aqui para garantir [RESULTADO X e Y], amanhã você tem 30 min no período da manhã ou no período da tarde?

EXEMPLO PRÁTICO

Oi Felipe, obrigado por aceitar. Aproveitei para conhecer a página de vocês. Na sua experiência, você acredita que fazer anúncio no Google e prospectar por telefone para gerar mais clientes funcionaria para vocês hoje?

-esperar resposta e então-

Você parece entender sobre marketing digital. Parte do meu trabalho é fazer isso. Vamos conversar, posso te mostrar como fazemos aqui para garantir que seu site apareça na primeira página do Google sem precisar gastar mais que R\$5,00 no clique, amanhã você tem 30 min no período da manhã ou no período da tarde?

TEMPLATE B

“A grama do vizinho é mais verde que a minha? Ahh não, eu quero conhecer.”

Esse é o efeito de uma abordagem baseada case deve gerar. O objetivo nesta abordagem é utilizar uma história de sucesso para inspirar e criar curiosidade sobre o resultado do cliente.

O QUE FAZ O CONTATO NÃO RESPONDER

- O case não reflete em algo que ele reconhece
- O case parece raso e não próximo de números que chamem a atenção

TEMPLATE

Fulano, obrigado por aceitar. Eu conectei porque percebi que vocês atuam no setor do meu cliente [XPTO]. Ajudamos eles a alcançar [o resultado [XYZ] e vejo que



talvez pode funcionar para vocês também. Amanhã você tem 30 min no período da manhã ou tarde? Vou te apresentar o que eles fizeram.

EXEMPLO PRÁTICO

Richard, obrigado por aceitar. Eu conectei porque percebi que vocês atuam no setor do meu cliente AMBEV. Ajudamos eles a alcançar +50% de vendas de varejo e vejo que talvez pode funcionar para vocês também. Amanhã você tem 30 min no período da manhã ou tarde? Vou te apresentar o que eles fizeram.

Outros exemplos de mensagens de abordagem no LinkedIn

Estas mensagens de exemplo são todas genéricas e você deve adaptar para a sua área e empresa para obter os melhores resultados. Quanto menos você copiar e colar, melhor, não existe fórmula mágica, cada pessoa é uma pessoa.

As melhores mensagens são aquelas que os clientes percebem que falam diretamente com elas. Estes não são modelos de mensagens definitivas que funcionam 100% das vezes. Use estas sugestões de modelos para inspirar novas mensagens que chamem a atenção e que deixem as pessoas convencidas de falar com você.

Ofereça ajuda – Estou à disposição.

Uma mensagem de ajuda deixa sempre uma boa impressão e faz com que você seja lembrado por seus clientes em potencial.



Olá, [Nome]!

[Cite algo com base nas informações do perfil] [Ofereça ajuda]

[Não peça nada em troca (ainda)]

EXEMPLO PRÁTICO

Olá, Richard!

Parabéns por receber o prêmio de empreendedor do ano, fico impressionado com as pessoas que mergulham nesta área.

Se houver alguém na minha rede com quem você gostaria de falar, por favor, pergunte, e verei como posso colocá-lo em contato. Eu faço bastante contato no setor de tecnologia e posso indicá-lo.

O problema que você resolve

“Venda o problema que você resolve, não o produto.” Sempre foi uma frase que fez sentido para mim, então utilize este conceito para interagir:

Olá, [Nome]!

[Cite algo do perfil dela]. Eu trabalhei com vários [cargo do seu cliente em potencial]. A maioria deles [área que eles têm ponto forte], mas [ponto de dor comum].

Ajudei [o que você faz e o valor que ele cria].

Se [dor conhecida point] é algo com o qual você teve problemas, acho que posso ajudar. Se nós pudermos falar por [período], posso [benefício adicional].



Exemplo:

Olá, Soraya!

Concordo totalmente com o que você disse sobre o trabalho em equipe no seu perfil. Já trabalhei com vários palestrantes e profissionais nos últimos anos e a maioria deles se sai muito bem financeiramente, mas frequentemente perde negócios para seus concorrentes por não saberem abordar os clientes.

Recentemente ajudei um palestrante conhecido a melhorar sua abordagem e, como resultado, ele alcançou o dobro de faturamento.

Se você tiver interesse em saber como ele fez, posso explicar como isso funcionaria no seu caso em particular, e se não funcionar, eu vou dizer também para você não perder tempo. Vamos conversar?

Psicologia reversa

A maioria dos profissionais não gostam que falem o que devem fazer. Em 90% dos casos eles ignoram, então siga este modelo para contornar.

Olá, [Nome]!

[Incentive o cliente em potencial a fazer o que não deseja] [Motivo da sua abordagem]

[Chame para a ação]

EXEMPLO PRÁTICO

Olá, Richard!

Eu sei que você provavelmente irá ignorar esta mensagem, pois provavelmente recebe de várias outras pessoas, mas se você ler, gostaria de



explicar como você pode obter ou dobrar o seu volume de clientes na [NOME DA EMPRESA DELE].

Leva 20 minutos para explicar, e você pode implementar mesmo que eu não esteja presente.

Posso te ligar, se você tiver interesse.

Compartilhe artigos e ideias

Oferecer conteúdo relevante ajuda você a ser lembrado e aumenta as chances de resposta.

Olá, [Nome]!

Eu vi [notícias da empresa]. Isso me fez pensar sobre a possibilidade de [problema conhecido].

Encontrei este artigo sobre [assunto do artigo] que acho que pode ser útil: [link para o artigo]. O que você acha? [Questão específica]

Exemplo:

Olá, Marcel!

Eu li uma notícia sobre a sua empresa sobre a segunda sede em São Paulo. Isso me fez pensar sobre a possibilidade de redistribuir a equipe. Eu encontrei este artigo sobre o assunto e acredito que pode ser útil: www.link.com.br. O que você acha? Acredita que pode ajudar no processo?

Aproveite a brecha da concorrência



Olá, [Nome]!

[Motivo pelo qual você está entrando em contato que menciona a concorrência positivamente].

Eu executo um serviço quase exatamente o mesmo que [nome do concorrente], exceto [diferenciador principal], que significa [benefício principal].

[Oferta de teste sem risco]. Faz sentido para você?

Olá, Richard!

Acabei de notar que seu site está usando firewalls de software da IXP. E que com certeza está funcionando bem, pois é um produto muito bom. Eu executo um serviço quase exatamente o mesmo que o de IXP, exceto que em um modelo híbrido, o que significa que não há investimento inicial e necessidade de você obter licenças.

Muitas empresas, incluindo a CONCORRENTE X e CONCORRENTE Y, reduziram drasticamente os custos com o mesmo nível de serviço e sem problemas de migração. Se tiver interesse em testar por dois meses sem custo, deixe-me saber.

Destaque o seu melhor cliente

Olá, [Nome]!

Trabalhamos com [seus melhores clientes] no [setor-alvo] ano passado.

Eu acho que existe uma maneira de ajudá-lo [benefício atraente conhecido], sem [problema conhecido].

Vale uma conversa rápida?

EXEMPLO PRÁTICO



Olá, Richard!

Trabalhamos com a empresa CONCORRENTE/CONHECIDA no seu setor e acho que existe uma maneira de ajudá-los a ganhar mais na área X, sem aumentar seu orçamento.

Vale uma conversa rápida?

Quando não é o decisor, mas um influenciador

Conseguir que alguém de uma empresa indique com quem você deve falar e como entrar em contato com eles pode ser um atalho interessante para identificar e construir relacionamentos com os tomadores de decisão e influenciadores na jornada de compra.

Você pode conectar-se a essas pessoas no LinkedIn e usar uma abordagem parecida com esta a seguir.

Olá, [Nome]! [Contexto]

Você poderia me dizer quem é o responsável por garantir que [beneficie seu ideal que os clientes querem]?

Qual é a melhor maneira de entrar em contato com eles, por favor?

Exemplo:

Olá, Lucille! Obrigado por conectar.

Você poderia me dizer quem está encarregado de treinar seus novos vendedores? Especialmente em termos de fazer com que eles entreguem um ROI mais rápido? Qual é a melhor maneira de entrar em contato com eles?



Quando te indicam um contato

Olá, [Nome]!

Sou amigo do [nome da conexão mútua; e esta conexão deve conhecê-lo bem].

[Motivo da conexão mútua que você deve falar].

EXEMPLO PRÁTICO

Olá, Richard!

Sou amigo do Luís. Ele acha que eu poderia ajudar você no projeto de reestruturação de finanças. Você tem 30 minutos na próxima terça-feira para um bate-papo?

Ao envolver outras pessoas na sua mensagem, você pode aproveitar a psicologia a seu favor. As pessoas não gostam de deixar conhecidos sem resposta, principalmente indicações de pessoas que elas conhecem, mesmo que pouco. Um indivíduo está mais propenso a ouvir o que provém de um laço fraco do que aquilo que vem de laços fortes (familiares ou amigos íntimos). O fenômeno tem sido popularizado pelo professor de Harvard, Mark S. Granovetter, e é conhecido como “o poder dos laços fracos”.



3 - Mensagem de Encerramento

Sempre que um cliente potencial não demonstra interesse imediato, não significa que você não poderá vender no futuro ou oferecer outro tipo de solução, por isso a finalização dessa conversa é de suma importância para deixar a porta aberta para você voltar.

TEMPLATE

Richard, sem problemas. Entendi que não iremos avançar hoje por [motivo] mas conta comigo quando o tema for [SEU TEMA 1 e TEMA 2]. Voltaremos a falar no futuro.

EXEMPLO PRÁTICO

Richard, sem problemas. Entendi que não iremos avançar hoje por não ser a melhor oportunidade, mas conta comigo quando o tema for Prospecção e Marketing Digital. Voltaremos a falar no futuro.

4 - Mensagens de Engajamento

Olá, [Nome], [Contexto]

Parabéns pelo novo cargo/promoção. [Cite algo do perfil do cliente].

[Pergunta inicial que ajuda a qualificar o cliente]

EXEMPLO PRÁTICO

Olá, Richard, faz tempo que conectamos, mas ainda não tivemos a oportunidade de conversar. Parabéns pelo novo cargo/promoção. Neste novo cargo, você acredita que vá precisar de uma nova solução de ERP?



--

Olá, Richard, percebi que você curtiu um de meus conteúdos sobre o assunto X. Como tem visto este assunto? É algo que acontece em sua empresa?

Richard: Olá, Felipe! Sim, mas temos usado a solução X.

Felipe: Perfeito, você já pensou em utilizar o XPTO neste sentido?

Richard: De que maneira?

Felipe: Eu posso te mostrar, vamos agendar uma conversa por 30 minutos? Na quarta- feira às 10h funciona para você?

--

*Olá, [Nome],
Notei que acessou o meu perfil, procurando saber como [maior benefício que você entrega]. Se tiver interesse, podemos conversar.*

--



5 - Crie a sua própria abordagem

Tenha em mente que modelos são apenas scripts prontos e cada pessoa é uma pessoa, por isso, recapitulando a estrutura de uma mensagem de sucesso no LinkedIn:

- *Contexto*
- *Valor*
- *Chamada de ação*

Baseie-se nela para criar a sua própria abordagem e resposta. Dessa maneira você nunca perderá uma conversa.

O segredo está no follow-up

Lembre-se de que existem inúmeras razões pelas quais uma pessoa não pode responder à sua mensagem do LinkedIn; e somente algumas delas têm a ver com elas não estarem interessadas em você, sua abordagem ou em seu produto, ou serviço.

Como em todo processo de vendas B2B, o segredo está no follow-up. No processo de você acompanhar o cliente depois de enviar a mensagem, após interagir, após realizar qualquer ação de interação



com ele. Se você estiver em dúvida se deve ou não abordar novamente o cliente, é quando você deve fazer.

Há apenas duas coisas que você pode fazer sobre pessoas que não respondem você no LinkedIn: 1) Tentar em outro meio (e-mail ou telefone). Se você tentar de forma educada e profissional, para ajudar essa pessoa, você não está incomodando. Motivo que elas vão admirar e respeitar sua persistência; ou 2) Passar para o próximo. Existem tantos clientes potenciais disponíveis on-line que não adianta parar em um, vá para o próximo. Em algum momento a casualidade se encarrega de trazê-lo de volta caso ele realmente seja um cliente potencial.

Precisa validar os seus scripts ou tem dúvidas?

Converse agora no Whatsapp, clique no link: <https://wa.me/5511999701537>

Melhore as vendas. Aprenda Social Selling.

com Felipe Matheus - Autor e Especialista pioneiro no Brasil



Felipe Matheus
Transformando Vendas com Digital

LinkedIn Sales Solutions
PARCEIRO DE TREINAMENTO APROVADO

