

Plano A

AULA

Como o **CRM** fortalece os processos comerciais.

com **Alex Campos**

HOJE · 19H30

CONDUZIDO POR

ALEX CAMPOS · TRIADEFLOW · ARQUITETOS DE CRESCIMENTO OPERACIONAL

triadeflow.com.br · [@triadeflow](https://www.instagram.com/triadeflow) · [@alexcamposcrm](https://www.instagram.com/alexcamposcrm)

ESCOLA DE
NEGÓCIOS
DIGITAIS

A DOR INVISÍVEL DO COMERCIAL

Quantos leads
sua empresa **perdeu**
este mês?

Não os que disseram não.

Os que **sumiram** · sem resposta, sem registro, sem nome.

O QUE A PESQUISA MOSTRA

O custo invisível de **não ter** **processo.**

78%

dos compradores fecham com a **primeira**
empresa que responde.

Não a melhor proposta. A primeira resposta.

FONTE · LEAD RESPONSE TIME REPORT 2026 · SALESFORCE & HUBSPOT

JANELA DE QUALIFICAÇÃO

21x

mais chance de qualificar a venda quando
o lead é contatado em até **5 minutos** vs.
30 minutos.

MIT LEAD RESPONSE · INSIDESALES

ONDE O DINHEIRO AINDA MORA

40%

dos vendedores ainda gerenciam clientes
em **planilhas e e-mail** · sem histórico, sem
busca.

HUBSPOT STATE OF MARKETING

TEMPO PERDIDO

27%

do tempo do vendedor é gasto em **tarefas**
administrativas · não em vender.

ZOOMINFO · STATE OF SALES

ANTES DE MAIS NADA

CRM \neq ~~software~~

CRM = **processo.**

Software é a casca. **Processo é o miolo.**

Comprar a ferramenta sem desenhar o processo é **comprar caos organizado.**

A VERDADE INCÔMODA

A sua empresa já tem CRM.

01 / WHATSAPP



No celular do vendedor.

Conversas vivem em telas pessoais. Quando ele sai, três anos de relacionamento saem junto.

02 / MEMÓRIA



Na cabeça da secretária.

"Quem é o cliente que liga toda terça?" Só ela sabe. E ela tira férias na semana que vem.

03 / CADERNO



Num caderno do balcão.

Anotação à mão, sem busca, sem backup. Se o caderno some, o histórico do cliente vai junto.

O problema não é existir. É ser **acessível**.

→ CRM ORGANIZA O QUE JÁ EXISTE

COMO O PROCESSO SE ENXERGA

Toda venda passa pelos mesmos **cinco** degraus.

Da entrada do contato
ao fechamento · uma
vista só.



Você sabe quantos negócios estão em cada coluna **agora**?

SE NÃO SABE · NÃO É CONTROLE, É FÉ.

TUDO QUE O CRM FAZ CABE AQUI

Três processos. Três números que mudam.

01 / TOPO

Captação.

NENHUM LEAD SE PERDE

Todo contato que entra é registrado, com origem e responsável. O ralo da entrada fecha.

02 / MEIO

Conversão.

VENDEDOR SABE ONDE ESTÁ

Cada negócio tem um lugar no pipeline e uma próxima ação. Ninguém esquece, ninguém adivinha.

03 / PÓS

Retenção.

CLIENTE VOLTA NA HORA CERTA

O sistema lembra a recompra, o aniversário, o follow-up. Quem comprou ontem é o mais barato de vender hoje.

PROCESSO 01 · CAPTAÇÃO

Nenhum lead se perde.

Todo contato que entra fica registrado · com origem, data e responsável. O ralo da entrada fecha antes do vendedor entrar em ação.

MINI-CASO

MINI-CASO · IMOBILIÁRIA PAULISTANA

Quatro origens de lead · **site, Instagram, indicação, portal**. Cada uma caía num canto diferente. Ninguém sabia o que tinha chegado no dia anterior.

> MIT Lead Response Study: leads contatados em 5 minutos têm 21x mais chance de qualificar a venda do que quem espera 30. MIT · InsideSales.com

37%

dos contatos do site **nunca foram respondidos** · não por má vontade, por invisibilidade.

Após organizar a captação: tempo médio de resposta caiu de **19h para 42 min**.

PROCESSO 02 · CONVERSÃO

Onde **está** cada negócio.

O vendedor abre o sistema e enxerga, em segundos, o que é quente, o que é frio e qual é a próxima ação de cada caso. O esquecimento deixa de ser estratégia.

MINI-CASO

MINI-CASO · CLÍNICA DE ESTÉTICA

140 orçamentos em aberto. Ninguém sabia dizer quais estavam quentes, quais já tinham fechado em outro lugar e quais foram esquecidos.

> **Forrester / Salesforce:** CRM bem implementado eleva a conversão de leads em até **300%** e a produtividade comercial em **34%**. **Forrester · Salesforce**

R\$ 83_k

fechados em **30 dias**, só de retomar contato com quem já tinha pedido orçamento.

Não era lead novo. Era **lead esquecido**.

PROCESSO 03 · RETENÇÃO

Quem comprou volta.

O sistema sabe quando o cliente deveria ter recomprado e ainda não comprou · e dispara o contato. Vender de novo para quem já confia é a venda mais barata que existe.

MINI-CASO

MINI-CASO · E-COMMERCE DE SUPLEMENTO

Previsibilidade de recompra: **zero**.
Quando o cliente sumia, ninguém
percebia. Quando voltava, era por
acaso.

> Harvard Business Review / Bain & Co.: aumentar a retenção em 5% eleva o lucro entre 25% e 95%. HBR · Bain & Company

+22%

de aumento no **valor por cliente** em quatro meses, só com lembrete automático de recompra.

Vender pro cliente atual é **5x** mais barato que conquistar um novo.

O MÉTODO TRIADEFLOW

Processo. Pessoas. Tecnologia.

Toda transformação comercial que dá certo passa por essa **tríade**, nessa **ordem**.

Inverter é o erro número um.

01 · A BASE

PASSO I

Processo.



Desenhamos como o lead **entra, anda e fecha** · antes de qualquer ferramenta. Sem isso, a tecnologia automatiza o caos.

02 · QUEM OPERA

PASSO II

Pessoas.



Treinamos o time para **operar o processo** · não para usar software. Quem entende o porquê, executa o como.

03 · O QUE EXECUTA

PASSO III

Tecnologia.



A ferramenta entra **por último** · para automatizar o que já funciona. Com processo e pessoas prontos, qualquer CRM serve.

A tecnologia só multiplica **o que já existe**. $\text{Caos} \times \text{CRM} = \text{caos com dashboard}$.

NA PRÁTICA

O comercial deixa de depende da memória.

- **Pipeline.** Tudo numa vista só.
- **Tarefas.** O que vence hoje.
- **Histórico.** O cliente continua mesmo quando o vendedor sai.
- **Gestão.** O dono enxerga gargalo.

CAPTURA AO VIVO DO HUB

Salve o print em [assets/crm-hub-real.png](#)
ou clique para abrir o HUB agora ↗

CENÁRIO 01 · O VENDEDOR PEDE DEMISSÃO

Quando alguém sai, o que **fica**?

ANTES

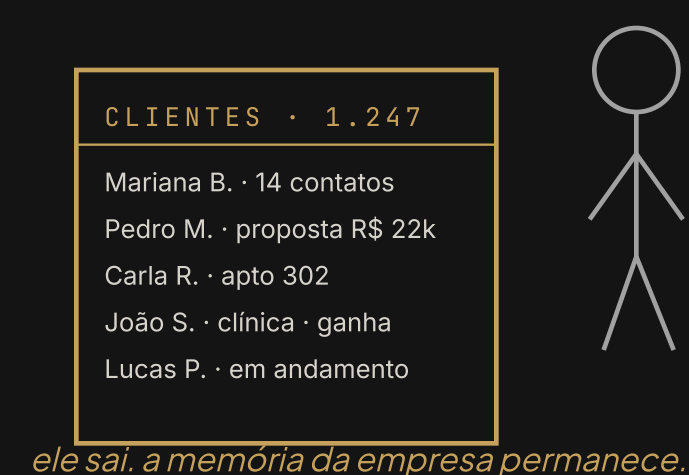
Ele leva os contatos no celular.



"Cadê os contatos do Lucas?"
· ninguém sabe.

DEPOIS

O histórico **fica**.



"Esse cliente conversou com a gente em **março de 2024**, pediu desconto, fechou em maio."

CENÁRIO 02 · DE ONDE VÊM OS SEUS CLIENTES?

Achismo ou número?

ANTES

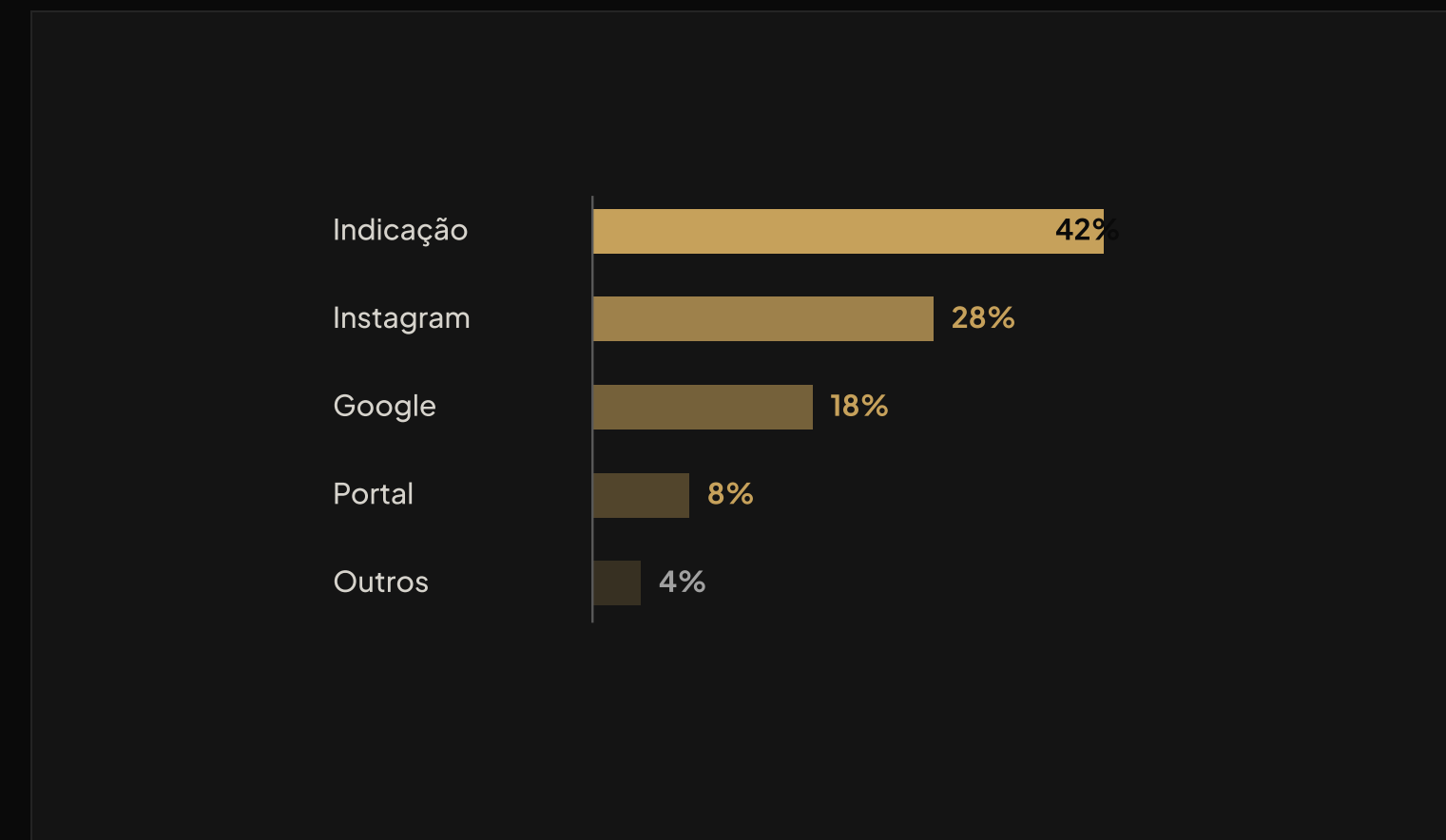
"Acho que vem do Instagram."



Decisão de marketing baseada em sensação.

DEPOIS

Origem em **percentual**.



Marketing vai onde o cliente **já está vindo**.

CENÁRIO 03 · "VOU CONTRATAR MAIS UM VENDEDOR?"

Decisão por **intuição** ou por dado.

ANTES

Cara, coroa, fé.

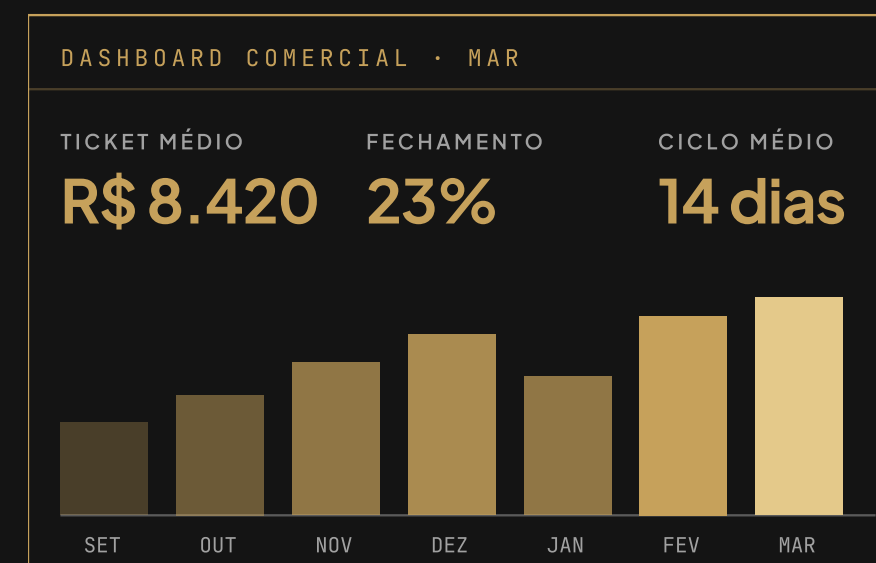


"vai dar certo, eu sinto"

Às vezes acerta.
Às vezes quebra.

DEPOIS

Decisão olhando o **número**.



Não é mágica.
É gestão.

O RETORNO DE QUEM ORGANIZA

Não é mais argumento de tecnologia. É argumento de caixa.

R\$8,71

retornam para cada R\$1,00 investido em CRM bem implantado.

ROI médio de 771% · quando o processo vem antes da ferramenta.

FONTE · NUCLEUS RESEARCH · ROI DE IMPLEMENTAÇÕES DE CRM

VENDAS

+29%

de aumento médio nas **vendas totais** após implementação consistente de CRM.

SALESFORCE STATE OF SALES

PRODUTIVIDADE

+34%

de aumento na **produtividade comercial** · mais venda por vendedor.

SALESFORCE STATE OF SALES

PREVISÃO

+42%

de precisão em **forecast comercial** · o dono enxerga o mês antes de ele acontecer.

SALESFORCE STATE OF SALES

A FRASE PARA SAIR DAQUI

Ferramenta sem processo é só uma planilha cara.

01 / FERRAMENTA

existe em **centenas de versões** no mercado.

02 / PROCESSO

é **único da sua empresa** · não vem na caixa.

03 / RESULTADO

aparece quando os dois **se encontram**.

O QUE FAZER AO SAIR DAQUI

Desenhe o processo. Depois escolha a ferramenta.

? AGORA ABRO PARA PERGUNTAS

01 Mapeie como o lead entra.

Quais canais, quem responde, em quanto tempo. Sem isso, qualquer CRM é só uma tela bonita.

02 Defina o que conta como negócio.

Pipeline, etapas, critério de "quente" e de "perdido". Combine antes · não no fim do mês.

03 Aí sim, escolha a ferramenta.

Com o processo pronto, qualquer CRM serve. Sem ele, nenhum resolve.