

RETORNA DIGITAL

Kit de Prompts para Vendas e Atendimento

30 prompts prontos para abordar, vender, atender e reativar clientes com mais clareza usando inteligência artificial.

GRÁTIS

Comunicação comercial melhor, sem spam e sem promessas inventadas.

Como usar este kit

Escolha o cenário mais próximo da sua conversa, substitua os campos entre **[colchetes]** e forneça à IA apenas informações verdadeiras.

Importante: estes prompts foram desenhados para melhorar mensagens e atendimento. Respeite consentimento, contexto e pedidos para não receber novos contatos.

1	Escolha o cenário
2	Adicione contexto real
3	Gere uma versão
4	Revise antes de enviar

Posicionamento e preparação

01 Definir proposta de valor

Objetivo: Explicar claramente por que alguém deveria comprar de você.

Atue como estrategista comercial.

Meu produto ou serviço é [PRODUTO].

Meu público é [PÚBLICO].

Ele resolve [PROBLEMA].

Meus principais diferenciais são [DIFERENCIAIS].

Crie uma proposta de valor clara e específica.

Entregue:

- frase principal;
- 3 benefícios concretos;
- principais diferenciais;
- versão curta para bio;
- versão para apresentação comercial.

Evite frases genéricas como "qualidade e excelência".

Dica: Use benefícios observáveis pelo cliente, não apenas funcionalidades.

02 Criar perfil de cliente ideal

Objetivo: Definir quem tem maior chance de comprar.

Ajude-me a definir o perfil de cliente ideal para [PRODUTO/SERVIÇO].

Contexto do negócio:

[CONTEXTO]

Descreva:

- tipo de cliente;
- porte ou momento;
- problema principal;
- sinais de necessidade;
- possíveis objeções;
- gatilhos que indicam momento de compra;
- quem provavelmente não é um bom cliente.

Não invente dados de mercado. Baseie a resposta apenas no contexto fornecido.

Dica: Quanto mais específico o perfil, mais fácil será personalizar a abordagem.

03 Mapear dores e desejos

Objetivo: Entender o que realmente move o cliente.

Meu público é [PÚBLICO].
Eu vendo [PRODUTO/SERVIÇO].

Liste as principais:

- dores;
- frustrações;
- desejos;
- riscos percebidos;
- resultados esperados;
- dúvidas antes da compra.

Depois transforme cada item em uma possível mensagem comercial curta.

Evite exageros e promessas que eu não consiga comprovar.

Dica: Use conversas reais de clientes como contexto sempre que possível.

04 Criar perguntas de diagnóstico

Objetivo: Conduzir uma conversa comercial útil.

Crie 12 perguntas de diagnóstico para uma conversa com um potencial cliente interessado em [PRODUTO/SERVIÇO].

As perguntas devem me ajudar a entender:

- situação atual;
- problema;
- impacto;
- urgência;
- solução já utilizada;
- orçamento ou restrições;
- processo de decisão.

Organize em uma sequência natural.

Evite interrogatório e perguntas invasivas.

Dica: Não faça todas as perguntas de uma vez. Use-as como guia para a conversa.

05 Preparar argumento comercial

Objetivo: Organizar a venda sem soar decorado.

Crie uma estrutura de argumento comercial para [PRODUTO/SERVIÇO].

Público: [PÚBLICO]

Problema resolvido: [PROBLEMA]

Principais benefícios: [BENEFÍCIOS]

Preço ou modelo comercial: [PREÇO/MODELO]

Estruture em:

1. contexto;
2. problema;
3. consequência;
4. solução;
5. benefício;
6. prova disponível;
7. próximo passo.

Não invente provas, clientes ou resultados.

Dica: Troque qualquer prova genérica por evidência real antes de usar.

Primeira abordagem

06 Primeira mensagem comercial

Objetivo: Iniciar uma conversa sem parecer spam.

Escreva uma primeira abordagem comercial para [TIPO DE CLIENTE].

Quero apresentar [PRODUTO/SERVIÇO].

Contexto que sei sobre o contato:
[CONTEXTO REAL]

A mensagem deve:

- ser curta;
- demonstrar por que estou entrando em contato;
- mencionar um problema relevante;
- evitar pressão;
- terminar com uma pergunta simples.

Não invente informações pessoais sobre o contato e não use falsa intimidade.

Dica: Personalize usando apenas informações comerciais públicas ou fornecidas pelo próprio contato.

07 Abordagem por WhatsApp

Objetivo: Criar uma mensagem curta e natural.

Crie uma mensagem inicial de WhatsApp para oferecer [PRODUTO/SERVIÇO].

Público: [PÚBLICO]

Motivo do contato: [MOTIVO]

Benefício principal: [BENEFÍCIO]

A mensagem deve ter no máximo 5 linhas e terminar com uma pergunta de baixo compromisso.

Evite textos promocionais longos, excesso de emojis e urgência falsa.

Dica: No WhatsApp, uma pergunta simples geralmente funciona melhor que um texto longo.

08 Abordagem por e-mail

Objetivo: Criar um e-mail comercial enxuto.

Escreva um e-mail frio curto para [PÚBLICO].

Produto ou serviço: [PRODUTO]

Problema que resolvo: [PROBLEMA]

Contexto relevante: [CONTEXTO]

Próximo passo desejado: [PRÓXIMO PASSO]

Crie:

- 3 opções de assunto;
- corpo com até 120 palavras;
- CTA simples.

Não invente relacionamento prévio ou resultados.

Dica: Prefira assuntos específicos ao negócio do destinatário em vez de clickbait.

09 Abordagem baseada em problema observado

Objetivo: Conectar a oferta a uma necessidade concreta.

Observei o seguinte problema ou oportunidade em um potencial cliente:

[OBSERVAÇÃO]

Eu ofereço:

[PRODUTO/SERVIÇO]

Crie uma abordagem respeitosa que:

- explique a observação sem atacar;
- mostre o possível impacto;
- apresente minha solução brevemente;
- convide para conversar.

Não trate suposições como fatos.

Dica: Se você não tem certeza da causa do problema, formule como hipótese.

10 Pedido de indicação

Objetivo: Pedir referências sem constranger.

Crie uma mensagem para pedir indicação a um cliente ou contato satisfeito.

Contexto:
[CONTEXTO]

Estou procurando:
[PERFIL DE CLIENTE]

A mensagem deve:

- agradecer;
- explicar quem estou buscando;
- facilitar a indicação;
- deixar claro que não há obrigação.

Crie uma versão para WhatsApp e uma para e-mail.

Dica: Peça indicação de um perfil específico, não apenas 'alguém que precise'.

Follow-up

11 Follow-up após primeira abordagem

Objetivo: Retomar uma conversa sem pressionar.

Crie um follow-up para uma pessoa que recebeu minha primeira mensagem sobre [PRODUTO/SERVIÇO], mas ainda não respondeu.

Mensagem anterior:
[MENSAGEM]

Quero:

- ser breve;
- acrescentar valor;
- evitar culpa ou cobrança;
- dar uma saída fácil caso não haja interesse.

Crie 3 versões com tons diferentes.

Dica: Não envie várias mensagens em sequência. Respeite o tempo e o canal do contato.

12 Follow-up após orçamento

Objetivo: Retomar uma proposta enviada.

Enviei este orçamento ou proposta:

[RESUMO]

Data aproximada do envio:
[DATA]

Crie uma mensagem de follow-up perguntando se o cliente conseguiu avaliar.

Inclua:

- referência à proposta;
- abertura para dúvidas;
- próximo passo simples;
- possibilidade de encerrar a conversa sem constrangimento.

Não crie urgência falsa.

Dica: Se houver validade real da proposta, informe a data exata.

13 Follow-up com conteúdo útil

Objetivo: Retomar contato entregando algo relevante.

Quero fazer follow-up com um potencial cliente interessado em [ASSUNTO].

Meu produto é [PRODUTO].

Crie uma mensagem que retome a conversa oferecendo uma informação, dica, checklist ou insight útil relacionado ao problema do cliente.

Não force a venda.

Finalize com uma pergunta natural.

Dica: Use material realmente útil e relacionado à conversa anterior.

14 Reativar lead antigo

Objetivo: Voltar a falar com alguém que já demonstrou interesse.

Crie uma mensagem para reativar um lead que conversou comigo há [TEMPO] sobre [PRODUTO/SERVIÇO].

Motivo relevante para retomar agora:
[MOTIVO]

A mensagem deve:

- lembrar brevemente o contexto;
- explicar por que estou retomando;
- perguntar se ainda faz sentido conversar;
- evitar pressão.

Não invente uma urgência que não exista.

Dica: Um evento real, mudança no produto ou necessidade recorrente torna a retomada mais natural.

15 Encerrar sequência de follow-up

Objetivo: Fechar a conversa com respeito.

Crie uma mensagem final de follow-up para um contato que não respondeu às últimas tentativas.

Produto: [PRODUTO]

Contexto: [CONTEXTO]

A mensagem deve ser educada, curta e deixar claro que não continuarei insistindo.

Mantenha a porta aberta caso a pessoa queira retomar no futuro.

Crie 3 opções.

Dica: Um bom encerramento protege a reputação e evita transformar follow-up em spam.

Objeções e negociação

16 Responder 'está caro'

Objetivo: Tratar preço sem desvalorizar a oferta.

O cliente respondeu: "Está caro."

Meu produto é [PRODUTO].

Preço: [PREÇO]

Benefícios reais: [BENEFÍCIOS]

Alternativas disponíveis, se houver: [ALTERNATIVAS]

Crie uma resposta que:

- reconheça a preocupação;
- procure entender o contexto;
- reforce valor sem atacar concorrentes;
- apresente alternativas somente se forem reais;
- não ofereça desconto automaticamente.

Dica: Antes de defender o preço, descubra com o cliente o que está sendo comparado.

17 Responder 'vou pensar'

Objetivo: Manter a conversa aberta sem pressionar.

O cliente disse: "Vou pensar."

Contexto da proposta:

[CONTEXTO]

Crie uma resposta curta que:

- respeite a decisão;
- pergunte se existe alguma dúvida específica;
- combine um próximo contato apenas se fizer sentido;
- evite pressão.

Crie 3 versões.

Dica: Às vezes 'vou pensar' é uma objeção; outras vezes a pessoa realmente precisa de tempo.

18 Responder 'já uso outra solução'

Objetivo: Explorar diferença sem desmerecer concorrentes.

O potencial cliente disse que já utiliza [SOLUÇÃO ATUAL].

Eu ofereço [MINHA SOLUÇÃO].

Meus diferenciais reais são:
[DIFERENCIAIS]

Crie uma resposta que:

- reconheça a solução atual;
- faça 2 perguntas para entender satisfação e lacunas;
- apresente diferenças relevantes;
- não ataque o concorrente;
- não invente limitações da solução atual.

Dica: A meta pode ser descobrir se existe uma lacuna, não necessariamente substituir o concorrente.

19 Responder 'não é prioridade agora'

Objetivo: Entender timing e manter relacionamento.

O cliente disse que [PRODUTO/SERVIÇO] não é prioridade agora.

Crie uma resposta que:

- reconheça o momento;
- pergunte, de forma opcional, quando faria mais sentido retomar;
- ofereça um material ou caminho útil, se aplicável;
- não tente criar urgência artificial.

Dica: Se houver um evento futuro previsível, registre uma data adequada para retomar.

20 Comparar proposta com concorrente

Objetivo: Explicar diferenças com transparência.

O cliente está comparando minha oferta com [CONCORRENTE/ALTERNATIVA].

Informações comprovadas sobre minha oferta:
[MINHA OFERTA]

Informações comprovadas sobre a alternativa:
[ALTERNATIVA]

Crie uma comparação neutra focada em:

- preço;
- escopo;
- facilidade;
- suporte;
- limitações;
- perfil para o qual cada opção faz sentido.

Não invente dados ausentes e não ataque o concorrente.

Dica: Uma comparação honesta aumenta confiança, mesmo quando sua solução não é a melhor para todos.

Atendimento e suporte

21 Responder cliente insatisfeito

Objetivo: Desarmar tensão e buscar solução.

Um cliente enviou esta reclamação:

[RECLAMAÇÃO]

Informações que possuo:

[CONTEXTO]

Crie uma resposta que:

- reconheça o problema;
- não admita fatos que ainda não foram verificados;
- demonstre disposição para investigar;
- peça apenas as informações necessárias;
- informe o próximo passo.

Use tom humano e direto.

Dica: Não prometa prazo ou solução que você não consegue cumprir.

22 Explicar algo técnico para cliente

Objetivo: Traduzir tecnologia em linguagem simples.

Preciso explicar o seguinte assunto técnico:

[ASSUNTO]

Para um cliente com este nível de conhecimento:

[NÍVEL]

Crie uma explicação curta usando linguagem simples.

Inclua:

- o que é;
- por que importa;
- impacto no cliente;
- próximo passo, se houver.

Evite jargão desnecessário.

Dica: Se um termo técnico for inevitável, explique-o em uma frase.

23 Responder dúvida recorrente

Objetivo: Criar resposta reutilizável sem parecer robótica.

Esta dúvida aparece frequentemente no atendimento:

[DÚVIDA]

Resposta correta:

[INFORMAÇÕES]

Crie:

- resposta curta para WhatsApp;
- resposta detalhada para e-mail ou central de ajuda;
- versão de uma frase para FAQ.

Não altere as informações fornecidas.

Dica: Salve respostas recorrentes como base, mas personalize quando o contexto exigir.

24 Pedir informações faltantes

Objetivo: Obter dados sem irritar o cliente.

Para resolver a solicitação do cliente, preciso destas informações:

[INFORMAÇÕES NECESSÁRIAS]

Contexto:

[CONTEXT0]

Crie uma mensagem clara explicando:

- o que preciso;
- por que preciso;
- como o cliente pode enviar.

Evite pedir dados que não sejam necessários para resolver o problema.

Dica: Uma lista curta costuma reduzir idas e voltas no atendimento.

25 Transformar resposta técnica em mensagem humana

Objetivo: Melhorar clareza e tom.

Reescreva a resposta abaixo para um cliente:

[RESPOSTA TÉCNICA]

Preserve todos os fatos.

Melhore:

- clareza;
- empatia;
- linguagem;
- organização;
- próximo passo.

Não prometa nada que não esteja no texto original.

Dica: Ótimo para transformar respostas internas em comunicação externa.

Pós-venda, retenção e reativação

26 Mensagem de pós-venda

Objetivo: Acompanhar o cliente depois da compra.

Crie uma mensagem de pós-venda para alguém que comprou [PRODUTO/SERVIÇO].

Momento do envio: [QUANDO]

Próximo passo esperado do cliente: [PRÓXIMO PASSO]

A mensagem deve:

- agradecer;
- confirmar o que acontece agora;
- oferecer ajuda;
- reduzir dúvidas iniciais.

Evite tentar vender outra coisa imediatamente.

Dica: Um bom pós-venda reduz suporte e aumenta confiança.

27 Pedir feedback

Objetivo: Coletar opinião de maneira objetiva.

Crie uma mensagem para pedir feedback sobre [PRODUTO/SERVIÇO].

O cliente utilizou o produto por aproximadamente [TEMPO].

Faça no máximo 3 perguntas:

- experiência geral;
- principal benefício ou dificuldade;
- o que poderia melhorar.

Crie uma versão curta para WhatsApp.

Dica: Perguntas específicas geram respostas mais úteis do que 'o que achou?'.

28 Pedir depoimento sem induzir

Objetivo: Transformar satisfação em prova social autêntica.

Quero pedir um depoimento a um cliente satisfeito com [PRODUTO/SERVIÇO].

Crie uma mensagem curta solicitando um relato espontâneo.

Sugira perguntas opcionais para ajudá-lo:

- qual problema tinha;
- como foi a experiência;
- qual resultado percebeu.

Não escreva o depoimento pelo cliente e não induza uma avaliação positiva.

Dica: Use o depoimento somente com autorização do cliente.

29 Reativar cliente antigo

Objetivo: Criar uma nova oportunidade de relacionamento.

Quero voltar a falar com um cliente que comprou [PRODUTO/SERVIÇO] há [TEMPO].

Existe este motivo real para retomar:
[MOTIVO]

Crie uma mensagem que:

- relembre a relação;
- explique o motivo do contato;
- faça uma oferta ou convite somente se fizer sentido;
- permita que o cliente recuse facilmente.

Evite mensagem genérica em massa.

Dica: Manutenção, renovação, reposição e novidades reais são bons motivos para reativação.

30 Identificar próxima oferta adequada

Objetivo: Encontrar oportunidades sem empurrar produtos.

Um cliente já comprou:

[COMPRA ANTERIOR]

Informações relevantes:

[CONTEXTO]

Meu catálogo atual contém:

[PRODUTOS/SERVIÇOS]

Analise quais ofertas, se houver, podem ser úteis para esse cliente.

Para cada sugestão:

- explique a relação com a compra anterior;
- indique o benefício;
- diga em que momento abordar;
- descarte ofertas sem relação clara.

Não invente necessidades do cliente.

Dica: Venda adicional funciona melhor quando é consequência lógica do que o cliente já precisa.

Boas práticas

- Personalize mensagens usando informações reais.
- Não invente relacionamento, urgência, prova social ou resultados.
- Respeite pedidos para não receber novas mensagens.
- Prefira qualidade e contexto a volume de contatos.
- Revise preços, prazos e condições antes de enviar.

RETORNA DIGITAL

**Ferramentas prontas para trabalhar,
vender e automatizar.**

Este material faz parte da coleção gratuita da Retorna Digital.

retornaservicos.com.br