

[E-BOOK]

# Mapa de Estratégias Comerciais

*O que líderes comerciais podem aprender com a MRV*

PODCAST VENDAMAIS #121



PODCAST

## **COMO ESCALAR VENDAS COM INTELIGÊNCIA: LIÇÕES DA MRV PARA LÍDERES INQUIETOS**

com **Thiago Ely**



Apresentado por  
**Marcelo Caetano Raul Candeloro**

**Material exclusivo**



## ***Olá, queridos Espectadores do Podcast VendaMais!***

É sempre um prazer ter vocês aqui com a gente :)

No episódio #121 do Podcast VendaMais, Marcelo Caetano recebe Thiago Ely, VP Comercial e de Marketing da MRV, para uma conversa franca, prática e incrivelmente rica sobre inteligência comercial aplicada à realidade.

Para aprofundar ainda mais esse conteúdo, desenvolvemos este mini e-book prático com lições para ajudar líderes e equipes a venderem melhor, com mais consistência e propósito.

Este material é um mapa para:

- ✓ Envolver as áreas certas nas decisões estratégicas.
- ✓ Parar de empurrar produto ruim para o time de vendas.
- ✓ Reforçar a gestão da carteira e da indicação como canais de alta conversão.
- ✓ Integrar inteligência de vendas em toda a operação.
- ✓ Evitar desperdício de leads por desorganização ou falta de processo.
- ✓ Construir uma cultura de aprendizado e teste constante.
- ✓ Reposicionar o papel da liderança no crescimento comercial.

Boa leitura e vamos juntos transformar conhecimento em ação! 🚀

## 1) O funil começa antes

Por que produto é uma decisão comercial.

Se você acredita que o funil de vendas começa quando o lead chega... está olhando só a metade do processo.

Empresas que atuam com produtos ou soluções complexas (como imóveis, tecnologia, equipamentos, franquias, serviços corporativos, entre outros) sabem que o sucesso comercial começa muito antes da primeira proposta.

Em muitos modelos de negócio, o ponto de partida não está no marketing nem na pré-venda, mas em decisões estratégicas feitas meses (ou até anos) antes — como o desenvolvimento de um novo produto, a escolha de uma localização, a definição de uma linha de serviço ou o planejamento de portfólio.

Se essas decisões forem tomadas de forma isolada, sem escuta ativa do cliente e sem a participação do comercial, o risco é sempre o mesmo:

- ❑ Lançar um produto que ninguém quer,
- ❑ Precificar errado,
- ❑ Sobrecarregar a equipe de vendas com algo que não entrega valor.

## O que isso significa na prática?

Significa que produto não é responsabilidade de uma área só.

A decisão sobre o que será vendido, para quem, como, e por quanto, deve ser construída com a participação de:

- Comercial, que entende o cliente;
- Marketing, que capta sinais do mercado e gera demanda;
- Desenvolvimento de produto, que precisa estar aberto à escuta externa;
- Financeiro, para garantir viabilidade;
- Operações, que viabilizam a entrega.

Quando essas áreas trabalham de forma integrada desde o início, a empresa evita erros caros, melhora a conversão e reduz atritos internos. É o tipo de inteligência que não depende de uma área específica, mas nasce da colaboração estruturada.

Essa lógica pode (e deve) ser aplicada em qualquer empresa que:

- ✓ Tem múltiplas áreas envolvidas na entrega;
- ✓ Depende de vendas consultivas;
- ✓ Sofre com produtos “empurrados” para o time comercial;
- ✓ Quer aumentar conversão sem depender só de marketing e esforço de venda.

### Refleta com seu time:

1. Onde realmente começa o seu funil de vendas?
2. Quem participa das decisões de produto, oferta ou lançamento?
3. Seu time comercial tem voz antes ou só recebe o desafio pronto?
4. Seu produto/serviço atual nasceu de escuta ou de palpite?

## 2) Do vendedor herói ao processo inteligente

O que realmente escala em vendas complexas.

Durante muito tempo, escalar vendas significava contratar mais vendedores. Ou contar com aquele talento raro que “fecha qualquer coisa”.

Só que esse modelo entrou em colapso. Porque heróis cansam. E processos ruins viram buracos negros de energia, tempo e dinheiro.

As empresas que escalam de verdade têm algo em comum: **Elas constroem processos que não dependem de talentos isolados.**

E isso não significa engessar. Significa criar estruturas que sustentam a performance, mesmo com rotatividade, mudanças no mercado ou canais de aquisição imprevisíveis.

A realidade de quem vende (e lidera) hoje:

- Funis caóticos, com leads vindo de canais distintos (mídia, parcerias, relacionamento, indicação);
- Clientes mais exigentes, menos pacientes e com jornadas não-lineares;
- Times comerciais cada vez mais heterogêneos e em constante renovação;
- Pressão por margem e resultados sustentáveis, não só volume.

## O risco de romantizar o talento

Ter vendedores talentosos é ótimo.

Depender exclusivamente deles é um risco enorme.

Empresas que se apoiam apenas em “estrelas da linha de frente” tendem a:

- ✗ Engessar o crescimento
- ✗ Sofrer com rotatividade
- ✗ Criar culturas de informalidade e baixa colaboração
- ✗ Perder escala e previsibilidade

Já as empresas que constroem processos inteligentes, ganham:

- ✓ Eficiência mesmo com times em formação
- ✓ Velocidade de aprendizado com dados reais
- ✓ Maior conversão com menos esforço
- ✓ Menor dependência de “achismos” e improviso

### Para aplicar agora:

1. Seu processo comercial é claro o suficiente para alguém novo performar em 90 dias?
2. Você tem indicadores de qualidade no atendimento (não só quantidade de leads)?
3. Quais partes do processo ainda dependem de pessoas específicas (e por quê)?
4. Você está priorizando encantamento ou volume?

### **3) Produto que não vende é culpa de quem?**

Como sair da cultura do “empurra pro comercial” e construir ofertas que convertem.

Quando uma venda não acontece, a pergunta vem rápida:  
“O que o comercial está fazendo de errado?”

Mas e se a pergunta correta fosse outra?  
“Será que essa solução deveria mesmo estar sendo vendida?”

Produto ruim vira problema comercial, mas a origem do erro quase nunca está nas vendas.

Esse é um padrão que se repete em empresas de todos os setores:

- Produto mal posicionado;
- Preço incoerente com o mercado;
- Promessa desalinhada com a entrega;
- Falta de diferenciação;
- E tudo isso acaba virando pressão e cobrança em cima do time comercial.

## **Inverter a lógica: produto é parte da estratégia comercial**

As empresas inteligentes já entenderam: Desenvolver produto é, também, uma responsabilidade comercial.

Ou, no mínimo, exige cocriação estruturada com as áreas de vendas e atendimento.

Na prática, isso significa:

- Ouvir o cliente antes de lançar;
- Coletar dados de objeções;
- Analisar feedbacks de pré e pós-venda;
- Testar microversões antes do grande lançamento;
- Refletir: “Esse produto gera desejo ou só foi viável internamente?”

Essa escuta contínua melhora não só a conversão, mas também a eficiência de todo o processo comercial — do lead ao encantamento.

### **Para a liderança discutir:**

1. Quais produtos ou serviços atuais têm dificuldade de venda? Por quê?
2. O time de vendas participou das decisões estratégicas desses produtos?
3. Quando foi a última vez que você ouviu um cliente antes de lançar algo novo?
4. Você considera que o seu “mix” está otimizando ou travando o seu funil?

## 4) Leads não atendidos, oportunidades desperdiçadas

Imagine investir alto em mídia, equipe de marketing, presença digital e geração de demanda e diversos leads gerados nunca são sequer atendidos. Essa é a realidade em muitas empresas.

Esse tipo de ineficiência vai consumindo silenciosamente tempo, dinheiro e moral do time.

Nos últimos anos, muitas empresas se viciaram em volume:

- Mais tráfego;
- Mais campanhas;
- Mais leads;
- Mais SDRs.

Mas a conta não fecha se:

- ✗ o lead entra e ninguém responde rápido;
- ✗ o contato é superficial e genérico;
- ✗ o funil não tem critérios de priorização;
- ✗ o cliente some e ninguém faz follow-up.

A consequência?

- ☒ Conversão baixa;
- ☒ Custo de aquisição altíssimo;
- ☒ Times sobrecarregados e desorganizados;
- ☒ Pressão desnecessária por mais investimento.

## O que resolve: inteligência no funil e obsessão por encantamento

“Se eu entrego o lead mais pronto e aderente, meu corretor vende mais, se engaja mais e fica com a empresa.”

Thiago Ely

O segredo não está em automatizar tudo nem terceirizar o problema.

Está em desenhar um funil que privilegia qualidade, prontidão e persistência.

Isso exige:

- ✓ Atendimento ágil (especialmente nas primeiras horas);
- ✓ Segmentação por perfil e estágio de decisão;
- ✓ Processos claros de follow-up;
- ✓ Mapeamento de canais com melhor ROI;
- ✓ Uso da IA como apoio, não substituto;
- ✓ Uma cultura comercial orientada a encantar, não apenas converter.

### Para revisar agora no seu processo:

1. Quantos leads você está desperdiçando por falta de atendimento?
2. Qual o tempo médio entre o lead entrar e ser respondido?
3. Seus vendedores sabem como priorizar leads?
4. Você está usando a tecnologia para organizar ou apenas automatizar a desordem?

## **5) Indicação e carteira: o ouro invisível da conversão**

Como parar de ignorar o ativo mais valioso do time de vendas.

O funil que mais converte não é o da rede social, nem o de mídia paga. É o da indicação.

E sabe qual é o segundo mais potente? A carteira ativa — aquele cliente que já conversou, já avançou ou até comprou, mas está mal nutrido ou mal acompanhado.

O problema é que esses dois canais são, muitas vezes, os mais negligenciados pelas equipes comerciais.

Enquanto todo mundo corre atrás do “lead novo da semana”, o ouro continua enterrado bem debaixo do tapete.

### **A lógica invertida do comercial eficiente**

Os vendedores de alta performance têm um padrão: Eles geram menos leads, mas convertem muito mais. Por quê?

- Sabem cuidar da carteira com consistência;
- Estabelecem relações de confiança no longo prazo;
- Pedem indicações com naturalidade e critério;
- Acompanham o cliente até o momento da decisão, mesmo que leve meses;
- Fazem mais com menos, porque entendem que vender é construir, não apenas empurrar.

## **A pergunta que precisa ser feita:**

“Por que minha equipe ainda não pede indicação de forma estruturada?”

A maioria dos líderes reconhece o poder da indicação. Mas poucos têm um processo claro para isso.

Sem processo, o resultado vira exceção. E a empresa segue refém da sorte ou do talento individual.

## **Estratégias para destravar sua mina de ouro:**

- ✓ Treine seu time para pedir indicação de forma profissional;
- ✓ Crie rituais semanais de contato com a carteira ativa;
- ✓ Valorize quem indica;
- ✓ Use sistemas simples de acompanhamento;
- ✓ Gatilhe o follow-up com base no momento de vida do cliente;
- ✓ Incentive o encantamento no lugar da pressão.

## **Para revisar com o time comercial:**

1. Quantas indicações seu time gera por mês?
2. Quantas oportunidades reais vêm da carteira ativa?
3. Existe um processo de nutrição de clientes indecisos?
4. Seu time sabe quando e como pedir uma indicação?

## **6) Testar, aprender e adaptar**

Um dos principais diferenciais das empresas que crescem de forma consistente é a capacidade de testar com agilidade, aprender com velocidade e adaptar com inteligência.

Essa mentalidade de experimentação estruturada aparece com força no episódio — especialmente quando se fala sobre canais, formatos, produtos e expansão de mercado.

### **O antídoto contra achismo, vaidade e fórmulas prontas**

Em tempos de incerteza, os piores inimigos da performance são:

- Certezas absolutas ("isso nunca funciona aqui");
- Vieses ocultos que viram verdades não testadas;
- Dependência de fórmulas que funcionaram no passado;
- Medo de errar — e por isso, inércia.

Empresas que se destacam experimentam e fazem isso com método:

- Criam hipóteses;
- Testam rápido;
- Medem impacto;
- Aprendem com o erro;
- Escalam o que deu certo.

Seja com canais novos de aquisição, com ações de guerrilha, com ajustes em produtos ou no pitch comercial — testar é a única forma de aprender antes da concorrência.

## A mentalidade que muda o jogo

O líder comercial do futuro não é o que sabe todas as respostas.

É o que cria os ambientes certos para as respostas emergirem.

- ✓ Ele desafia a empresa a ouvir o cliente com frequência.
- ✓ Ele incentiva a experimentação com responsabilidade.
- ✓ Ele questiona “certezas” que não foram validadas.
- ✓ Ele conecta áreas para tomar decisões melhores.
- ✓ Ele vê cada fracasso como um aprendizado com ROI.

### Para levar como missão:

- O que sua equipe testou nos últimos 30 dias?
- Você está cultivando uma cultura que premia o acerto... ou o aprendizado?
- Qual foi a última hipótese que você comprovou com dados, e não com achismos?
- Quais "verdades" internas precisam ser desafiadas com fatos?

Este e-book nasceu de uma conversa.

Mas pode (e deve) se tornar um plano de ação na sua operação.

Porque para escalar vendas com consistência e margem não existe uma fórmula mágica, nem talento heroico.

É preciso construir um sistema onde:

- Produto nasce com propósito
- Vendas se integram à estratégia
- Leads são respeitados (não apenas gerados)
- A carteira vira ativo, não esquecimento
- E a liderança cria clareza, não pressão

**Que você use esse conteúdo como bússola.** Para desafiar velhos hábitos, revisar o que merece ser mantido — e liderar com mais inteligência comercial no dia a dia.

Quer aplicar esses aprendizados no seu time?

A VendaMais ajuda líderes e equipes comerciais a crescer com método, clareza e alta performance, sem fórmulas prontas.

👉 Conheça nossos treinamentos, workshops e ferramentas práticas para transformar seu comercial em um time mais inteligente, consistente e rentável.

Fale conosco: [\(41\) 99239-0796](tel:(41)99239-0796) | [vendamais.com.br](http://vendamais.com.br)

## Quer continuar crescendo e aprendendo?

Aproveite para maratonar os outros episódios do Podcast VendaMais e ficar por dentro dos mais variados assuntos do universo das vendas!

Você com certeza vai aprender coisas novas e ter ideias importantes que podem ajudar você e o seu time a vender cada vez mais e melhor.

### Alguns episódios que você não pode perder:

