Valuo CS

GUIA PRÁTICO VALUO CS

Roteiro de 15 dias para o cliente de promoção ficar

O que fazer do primeiro dia à primeira cobrança cheia para quem chegou pelo desconto continuar pelo valor.

4 etapas | 6 modelos de mensagem | Planilha de acompanhamento

Dia 1
Boas-vindas

Dias 2 a 7
Primeiro resultado

Dias 8 a 15
Valor percebido

Antes da cobrança
Conversa

valuocs.com

ANTES DE COMEÇAR

Por que o cliente de promoção cancela mais

Ele não é um cliente pior. Ele só decidiu comprar olhando para o preço e ainda não teve motivo para olhar para mais nada. Quase sempre, a saída tem um destes quatro motivos.

01

Comprou o preço, não o resultado

Ninguém mostrou o que muda com o seu serviço. Na cobrança cheia, ele se pergunta por que continuar pagando.

02

Não chegou a usar

Comprou no impulso e deixou para depois. Quem não usa não tem resultado para lembrar.

03

Chegou no pior momento

Entrou com o time sobrecarregado pelo pico. A primeira dúvida demorou, e a primeira impressão ficou.

04

A cobrança cheia veio sem aviso

Mesmo com o valor claro na oferta, a surpresa pesa. E o pedido de cancelamento chega junto.

Os quatro motivos acontecem **depois da venda**. Por isso, reter esse cliente é trabalho de atendimento, e é aí que entra este roteiro.

Como usar este roteiro

DIA 1 **Boas-vindas**	**Fazer o cliente se sentir recebido** — Uma mensagem pessoal, um único próximo passo e um canal com prazo de resposta.
DIAS 2 A 7 **Primeiro resultado**	**Fazer o cliente usar** — Definir o primeiro resultado do seu negócio e procurar quem ainda não chegou lá.
DIAS 8 A 15 **Valor percebido**	**Fazer o cliente lembrar do valor** — Mostrar o que ele conquistou, ouvir como está sendo e apresentar o que ainda não usou.
ANTES DA COBRANÇA **Conversa**	**Evitar a surpresa** — Avisar com antecedência, junto com o resultado, e oferecer opções antes do "cancelar".

DIA 1

Boas-vindas de verdade

Objetivo: o cliente termina o primeiro dia sabendo quem cuida dele, qual é o próximo passo e onde tirar dúvidas.

Checklist

- [ ] Enviar a mensagem de boas-vindas em até 24 horas depois da compra.
- [ ] Usar o nome do cliente e o nome de quem está falando com ele.
- [ ] Indicar um único próximo passo, simples de cumprir.
- [ ] Informar o canal de atendimento e o prazo de resposta, mesmo no pico.
- [ ] Registrar o cliente na planilha de acompanhamento, na última página.

MODELO 1 · BOAS-VINDAS (WHATSAPP)

Olá, [Nome]! Aqui é [seu nome], da [empresa]. Que bom ter você com a gente.

Para começar, o primeiro passo é [agendar a primeira aula / enviar os documentos / acessar por este link]. Leva só alguns minutos.

Qualquer dúvida, é só responder aqui. Respondemos em até [prazo], de segunda a sexta.

Evite

- [ ] E-mail automático genérico, sem nome e sem próximo passo.
- [ ] Manual longo com tudo de uma vez. Um passo cumprido vale mais que dez explicados.
- [ ] Prometer um prazo de resposta que o time não consegue cumprir no pico.

DIAS 2 A 7

O primeiro resultado

Objetivo: o cliente usa o serviço e vive o primeiro resultado ainda na primeira semana.

Primeiro, defina o que é o primeiro resultado no seu negócio. Precisa ser algo concreto, que dê para marcar como feito ou não feito.

Segmento	Exemplo de primeiro resultado
Academia e estúdio	Três treinos feitos na primeira semana
Escola e curso	Primeira aula assistida ou primeiro módulo concluído
Clínica e consultório	Primeira consulta feita e retorno agendado
Software (SaaS)	Conta configurada e primeiro relatório gerado
Provedor de internet	Instalação feita e conexão testada com o cliente
Assinatura e clube	Primeira entrega recebida e usada

Checklist

- [ ] No dia 3, separar quem já começou de quem ainda não começou.
- [ ] Procurar quem está parado com uma oferta de ajuda, não com uma cobrança.
- [ ] No dia 7, marcar na planilha quem chegou ao primeiro resultado.

MODELO 2 · CLIENTE QUE AINDA NÃO COMEÇOU (DIA 3)

Oi, [Nome]! Vi que você ainda não conseguiu [fazer o primeiro passo]. Aconteceu alguma coisa? Se quiser, eu te ajudo agora, leva poucos minutos.

MODELO 3 · COMEMORANDO O PRIMEIRO RESULTADO

[Nome], você já [fez seu terceiro treino / concluiu o primeiro módulo]! Ótimo começo. O próximo passo para aproveitar ainda mais é [próximo passo].

DIAS 8 A 15

O valor percebido

Objetivo: o cliente sabe o que já conquistou e tem um motivo concreto para continuar quando o desconto acabar.

Checklist

- [ ] Mostrar ao cliente, com números, o que ele já fez ou conquistou.
- [ ] Fazer uma pergunta aberta e curta sobre a experiência até aqui.
- [ ] Apresentar um recurso, horário ou serviço do plano que ele ainda não usou.
- [ ] Marcar como "em risco" quem não respondeu ou deu sinais de insatisfação.

MODELO 4 · RESUMO E PERGUNTA (DIA 10)

Oi, [Nome]! Em duas semanas, você já [fez 6 treinos / concluiu 2 módulos / resolveu 30 chamados pelo sistema].

Queria saber: o que está achando até aqui? Tem alguma coisa que a gente possa melhorar para você?

MODELO 5 · O QUE ELE AINDA NÃO USOU (DIA 14)

[Nome], uma dica: o seu plano também inclui [recurso / horário / serviço], que muita gente gosta de usar para [benefício]. Quer que eu te mostre como funciona?

Como ler as respostas

Respondeu bem

É um bom momento para pedir uma avaliação ou indicação, e para lembrar o próximo objetivo dele.

Não respondeu ou reclamou

Cliente em risco. Ligue, entenda o que está faltando e resolva antes da primeira cobrança cheia.

ANTES DA COBRANÇA

A primeira cobrança cheia

Objetivo: o novo valor nunca chega de surpresa e sempre vem acompanhado do resultado.

Checklist

- [ ] Avisar uma ou duas semanas antes do fim do período promocional.
- [ ] Juntar ao aviso um resumo do que o cliente conquistou.
- [ ] Ligar, em vez de só mandar mensagem, para os clientes marcados como em risco.
- [ ] Ter opções prontas antes do "cancelar".

MODELO 6 · AVISO DO FIM DA PROMOÇÃO

Oi, [Nome]! Passando para avisar que o seu período promocional termina em [data]. A partir de [mês], o valor do seu plano passa a ser [valor].

Até aqui, você já [resultado]. Se quiser conversar sobre o plano que faz mais sentido para você, é só me chamar.

Opções antes do "cancelar"

Opção	Quando faz sentido
Plano menor	O cliente usa, gosta, mas o valor cheio pesa no orçamento.
Pausa	Viagem, férias ou um período sem uso previsto. Ele volta sem precisar recomeçar.
Mudança de escopo	Ele usa só uma parte do serviço. Ajustar o pacote ao uso evita a saída.

Cuidado com o desconto eterno. Prorrogar a promoção para todo mundo adia o problema e ensina o cliente a esperar o próximo desconto. Use essa saída com critério, para casos específicos.

PARA IMPRIMIR OU COPIAR

Planilha de acompanhamento

Uma linha por cliente que entrou pela promoção. Marque cada etapa conforme for concluída.

Cliente	Entrada	Boas-vindas	1º resultado	Resumo	Aviso	Situação

Situação: ativo, em risco ou cancelado. Se cancelou, anote o motivo.

Os 3 números para acompanhar

Primeiro resultado

Quantos chegaram a ele nos primeiros 15 dias.

Continuidade

Quantos continuaram depois da primeira cobrança cheia.

Motivo de saída

Por que saiu quem cancelou.

Compare com os clientes que entraram pelo preço cheio. A diferença mostra quanto a promoção trouxe de cliente e quanto trouxe só de venda.

Quer ajuda para colocar o roteiro em prática?

A Valuo CS estrutura o acompanhamento com o seu time ou coloca o nosso time para cuidar dos clientes que chegaram na promoção.

Agendar diagnóstico gratuito

valuocs.com · Sem compromisso. Resposta em até 1 dia útil.