DL DANTE LOPES

VENDAS · FOLLOW-UP · ALTO PADRÃO

O Follow-up que *fecha*.

Os princípios que uso para transformar orçamento parado em venda — no mobiliário de alto padrão, onde o cliente decide devagar e compra de quem está presente.

> *A venda de alto padrão quase nunca se perde no "não". Ela se perde no silêncio.*

/ 001 — O PROBLEMA

Onde a venda *morre*.

O cliente gostou da peça, pediu orçamento, disse que ia pensar — e sumiu. Não porque desistiu, mas porque a vida dele seguiu e ninguém da loja seguiu junto.

Na maioria das lojas de móveis, o orçamento é o fim do atendimento. No alto padrão, ele é o começo da parte mais importante da venda.

01

O eterno “vou pensar”

Sem próximo passo combinado, o orçamento vira um PDF esquecido no WhatsApp do cliente.

02

O follow-up que irrita

“E aí, conseguiu ver?” não ajuda o cliente a decidir. Só lembra que você quer vender.

03

A venda sem motivo

Quando ninguém registra por que o negócio esfriou, a loja repete o mesmo erro no mês seguinte.

Follow-up não é cobrar o cliente. É ajudá-lo a tomar uma decisão que ele já quer tomar.

O PRINCÍPIO POR TRÁS DE TUDO

Cinco regras que *mudam o jogo*.

01
AGENDA

Nenhum orçamento sai sem data marcada.

O follow-up começa antes do "vou pensar". Ao enviar a proposta, combine com o cliente o próximo contato — dia e horário.

EXEMPLO

"Te mando a proposta hoje. Posso te ligar quinta, às 18h, pra passar item por item com você?"

02
VOZ

Ligue. Mensagem informa, ligação conecta.

O cliente de alto padrão está acostumado a ser bem tratado. Uma ligação mostra que ele não é mais um na fila — e revela objeções que nunca chegariam por texto.

03
VALOR

Todo contato entrega algo novo.

Se você não tem nada a acrescentar, não é follow-up — é cobrança. Leve uma foto, uma ideia, uma informação que aproxime o cliente da decisão.

EM VEZ DE

~~*"Oi! E aí, conseguiu ver o orçamento?"*~~

TENTE

"Separei a foto dessa mesma madeira já instalada numa casa com luz parecida com a sua. Olha como fica."

04
URGÊNCIA

Urgência real, nunca pressão inventada.

"Promoção só hoje" desvaloriza o alto padrão. Prazo de produção e data da obra são urgências verdadeiras — e o cliente agradece por lembrar.

EXEMPLO

"A produção dessa linha leva 45 dias. Se a mudança é em dezembro, a gente precisa fechar até o dia 20 para garantir."

05

DESFECHO

Todo negócio termina com um motivo — e ninguém é esquecido.

Fechou, perdeu ou esfriou: registre o porquê. E quem esfriou volta para a fila de contato. **Relacionamento parado é dinheiro parado.**

/ 003 — A CADÊNCIA

Um exemplo de *ritmo*.

Follow-up bom tem cadência: nem tão espaçado que o cliente esquece, nem tão colado que ele se sente perseguido.

DIA 0

Envio + ligação de apresentação

O orçamento é apresentado conversando, nunca só enviado.

DIA 2

Ligação de dúvidas

Hora de ouvir: o que ficou em aberto, quem mais participa da decisão.

DIA 5

Contato de valor

Algo novo: uma foto, uma composição, uma solução para a objeção que apareceu.

DIA 10

Urgência real

Prazo de produção, agenda de entrega, data da obra.

DIA 30+

Reativação

Quem esfriou volta para a lista — com um motivo novo para conversar.

O QUE FICOU DE FORA DESTE MATERIAL

Os princípios são o “o quê”. O resultado vem do “como”.

- ☐ Os scripts para cada etapa da cadência
- ☐ Como responder às objeções mais comuns
- ☐ Como estruturar o funil no CRM
- ☐ Os números que mostram onde a venda trava
- ☐ A rotina diária que faz o time cumprir
- ☐ Como reativar cliente e arquiteto parado

DL DANTE LOPES

/ 004 — PRÓXIMO PASSO

Quer o método *completo*?

Este material mostra a lógica. No curso, eu entrego o processo inteiro que aplico na Fratelli House desde 2017 — do primeiro contato ao fechamento, com o follow-up no centro.

CURSO ONLINE

Vendas de Alto Padrão

- → Aulas gravadas, do posicionamento ao fechamento
- → Funil e follow-up estruturados, com scripts prontos para adaptar
- → Estude no seu ritmo, quantas vezes quiser

CONHECER O CURSO →

Prefere conversar? Me chama no direct @dantelopesbr com a palavra **FOLLOW-UP**.