



OPERAÇÃO COMERCIAL

---

# Playbook de Prospecção

Manual do assessor comercial que prospecta pelo perfil do Dr. Carlos Eurico.

## Sumário

A REGRA QUE GOVERNA TUDO	03
IDENTIDADE: A VOZ É DO CARLOS, O TEMPO TODO	03
O QUE VOCÊ ESTÁ OFERECENDO (E O QUE VOCÊ JAMAIS ESTÁ VENDENDO)	04
QUEM ABORDAR E ONDE ENCONTRAR	05
QUALIFICAÇÃO, DESQUALIFICAÇÃO E O CRITÉRIO PRA CONVIDAR	08
CADÊNCIA DE PROSPECÇÃO	09
SCRIPTS DE ABORDAGEM POR ORIGEM DO CONTATO	11
VARIAÇÕES POR PERFIL DE PROSPECT	18
OBJEÇÕES DA PROSPECÇÃO E COMO RESPONDER	22
TRANSIÇÃO PRO AGENDAMENTO (COM O APOIO DO ASSESSOR NA LOGÍSTICA)	25
PASSAGEM DE BASTÃO PRA REUNIÃO	28
APRESENTAÇÃO DA OFERTA (QUANDO E COMO ELA ENTRA)	29
ACOMPANHAMENTO DEPOIS DA REUNIÃO	30
COMO SUBIR RESPOSTA, COMPARECIMENTO E FECHAMENTO	30
INDICADORES DA OPERAÇÃO	31
ROTINA DIÁRIA E RITUAL SEMANAL DE CALIBRAGEM	32
BIBLIOTECA DE CONVERSAS-GABARITO (NASCE VAZIA, CRESCE COM A OPERAÇÃO)	33
CHECKLIST DE OURO ANTES DE APERTAR ENVIAR	34

## A regra que governa tudo

Para quem é este documento: quem ocupar o papel de assessor comercial do Dr. Carlos Eurico, fazendo a prospecção ativa pelo perfil dele com a missão de agendar Reuniões de Diagnóstico Q4. Hoje o papel é do Jeferson; o playbook serve a qualquer pessoa que assumir a função, e onde os scripts pedem o nome, use o seu. Leia inteiro uma vez, depois use como manual de consulta. Os scripts estão prontos pra adaptar e enviar.

Antes de enviar qualquer mensagem, faça esta pergunta olhando pro texto: "isso parece um convite genuíno pra uma conversa útil entre médicos, ou parece alguém tentando me vender algo?"

Se parecer venda, reescreva até a sensação sumir. Essa regra vence qualquer outra deste documento, inclusive a meta do mês. Uma mensagem que queima a percepção de par custa mais caro que dez conversas que não avançaram.

O tom certo é o de um colega experiente que notou algo e puxou assunto. O Carlos continua sendo médico de verdade: atende, gere a própria clínica, é diretor médico da Respirare. A conversa nasce desse lugar, de quem vive o mesmo dia a dia do prospect, e nunca do lugar de quem vive de vender mentoria.

O que isso proíbe na prática: urgência fabricada, escassez inventada, elogio genérico de abertura, pergunta íntima de primeira mensagem, parede de texto explicando o método, promessa de resultado com número, e qualquer frase que você reconheceria numa abordagem de marketing digital. Se o Carlos não diria a frase em voz alta num corredor de congresso, ela não vai na mensagem.

## Identidade: a voz é do Carlos, o tempo todo

O perfil fala como o próprio Dr. Carlos, em primeira pessoa, do primeiro toque ao agendamento. Você escreve como ele, com a voz dele, e a conversa nunca sai desse lugar. Médico conversando com médico, essa é a experiência inteira do prospect.

Como isso funciona na prática:

---

01 Primeira pessoa sempre. "Vi teu comentário", "tenho conversado com colegas", "te mando os horários". Nada de "a equipe do Carlos", "a assessoria dele", "nós" institucional. Antes de enviar, leia a mensagem se perguntando se o Carlos falaria aquilo daquele jeito.

---

02 O assessor é recurso de logística, com critério. Ele só entra quando a conversa já está encaminhada e a organização pede (agenda, WhatsApp, confirmação de véspera), e entra apresentado pelo próprio Carlos: "pra facilitar, meu assessor nome do assessor te chama no WhatsApp e organiza os horários comigo". Médico estabelecido com assessor cuidando da agenda soma autoridade e não desperta estranheza nenhuma. Fora da logística, o assessor não aparece.

---

## O que você está oferecendo (e o que você jamais está vendendo)

Você oferece uma coisa só: a Reunião de Diagnóstico Q4. Individual, gratuita, conduzida pelo próprio Dr. Carlos. Esse é o nome oficial e é o único nome que existe. Nunca chame de sessão estratégica, bate-papo, call ou consultoria gratuita: esses termos foram queimados pelo mercado e ativam a defesa de quem já viu esse filme.

A história de origem, que você precisa saber contar em uma frase: o Carlos passou anos observando padrões que se repetem em operações médicas de qualquer especialidade, muitos deles invisíveis até ficarem caros, e estruturou a forma de identificar esses pontos; colegas começaram a pedir ajuda pra implementar as mudanças, e daí nasceu o programa de acompanhamento. A ordem importa: o programa pago nasceu do diagnóstico, e o diagnóstico segue existindo por conta própria.

O que acontece na reunião: o médico sai com um mapa claro da própria operação, com os gargalos e os pontos cegos identificados e um plano de ação priorizado. Esse mapa é dele, pra usar como quiser depois. Tem colega que implementou tudo por conta própria e seguiu o jogo, e tem caso em que o diagnóstico apenas confirmou que a operação estava saudável. Os dois desfechos são êxito, e você pode dizer isso com essas palavras.

Existe continuidade possível: quando o diagnóstico revela gargalos e faz sentido pros dois lados, o Carlos pode apresentar ao final uma proposta de implementação

assistida (a mentoria Protocolo Q4). Isso não se anuncia na prospecção; se o prospect perguntar da mentoria, a resposta pronta está na seção 9. O ponto que sustenta a operação inteira: o valor do diagnóstico independe de qualquer compra depois.

Na prospecção, portanto: você não vende mentoria, não apresenta programa, não explica método, não convence ninguém. Você gera curiosidade suficiente pra um colega aceitar uma conversa que vale a pena por si só.

## Quem abordar e onde encontrar

O perfil que interessa (conferido contra o funil da operação):

- Médico especialista já estabelecido, entre 35 e 55 anos, qualquer especialidade, capital ou interior.
- Renda em torno de R\$ 15 mil a R\$ 20 mil por mês, com sensação de teto.
- Dono da própria agenda: consultório próprio, clínica própria ou participação relevante numa.
- Com dor real aparecendo em algum destes eixos: agenda lotada sem liberdade, faturamento bom que não vira patrimônio, dependência pesada de convênio, operação que para quando ele tira férias.

Este playbook vale para o Instagram e o LinkedIn do Carlos. A lógica, os critérios e a voz são os mesmos nos dois; muda só o canal onde a conversa acontece (direct do Instagram ou mensagem do LinkedIn) e o tipo de sinal que cada rede mostra (no Instagram, comentário, curtida e story; no LinkedIn, reação, comentário e pedido de conexão). Onde um script cita "post" ou "story", adapte para o equivalente da rede.

Onde esse médico está, em ordem de prioridade. As três primeiras fontes vêm da própria audiência do Carlos e estão ordenadas do mais quente ao mais morno pelo grau de exposição que a pessoa já teve:

- 
- 0 1 Quem comentou (o mais quente): já escreveu algo em público, num post ou numa live. Se comentou sobre sobrecarga, agenda, gestão ou dinheiro, é sinal forte. Já se expôs, então a barreira de puxar conversa é a menor de todas.

---

  - 0 2 Seguidor novo: seguiu o Carlos há pouco (dias, no máximo duas semanas). O interesse está fresco e ninguém falou com ele ainda. É quente justamente pela novidade, e some rápido se ninguém aproveitar.

---

  - 0 3 Quem curte com frequência: nunca escreveu nada, mas curte os posts do Carlos com recorrência, ou reage no LinkedIn. É interesse silencioso, mais morno que quem comenta, mas real. Vale abordar citando o padrão do que ele curte.

---

  - 0 4 Indicações: mentorados atuais, colegas do Carlos, participantes de live. Peça indicação de forma ativa (seção 14). Chega com o dobro da confiança de qualquer outra origem.

---

  - 0 5 Círculo profissional visível: médicos que aparecem em congressos, sociedades de especialidade, colegas de cidade ou de especialidade dos mentorados atuais.

---

  - 0 6 Frio qualificado: perfis de médicos donos de clínica com sinais públicos do perfil acima, sem nenhuma interação prévia com o Carlos. É a fonte de menor taxa de resposta e maior risco de soar abordagem de rede profissional, então entra por último e com o dever de casa mais bem feito.
- 

A base do Carlos tem cerca de 9 mil seguidores com engajamento baixo, então cada interação (comentário, curtida recorrente, seguidor novo) é um sinal valioso que não se pode desperdiçar.

Sinais de momento certo (o que transforma um perfil em prioridade, em qualquer das fontes): comentou ou reagiu a algo sobre sobrecarga, agenda ou gestão; começou a seguir o Carlos agora; abriu clínica ou mudou de endereço recentemente; contratou secretária ou anunciou vaga; apareceu em live do Carlos; foi citado por um mentorado.

### **Matriz de sinais: quando ver X, faça Y**

O assessor vive reagindo a sinais que aparecem na notificação ou no perfil da pessoa. Esta matriz diz a ação pra cada sinal, sem transformar a prospecção em contabilidade de prazos. A régua é simples: sinal quente se aborda logo, sinal morno

se dá um tempo e se aquece, sinal frio se trabalha por último. Não fique cronometrando dias, o bom senso da conversa manda mais que qualquer prazo.

**Comentou sobre dor da operação (agenda, gestão, dinheiro, sobrecarga)**

Aborde logo, gancho no comentário (Origem A). É o sinal mais forte que existe.

**Comentou algo neutro (elogio, dúvida técnica)**

Responda o comentário pelo perfil do Carlos, genuíno. Se ele reagir, puxe pro direct.

**Começou a seguir, perfil claramente qualificado**

Vale retribuir o follow e dar uma aquecida antes de abordar leve (Origem B).

**Começou a seguir, sem sinal claro de perfil**

Só observe. Não retribua follow nem aborde à toa, espere ele dar algum sinal.

**Respondeu um story do Carlos**

Responda de volta na mesma conversa, puxando o assunto. Já é conversa aberta, não abordagem fria.

**Curtiu vários posts do mesmo tema**

Aborde pelo tema que ele curte (Origem C), sem pressa.

**Marcou o Carlos ou compartilhou um story dele**

Agradeça pelo perfil e abra conversa. Quem compartilha já é defensor.

**Mandou DM primeiro**

O lead mais quente de todos. Responda rápido e conduza (Origem F). Nunca deixe esfriar.

**Nenhum sinal, perfil qualificado (frio)**

Dever de casa, aquecer um pouco, abordar por último (Origem E).

Regra de ouro da matriz: na dúvida entre abordar e esperar, aquecer custa menos que uma abordagem precoce que queima o contato.

### **Formas de aquecer (o gesto antes da mensagem)**

Aquecer é agir pelo perfil do Carlos antes da DM, pra o nome não chegar do nada: curtir um ou dois posts recentes, responder um story, deixar um comentário genuíno num post dele. Uma ou duas dessas bastam, e só vale a pena pra quem já mostra perfil qualificado. Aquecer demais chama atenção, então nada de curtir o feed inteiro de uma vez.

## **Qualificação, desqualificação e o critério pra convidar**

A qualificação acontece observando e conversando, nunca interrogando. Nada de bateria de perguntas de formulário no chat.

Qualifica (precisa de pelo menos dois sinais):

- É dono ou sócio da operação onde atende (quem é só contratado de hospital não decide nada disso).
- Demonstra incômodo com o modelo atual, mesmo que em tom de piada ("a agenda tá uma loucura", "vivo pro consultório").
- Tem operação rodando de verdade: pacientes, equipe mesmo que mínima, alguns anos de estrada.
- Responde com interesse genuíno, faz pergunta de volta, entra na conversa.

Desqualifica (um sinal já basta):

- Recém-formado ou ainda montando o primeiro consultório (a dor dele é outra e o Q4 pressupõe operação existente).
- Só quer emprego, plantão ou indicação de vaga.
- Respostas de uma palavra depois de duas tentativas de conversa genuína. Insistir aqui vira exatamente o vendedor que a regra número um proíbe.
- Hostilidade com o tema gestão ("médico bom não precisa disso"). Anote e siga em frente, o conteúdo do feed trabalha essa pessoa com o tempo.

- Pede desconto ou pergunta preço de mentoria antes de qualquer conversa. Curioso de preço dificilmente vira mentorado, e a reunião com o Carlos é um recurso caro da operação.

Dor reconhecida não é o mesmo que dor sentida. O prospect que só admite "é, me incomoda um pouco" ainda não está pronto; o que aceita a reunião e chega nela querendo é o que percebeu o custo do problema e já imaginou como seria resolvê-lo. Por isso, quando a dor aparecer, aprofunde antes de convidar: as perguntas de aprofundamento por perfil (seção 8) fazem esse trabalho em dois tempos, primeiro levam o prospect a calcular o que aquilo tá custando, depois deixam ele mesmo dizer o que ganharia mudando, sem virar interrogatório. É o próprio prospect verbalizando o valor que faz o convite cair como consequência natural.

Critério pra convidar pra reunião (os três ao mesmo tempo):

- 
- 0 1 Perfil qualificado (dois sinais ou mais da lista acima).

---

  - 0 2 Dor nomeada e, de preferência, já sentida pelo próprio prospect na conversa. Ele precisa ter dito algo sobre a operação dele e, idealmente, percebido o custo disso; você não vai adivinhar nem plantar.

---

  - 0 3 Curiosidade demonstrada: ele perguntou de volta, respondeu com mais de uma linha, quis saber mais.

---

Faltou algum dos três e a conversa está boa mesmo assim: use a conversa rápida de qualificação (seção 10) como etapa intermediária, na etapa de logística do assessor. Faltou e a conversa está morna: segue nutrindo, sem convite. Convite adiantado desperdiça a agenda do Carlos e queima o contato.

## Cadência de prospecção

Volume de partida: 10 abordagens novas por dia útil, personalizadas uma a uma. Esse é o piso de operação séria e o teto da personalização bem feita no começo. Depois de 4 a 6 semanas, se a taxa de resposta se mantiver com qualidade, o volume sobe gradualmente (15, depois 20), nunca o contrário: volume que degrada personalização derruba a taxa e a reputação do perfil juntas.

Antes da primeira mensagem, o aquecimento: nos 7 a 14 dias anteriores, o perfil do Carlos interage de leve com o prospect (curtida em post relevante, resposta curta a um story). Familiaridade progressiva: quando a mensagem chegar, o nome já foi visto. Sem exagero, duas ou três interações bastam.

A sequência por contato:

**1**

Dia 0, Primeira mensagem (seção 7), curta e contextual

**2**

Dia 3 ou 4, Segunda mensagem: um ângulo novo, geralmente uma observação ou história curta, nunca cobrança de resposta

**3**

Dia 8 a 10, Última mensagem: encerramento elegante com porta aberta

**Pausa**

60 a 90 dias, Sai da lista ativa. Reabordagem só com motivo novo real (ele interagiu, saiu conteúdo com a cara dele, indicação surgiu)

Regras da cadência:

- Respondeu em qualquer ponto: a cadência morre e vira conversa de verdade, no ritmo dele.
- Nunca cobre resposta ("viu minha mensagem?"). O toque seguinte sempre traz conteúdo novo, nunca cobrança.
- Três toques sem resposta encerram o ciclo. O encerramento elegante do toque 3 preserva a relação pra reabordagem futura e, com alguma frequência, é ele que gera a resposta.
- Canal principal: direct do Instagram do Carlos. WhatsApp entra na passagem pro assessor ou quando o número veio por indicação. LinkedIn serve pra prospect que vive mais lá, com os mesmos scripts adaptados.

- Horário de gente: começo da manhã, hora do almoço ou fim do dia. Mensagem de madrugada ou de domingo cedo entrega operação de disparo.

## Scripts de abordagem por origem do contato

Regras que valem pra todos os scripts: são pontos de partida, cada fala traz três opções de ângulos diferentes pra você escolher a que combina com a pessoa e nunca sair repetindo a mesma frase; personalize o gancho a cada envio; escreva na primeira pessoa do Carlos (direto, sereno, de par pra par); primeira mensagem sempre curta; a variável entre colchetes é obrigatória, sem gancho real específico daquele médico a mensagem não sai; e onde o script cita "post" ou "story", troque pelo equivalente do LinkedIn quando a conversa for lá. A regra de quando enviar cada toque está na cadência da seção 6, então aqui o foco é só o texto.

### Origem A: quem comentou (o mais quente)

Quem escreveu um comentário já se expôs em público, então a conversa puxa direto do que ele disse.

Primeira mensagem (gancho: o comentário dele)

Oi, nome, tudo bem? Vi teu comentário no post sobre tema do post e achei um ponto muito bom, retome em meia frase o que ele disse. Fiquei curioso: isso aí é algo que você já sente na tua operação também, ou foi mais observação de longe?

Oi, nome, teu comentário no post sobre tema bateu com uma conversa que tive com outro colega essa semana, é um ponto que pouca gente enxerga. Você tá vivendo isso na prática do consultório também?

Opa, nome, curti demais o que você escreveu sobre tema. Me conta, isso aí é dor tua no dia a dia ou você já resolveu essa parte e comentou por experiência?

Segunda mensagem (se não respondeu)

Nome, te escrevi outro dia e a rotina deve ter engolido, conheço bem esse filme. Te procurei porque tenho conversado com colegas nessa mesma fase de consultório e o padrão que aparece se repete: a operação cresce, a agenda enche e a estrutura por trás continua a mesma de quando era metade do tamanho. Se fizer sentido trocar uma ideia sobre isso qualquer hora, me diz.

Nome, passando de novo por aqui sem pressa. Aquele ponto que você comentou sobre tema fica martelando, porque é exatamente onde muito consultório bom trava sem perceber. Se um dia quiser trocar uma ideia sobre isso, é só chamar.

Nome, sei que caixa de entrada depois some. Só não queria deixar o assunto morrer, porque o que você levantou ali é dos que mais aparecem quando sento com um colega pra olhar a operação dele. Fico à disposição.

### Terceira mensagem (encerramento com porta aberta)

Nome, última mensagem pra não virar aquele chato do direct. Se algum dia quiser trocar uma ideia sobre a estrutura do teu consultório, a porta segue aberta, e enquanto isso a gente se vê por aqui pelo feed. Abraço.

Nome, vou parar de te encher por aqui. Fica o convite de porta aberta: quando fizer sentido conversar sobre a parte de gestão do teu consultório, é só me chamar. Sucesso aí no cidade/ área dele.

Nome, deixo essa como a última pra não insistir demais. Se um dia o tema de estruturar o consultório voltar a te interessar, sabe onde me achar. Um abraço e segue o bom trabalho.

### Origem B: seguidor novo

Seguiu o Carlos há pouco. O gancho é o interesse fresco, sem forçar intimidade que ainda não existe. Não invente que sabe algo sobre a operação dele, você não sabe.

Primeira mensagem (gancho: o seguir recente, leve)

Oi, nome, tudo bem? Vi que você começou a acompanhar meu conteúdo por aqui, obrigado. Fui dar uma olhada no teu perfil e fiquei curioso com o teu trabalho em área/cidade dele. Me conta, como tá a rotina do consultório nessa fase?

Opa, nome, obrigado por passar a acompanhar por aqui. Sempre gosto de saber quem tá do outro lado: você toca consultório próprio em área dele, é isso? Como andam as coisas?

Oi, nome, vi que você chegou agora no perfil, seja bem-vindo. Dei uma espiada no teu trabalho com área dele e achei bacana. Tá tocando tudo sozinho aí ou já montou uma estrutura em volta?

Segunda mensagem (se não respondeu)

Nome, sei que caixa de entrada some fácil no meio da rotina. Só passei pra dizer que, se um dia quiser trocar uma ideia sobre a parte de estrutura e gestão do consultório, é um assunto que tenho conversado bastante com colegas na tua fase. Sem compromisso nenhum.

Nome, sem querer tomar teu tempo. Fica só o registro de que, se em algum momento quiser trocar figurinha sobre a parte de negócio do consultório, minha porta tá aberta por aqui. Enquanto isso, seguimos pelo feed.

Nome, imagino a correria aí. Só deixo o canal aberto: quando quiser conversar sobre como fazer o consultório rodar com menos peso nas tuas costas, é só me chamar.

### Origem C: quem curte com frequência

Nunca escreveu nada, mas curte os posts com recorrência (ou reage, no LinkedIn). O gancho é o padrão do que ele curte, com jeito, sem soar vigilância.

Primeira mensagem (gancho: o tema que ele curte com frequência)

Oi, nome, tudo bem? Reparei que os posts sobre tema que ele costuma curtir, ex: gestão de agenda costumam fazer sentido pra você. Fiquei curioso: é algo que você tá vivendo aí na prática, ou mais um interesse de acompanhar o assunto?

Opa, nome, vejo que os assuntos de tema costumam te pegar por aqui. Pergunto porque quem se interessa por isso normalmente tá sentindo alguma coisa na operação. É o teu caso?

Oi, nome, notei que tema é um assunto que ressoa com você. Me conta, no teu consultório isso hoje é uma dor real ou você já tem resolvido de algum jeito?

Segunda mensagem (se não respondeu)

Nome, sem querer tomar teu tempo, só fiquei com a impressão de que tema é algo que te toca de verdade. Se em algum momento fizer sentido trocar uma ideia sobre isso na tua operação, minha porta tá aberta por aqui.

Nome, deixa eu só registrar o convite: quando quiser conversar sobre tema aplicado ao teu consultório, é só chamar. É dos temas que mais rendem quando sento com um colega.

Nome, sigo por aqui à disposição. Se um dia tema deixar de ser só assunto de feed e virar algo que você quer destravar de verdade, me avisa.

## Origem D: indicação

Primeira mensagem (gancho: quem indicou, com autorização de quem indicou)

Oi, nome, tudo bem? O nome de quem indicou comentou de você esses dias, falou que vocês conversaram sobre contexto real da indicação. Ele achou que renderia uma boa troca de ideias por aqui, e o critério dele costuma ser bom. Como estão as coisas por aí no teu consultório?

Opa, nome, o nome de quem indicou me passou teu contato, falou muito bem de você. Comentou que você tá numa fase parecida com a dele quando a gente começou a trabalhar junto. Fiquei curioso pra saber como tá tua operação hoje.

Oi, nome, quem me falou de você foi o nome de quem indicou, e quando ele indica costuma ser certo. Ele achou que a gente ia se dar bem de conversa. Me conta um pouco de como tá o teu consultório nesse momento?

## Segunda mensagem

Nome, sem pressa nenhuma por aqui, só não queria deixar a indicação do nome esfriar à toa. Quando tiver um respiro na agenda, me conta em que fase está a tua operação, tem aparecido padrões parecidos entre colegas dessa fase e é um assunto que rende.

Nome, imagino a correria. Só não queria que a ponte que o nome fez se perdesse. Quando puder, me diz como andam as coisas aí, que a conversa costuma valer a pena.

Nome, sigo por aqui quando você tiver um tempo. O nome não indica por indicar, então fiquei genuinamente curioso com o teu contexto. Sem compromisso, só uma boa troca de ideias.

## Origem E: frio qualificado (usar pouco, caprichar muito)

Primeira mensagem (gancho: algo público e específico dele)

Oi, nome, tudo bem? Cheguei no teu perfil por caminho real: especialidade, cidade, post específico e fiquei um tempo olhando o teu trabalho com área dele. Uma coisa me deixou curioso: com o consultório nesse nível de movimento, como você tem segurado a estrutura por trás da agenda?

Opa, nome, caí no teu perfil vindo de caminho real e gostei do que vi do teu trabalho em área dele. Pergunta honesta de colega pra colega: nessa fase, o que mais te consome hoje é a parte clínica ou a de tocar o negócio?

Oi, nome, teu trabalho com área dele em cidade me chamou atenção. Sei que chegar assim do nada é meio incomum, mas fiquei curioso: um consultório nesse ritmo já roda sozinho ou ainda depende de você pra tudo?

## Segunda mensagem

Nome, vou te contar o que motivou a mensagem. Acompanhei de perto o caso de uma clínica no interior de Minas que cresceu 70% de faturamento em dois meses sem contratar ninguém e sem abrir turno novo. O que mudou foi a forma de operar, e o dono também só enxergou isso com um olhar de fora. Me fez pensar em quantos colegas estão com margem parecida escondida na própria operação.

Nome, deixa eu ser direto sobre o que me fez chamar. Vejo muito médico excelente na clínica e travado no negócio, ganhando bem mas sem sobrar, preso à própria agenda. Não sei se é o teu caso, mas se for, é exatamente o tipo de conversa que costuma render.

Nome, sem querer insistir à toa. Só acho que vale a pergunta: se você parasse de atender por um mês, o que aconteceria com a tua renda? A resposta costuma dizer muito sobre onde o consultório precisa de estrutura. Se topa trocar uma ideia sobre isso, tô por aqui.

## Origem F: quem mandou DM primeiro (o mais quente)

Chegou sozinho, querendo. Não faça ele recuar nem crie etapa antes de responder o que ele veio buscar. Recebe bem, responde direto, e a qualificação vem no meio da conversa, com pergunta concreta, nunca com "como está sua operação", que é amplo demais e trava a pessoa.

Se perguntou da mentoria ou do programa direto:

Opa, nome, que bom que chamou. A mentoria é um acompanhamento pra estruturar o consultório e destravar a parte que hoje mais segura o crescimento, seja agenda, caixa ou captação de paciente. Antes disso, eu faço uma conversa individual contigo pra entender teu caso e te mostrar onde estão os gargalos. Qual dessas partes hoje mais te incomoda no dia a dia?

Fala, nome, obrigado por chamar. Em resumo, é um programa pra tirar o médico da lógica de trocar tempo por dinheiro e botar o consultório pra funcionar como negócio de verdade. O primeiro passo é uma conversa individual comigo, sem custo, pra mapear teu momento. Hoje, o que mais te tira o sono: a agenda, o dinheiro que não sobra, ou depender demais de você pra tudo girar?

Opa, nome, fico feliz que se interessou. A mentoria trabalha os quatro pilares do consultório: processos, finanças, marketing e mentalidade. Como ela serve pra cada caso de um jeito, eu começo com uma conversa individual pra ver o que faz sentido pro teu. Me conta rapidinho onde teu consultório mais aperta hoje?

Se elogiou um conteúdo ou puxou assunto:

Valeu, nome, fico feliz que fez sentido. Aquilo do tema do post que ele comentou costuma pegar bem quem já toca um consultório de verdade. É algo que você tá sentindo aí também, na tua rotina?

Obrigado, nome, que bom que te tocou. Escrevo isso porque vivi na pele, então quando bate é porque é real. O que do tema mais conversou com o teu momento hoje?

Opa, nome, obrigado mesmo. Fico curioso: o que te fez parar nesse conteúdo? Pergunto porque normalmente quando um post desses pega, tem uma situação concreta por trás. Qual é a tua?

## Variações por perfil de prospect

O gancho e a história mudam conforme a dor dominante. Os três perfis mais comuns da base, com o eixo de conversa de cada um:

### Perfil 1: o prisioneiro da agenda

Sinais: fala de cansaço, agenda lotada, sem férias há anos, tudo passa por ele. Eixo da conversa: liberdade e estrutura. A imagem que conversa com ele é a do consultório que funciona sem o dono carregar tudo nas costas.

Teu consultório funciona quando você tira duas semanas de férias, ou as férias é que nunca acontecem? Pergunto sem julgamento nenhum, tem muito colega bom vivendo a segunda opção sem perceber.

Deixa eu te fazer uma pergunta meio incômoda: quantos dias seguidos você conseguiu ficar longe do consultório no último ano? A resposta costuma mostrar o tamanho da corrente que prende a gente ao próprio sucesso.

Uma coisa que vejo demais: o médico monta a agenda cheia achando que é vitória, e um tempo depois percebe que virou refém dela. No teu dia a dia, você sente que comanda a agenda ou que ela comanda você?

Se ele confirmar a dor, aprofunde (traga o custo à tona, uma pergunta por vez, sem pressa):

Quando você imagina os próximos cinco anos nesse mesmo ritmo, sem mudar nada na estrutura, como você se vê? É sustentável ou já sabe que uma hora estoura?

O que essa agenda travada já te fez perder de concreto? Tempo com a família, um projeto que ficou parado, tua própria saúde? Pergunto porque o custo disso costuma ser bem maior do que o financeiro.

E o que mais te segura hoje pra delegar e sair do centro de tudo? Já tentou montar uma estrutura que rode sem você e não deu certo, ou nunca teve como parar pra fazer isso?

Depois que ele sentir o custo, abra o desejo (deixe ELE dizer o que ganharia):

Se o consultório rodasse sem depender de você pra tudo, o que você faria com esse tempo que hoje não tem?

Como seria pra você poder viajar duas semanas sabendo que a operação não para e a renda não cai junto?

## Perfil 2: o refém do convênio

Sinais: volume alto, reclamação de glosa e repasse, sensação de trabalhar muito pra margem pouca. Eixo da conversa: margem e modelo. História de apoio: o ortopedista de Belém que reduziu a dependência de bloco cirúrgico de 80% pra 20% da atuação e quase dobrou o faturamento reorganizando as fontes de receita.

Uma coisa que aparece demais em colegas com agenda cheia de convênio: o movimento cresce e a sobra não acompanha. Aí a resposta vira abrir mais horário, que resolve por três meses e devolve o problema maior. Te soa familiar?

Tem uma conta que quase ninguém faz: quanto do teu faturamento hoje depende de convênio, e quanto sobra de verdade depois que tudo é pago? Quando o médico faz essa conta, costuma tomar um susto. Já parou pra olhar isso aí?

Vejo muito colega excelente trabalhando dobrado pra uma margem que não cresce, porque o convênio dita o preço. A saída raramente é atender mais, é mudar de onde vem a receita. Isso é algo que já te passou pela cabeça?

Se ele confirmar a dor, aprofunde (traga o custo à tona, uma pergunta por vez, sem pressa):

Se você somasse as horas de um mês inteiro que vão pra atendimento de baixa margem, quanto de tempo e de dinheiro isso representa no ano? A conta costuma assustar quando a gente para pra fazer.

Depender tanto de convênio te deixa em que posição na hora de negociar? Você sente que dita as regras do teu consultório, ou é o convênio que dita pra você?

E se um convênio grande cortasse o repasse ou saísse amanhã, o que aconteceria com a tua renda? Pergunto porque essa fragilidade é o custo escondido que quase ninguém enxerga até acontecer.

Depois que ele sentir o custo, abra o desejo (deixe ELE dizer o que ganharia):

Se boa parte da tua renda viesse de particular, no teu preço e nas tuas regras, o que isso mudaria no teu dia a dia?

Como seria trabalhar menos e ganhar mais por atendimento, em vez de correr atrás de volume pra compensar a margem baixa?

### Perfil 3: fatura bem e não sobra

Sinais: consultório maduro, boa reputação, e a frase clássica "ganho bem mas não sei pra onde vai". Eixo da conversa: caixa e patrimônio, a travessia de médico autônomo pra médico que gere um sistema.

Tem uma pergunta que muda a relação de muito médico com o próprio consultório: se você parar de atender por 90 dias, o que acontece com a tua renda? A resposta costuma incomodar o suficiente pra valer a conversa.

Ganhar bem e não ver o dinheiro virar patrimônio é das coisas mais comuns e menos faladas na medicina. O faturamento entra, some, e no fim do ano a pergunta fica: pra onde foi? Isso ressoa com o teu momento?

Uma virada que vejo em muito colega é parar de pensar como quem vende hora de trabalho e começar a pensar como quem constrói um sistema que gera renda. Você sente que tá mais no primeiro modo ou já começou a fazer essa travessia?

Se ele confirmar a dor, aprofunde (traga o custo à tona, uma pergunta por vez, sem pressa):

Nos últimos anos, o teu faturamento cresceu, mas o teu patrimônio acompanhou na mesma proporção? Pergunto porque essa distância, quando existe, custa caro lá na frente, e quase ninguém mede.

Se você seguisse exatamente como está hoje, sem mudar a estrutura, daqui a dez anos você estaria onde quer, ou só mais velho fazendo o mesmo? É uma pergunta dura, mas costuma ser a mais importante.

O que você já tentou pra fazer o dinheiro trabalhar por você em vez de depender só da tua agenda? Deu certo, travou no meio, ou nunca teve tempo de olhar isso com calma?

Depois que ele sentir o custo, abra o desejo (deixe ELE dizer o que ganharia):

Se daqui pra frente cada real que entra passasse a construir patrimônio de verdade, o que isso mudaria na tua tranquilidade lá na frente?

Como seria chegar num ponto em que atender vira escolha, e não obrigação pra manter a conta em pé?

## Objecções da prospecção e como responder

Regra geral: objeção na prospecção se responde curto, com honestidade e sem defesa. Quem se explica demais parece culpado de algo.

"O que é essa Reunião de Diagnóstico?"

É uma conversa individual comigo, onde eu passo a régua na tua operação inteira: agenda, caixa, equipe, captação e modelo. Você sai com um mapa do que está travando e do que fazer primeiro, pra implementar como preferir. Em alguns casos o diagnóstico só confirma que está tudo saudável, o que também é uma ótima notícia.

Pensa numa consulta, só que do teu consultório em vez do teu paciente. Eu olho como tá cada parte do negócio, aponto onde está o gargalo e onde está o dinheiro escondido, e te entrego um plano de primeiros passos. É tua essa leitura, faça o que quiser com ela depois.

É uma hora comigo, individual, pra mapear onde tua carreira e teu consultório estão hoje. Você sai sabendo com clareza o que atacar primeiro. Tem colega que saiu de lá e implementou tudo sozinho, e funcionou.

"Isso é venda de mentoria?" (resposta transparente, sempre)

Justo perguntar. Existe uma mentoria pra quem quiser implementar acompanhado depois, e quando faz sentido pros dois lados eu mesmo te falo dela no final. O diagnóstico em si se sustenta sozinho: o mapa é teu, tem colega que implementou tudo por conta própria, e não existe obrigação nenhuma de dar passo além da conversa.

Pergunta honesta merece resposta honesta: sim, eu tenho uma mentoria, e em alguns casos, no fim da conversa, faz sentido eu te apresentar. Mas o diagnóstico vale por si, você sai com clareza mesmo que a gente nunca mais fale de programa nenhum.

Olha, eu não te chamo pra te empurrar nada. O diagnóstico existia antes da mentoria e continua valendo sozinho. Se no fim rolar um encaixe pra gente trabalhar junto, eu falo com transparência, e se não rolar, você leva o mapa do mesmo jeito.

"Quanto custa?"

A reunião de diagnóstico não custa nada. Se um dia você quiser conversar sobre acompanhamento, aí sim existe investimento e eu trato disso pessoalmente contigo, mas essa conversa só acontece se e quando fizer sentido.

O diagnóstico é sem custo. O que tem investimento é a mentoria, pra quem decide seguir acompanhado depois, e disso eu falo contigo pessoalmente se e quando o momento chegar. Por ora, a conversa é de graça e vale por si.

Nada. A conversa de diagnóstico é minha cortesia. Se depois você quiser implementar comigo, existe um programa pago, mas isso é papo pra outro momento e só se fizer sentido pros dois.

"Não tenho tempo."

Entendo demais, e essa resposta costuma dizer muito: agenda sem espaço nenhum é justamente o sintoma que mais aparece no diagnóstico. É uma conversa única, marcada no horário que te servir, e o retorno dela é você parar de resolver isso no improviso.

Te entendo, e vou ser honesto: "não ter tempo" costuma ser o próprio problema que a conversa ajuda a resolver. É uma hora só, no horário que te servir, e é justamente sobre botar teu consultório pra rodar sem depender tanto de você.

Imagino a correria, de verdade. Por isso a conversa é única e marcada quando for melhor pra ti, até fora do horário de atendimento se precisar. Costuma ser das poucas horas que devolvem tempo em vez de tomar.

"Me manda os detalhes por escrito."

Te mando o essencial: uma conversa individual minha contigo, cerca de uma hora, sobre a tua operação e não sobre teoria. Você sai com o mapa dos gargalos e um plano de primeiros passos. O restante depende do teu contexto, e é justamente por isso que funciona como conversa e renderia pouco como texto.

Claro. O básico é esse: uma hora comigo, individual, sem custo, pra olhar teu consultório de ponta a ponta e te entregar um plano do que priorizar. O detalhe mesmo depende do que aparecer no teu caso, e é por isso que rende como conversa e não como texto.

Posso resumir: é um raio-x do teu negócio médico, feito por mim, numa conversa de cerca de uma hora, da qual você sai com clareza do que atacar. Escrever tudo antes tiraria a graça, porque metade do valor está em olhar a tua situação específica.

"Já tenho mentor / já faço consultoria."

Ótimo sinal, quem investe nisso costuma ser exatamente quem mais aproveita um segundo olhar. O diagnóstico não concorre com o que você já faz: é uma leitura externa da operação, e na pior das hipóteses confirma que o caminho atual está certo.

Que bom, isso já te coloca na frente da maioria. Encara o diagnóstico como uma segunda opinião, daquelas que a gente pede na medicina o tempo todo. Se confirmar o que você já faz, ótimo; se mostrar um ponto cego, melhor ainda.

Perfeito, então você já entende o valor de ter alguém de fora olhando. Não venho pra substituir ninguém, venho com um olhar sobre a operação como negócio, que às vezes é diferente do foco de quem te acompanha hoje. Vale como complemento.

## Transição pro agendamento (com o apoio do assessor na logística)

Existem dois caminhos pra fechar o agendamento, e os dois começam do mesmo jeito: retomando a dor que o próprio prospect nomeou.

Caminho direto (prospect quente, critérios da seção 5 completos): o convite sai na própria conversa do direct.

Nome, pelo que você me contou de retomar a dor que ele mesmo nomeou, acho que uma conversa mais funda comigo te renderia muito. É a Reunião de Diagnóstico Q4: individual, sem custo, onde eu mapeio contigo a operação inteira e você sai com clareza do que atacar primeiro. Topa? Se sim, me manda dois ou três horários da tua semana que eu encaixo na minha agenda.

Nome, por tudo que você trouxe sobre dor que ele nomeou, acho que a gente precisa sentar pra olhar isso com calma. Eu faço uma conversa individual, sem custo, onde mapeio teu consultório inteiro e te mostro por onde começar. Que tal? Me passa uns horários da tua semana que eu me organizo.

Nome, isso que você descreveu de dor que ele nomeou é exatamente o tipo de coisa que fica clara numa boa olhada de fora. Que tal a gente marcar uma conversa individual? Sem custo, cerca de uma hora, e você sai com um mapa do que atacar primeiro. Me diz dois ou três horários bons pra ti.

Caminho com apoio do assessor na logística (quando a organização pede WhatsApp, ou a agenda precisa de ajuste fino): ainda na voz do Carlos, que apresenta o assessor como parte natural da própria operação.

Fechado, nome. Pra gente não se perder no direct, meu assessor nome do assessor te chama no WhatsApp e organiza os horários comigo. Ele cuida da minha agenda e deixa tudo redondo pra nossa conversa.

Perfeito, nome. Pra facilitar, vou pedir pro nome do assessor, que cuida da minha agenda, te chamar no WhatsApp e acertar o melhor horário. Assim a gente já deixa tudo certo pra nossa conversa.

Show, nome. Deixa que o nome do assessor, meu braço direito na organização, te chama no WhatsApp pra encaixar um horário que sirva pra nós dois. Qualquer coisa você trata direto com ele que ele resolve rápido.

No WhatsApp o assessor fala no próprio nome, cuidando só da logística (a relação segue sendo do Carlos):

Oi, nome, aqui é o nome do assessor, assessor do Dr. Carlos. Ele me pediu pra organizar a conversa de vocês. Me diz dois ou três horários da tua semana que eu encaixo na agenda dele.

Opa, nome, tudo bem? Aqui é o nome do assessor, eu ajudo o Dr. Carlos com a agenda. Ele me passou pra alinhar a conversa de vocês. Quais dias e horários costumam ser melhores pra ti nesta semana ou na próxima?

Oi, nome! nome do assessor falando, cuido da organização da agenda do Dr. Carlos. Pra deixar a conversa de vocês marcada, me diz dois ou três horários que te servem que eu já encaixo com ele.

Conversa rápida de qualificação (opcional, 10 a 15 minutos, feita pelo assessor já dentro da etapa de logística no WhatsApp): usada quando o chat não deu base suficiente pra saber se a reunião com o Carlos vale pros dois lados. O enquadramento pro prospect é de organização ("entender teu contexto pra conversa com o Carlos já começar afiada"), nunca de triagem comercial. É uma conversa leve de contexto, com no máximo cinco perguntas de situação (tamanho da operação, equipe, fonte dos pacientes, o que mais incomoda hoje, o que já tentou), sem aprofundar implicação e sem falar de oferta. Terminou com os critérios fechados: agenda na hora. Terminou sem fit: agradece com verdade e mantém o relacionamento.

Mecânica do agendamento, em qualquer caminho:

- 
- 0 1 Prospect topou: peça duas ou três opções de horário dele (quem escolhe o horário comparece mais).
- 
- 0 2 Confirme data e hora na mesma conversa e diga o que acontece a seguir, na voz do Carlos ("vou chegar na nossa conversa já tendo olhado teu contexto").
- 
- 0 3 Registre tudo na passagem de bastão (seção 11) no mesmo dia.
- 
- 0 4 Um dia antes da reunião, mensagem curta de confirmação, com tom de quem está organizando o dia e nunca de quem desconfia do comparecimento.
- 

Confirmação de véspera no direct (voz do Carlos): "Nome, amanhã às hora a gente conversa. Já dei uma olhada no teu contexto e separei o horário na minha agenda. Qualquer imprevisto me avisa por aqui que a gente reencaixa." Confirmação de véspera no WhatsApp (voz do assessor): "Nome, amanhã às hora você fala com o Dr. Carlos. Ele já olhou teu contexto e separou a conversa na agenda. Qualquer imprevisto me avisa por aqui que eu reencaixo."

## Passagem de bastão pra reunião

O Carlos entra na reunião sabendo com quem vai falar. Pra cada agendamento, registre e entregue à operação (no canal combinado com a equipe) o dossiê curto do prospect:

- Nome, especialidade, cidade, link do perfil.
- Origem do contato (interação, indicação com o nome de quem indicou, frio) e data do primeiro toque.
- A dor que ele mesmo nomeou, com as palavras dele (copie a frase, isso vale ouro na abertura da reunião).
- Perfil dominante (prisioneiro da agenda, refém do convênio, fatura sem sobrar) e sinais observados.
- O que já foi dito sobre a mentoria, se ele perguntou de preço, se já tem mentor.
- O que a conversa rápida de qualificação levantou, quando ela aconteceu.

- Qualquer detalhe relevante que ele trouxe espontaneamente (abriu clínica nova, trocou de cidade, contratou gente).

Regra de qualidade: se o dossiê não permite ao Carlos abrir a reunião citando o contexto do prospect sem perguntar de novo, a passagem de bastão falhou.

## Apresentação da oferta (quando e como ela entra)

A oferta só entra quando três coisas são verdadeiras ao mesmo tempo: o diagnóstico revelou gargalos relevantes, o prospect demonstrou vontade de resolver acompanhado (perguntou "e como você ajuda nisso?" ou equivalente), e o Carlos enxerga que consegue gerar resultado naquele caso.

A forma: a oferta nasce do próprio mapa. Cada movimento do plano vira uma frente do acompanhamento, e a transição soa natural: "tudo isso que a gente mapeou dá pra você tocar sozinho, e o plano é teu de qualquer jeito. Se quiser fazer essa travessia acompanhado, é exatamente esse o trabalho que eu faço na mentoria".

A escada, apresentada de cima pra baixo e sem pressa (valores conferidos em produtos-e-oferta.md):

**Protocolo Q4 completo (Do Prontuário ao Patrimônio)**

12 meses, R\$ 75.000

**Versão condensada**

6 meses, R\$ 50.000

**Módulo isolado (o pilar do gargalo principal)**

3 meses, R\$ 35.000

Regras da apresentação: sem urgência artificial e sem desconto de balcão; o curso Arquitetura do Consultório de Sucesso não é divulgado nem vendido, podendo entrar como cortesia pra quem fecha; prospect que pede prazo pra pensar recebe data combinada de retorno, escolhida por ele; e promessa de número específico de

resultado não existe em hipótese alguma, o que existe é história real de mentorado contada com contexto.

## Acompanhamento depois da reunião

Três trilhas, todas com dono e data:

Quer pensar: na própria reunião se combina o dia do retorno (ele escolhe). No dia, a mensagem retoma o mapa e pergunta o que ficou martelando, sem empurrar. Dois retornos sem definição encerram com elegância e movem pra trilha de longo prazo.

Vai implementar sozinho: mensagem na semana seguinte com o plano formalizado por escrito. Recontato único em 60 a 90 dias perguntando como foi a execução do primeiro movimento, com interesse genuíno. Quem implementou e viu resultado é o melhor candidato do mundo a uma conversa de mentoria seis meses depois, e o melhor divulgador mesmo que nunca compre.

Fechou: entra no fluxo de entrada da mentoria no mesmo dia, com boas-vindas do Carlos. Velocidade aqui define a percepção de qualidade de tudo que vem depois.

Todo prospect que passou por reunião, em qualquer trilha, entra na lista de relacionamento de longo prazo: interações do perfil, convite pra live mensal, conteúdo relevante mandado pontualmente quando tiver a cara dele (uma vez a cada mês ou dois, no máximo).

## Como subir resposta, comparecimento e fechamento

Taxa de resposta:

- Gancho específico sempre vence gancho genérico. Mensagem que serviria pra qualquer médico rende taxa de mensagem que serviria pra qualquer médico.
- Aquecimento antes da abordagem (seção 6) e priorização de quem interagiu nos últimos 7 dias.
- Primeira mensagem terminando em pergunta leve e fácil de responder, nunca em bloco de informação.

- Horário de envio humano e volume que permite personalizar de verdade.
- Peça indicação ativamente aos mentorados: "quem do teu círculo está vivendo aquele momento de agenda cheia e estrutura no limite?" Indicação chega com o dobro da confiança de qualquer outra origem.

Comparecimento:

- Horário escolhido pelo prospect, confirmação de véspera com o toque de "o Carlos já olhou teu contexto" (reciprocidade e compromisso).
- Intervalo curto entre convite aceito e reunião: o ideal é dentro da mesma semana. Entusiasmo tem prazo de validade.
- Remarcação sem drama na primeira falta, com nova confirmação de véspera. Segunda falta encerra o ciclo educadamente e move pra lista de longo prazo.

Fechamento (o que a prospecção controla):

- Qualificação honesta na entrada. Reunião com prospect errado desperdiça o recurso mais caro da operação, que é a hora do Carlos.
- Dossiê completo na passagem de bastão: reunião que abre com contexto fecha mais.
- Expectativa certa na prospecção: quem chega esperando diagnóstico e recebe diagnóstico confia; quem chega desconfiado de emboscada comercial trava. A honestidade da abordagem é, na prática, a maior alavanca de fechamento da operação inteira.

## Indicadores da operação

---

0 1      Rotina diária e ritual semanal de calibragem

---

0 2      Biblioteca de conversas-gabarito (nasce vazia, cresce com a operação)

---

A meta da janela atual (conferida no funil): 10 mentorias em 5 meses, R\$ 750 mil. De trás pra frente, com taxas conservadoras de partida, isso pede cerca de 2

fechamentos por mês, o que dá aproximadamente 5 reuniões realizadas por mês e é sustentado pelo volume de 10 abordagens novas por dia útil.

O que medir toda semana, e o que cada número denuncia quando cai:

**Taxa de resposta (respondeu / abordado)**

25 a 35% na base morna, Gancho genérico, volume alto demais, aquecimento pulado

**Conversa que vira convite**

30 a 40%, Qualificação frouxa na escolha de quem abordar

**Convite que vira agendamento**

50 a 60%, Convite adiantado (critérios da seção 5 ignorados)

**Comparecimento**

75 a 85%, Intervalo longo até a reunião, confirmação fraca

**Reunião que vira proposta**

em torno de 50% (só quando há fit), Dossiê fraco ou prospect errado chegando na agenda

**Proposta que vira fechamento**

30 a 40%, Expectativa mal calibrada lá atrás, na prospecção

Essas faixas são ponto de partida, e o número real das primeiras 6 semanas passa a ser a régua. Registre cada contato numa planilha simples com: data, nome, origem, perfil, toque atual, resposta, convite, agendamento, comparecimento, desfecho. Sem esse registro, nenhuma conversa sobre melhorar taxa tem chão.

## Rotina diária e ritual semanal de calibragem

O playbook diz o quê; esta seção diz quando. A rotina existe pra proteger o que mais se perde no dia a dia: a personalização das abordagens e a consistência do acompanhamento.

Rotina diária (blocos, não horários rígidos):

- 
- 0 1 Bloco de respostas (primeiro do dia): responder tudo que chegou, na voz do Carlos, antes de abrir conversa nova. Prospect que respondeu ontem e ficou no vácuo esfria mais rápido do que contato novo esquentar.

---

  - 0 2 Bloco de confirmações e logística: confirmações de véspera, remarcações, dossiês pendentes da passagem de bastão.

---

  - 0 3 Bloco de aquecimento: interações leves (curtida, resposta de story) com os perfis que entram na lista de abordagem dos próximos 7 a 14 dias.

---

  - 0 4 Bloco de abordagens novas: as 10 do dia, uma a uma, com gancho específico. De preferência espalhadas em dois ou três momentos do dia, nunca em rajada.

---

  - 0 5 Fechamento do dia: registro na planilha (toque, resposta, convite, agendamento, desfecho) enquanto a memória está fresca. Registro de véspera vira registro inventado.
- 

Ritual semanal de calibragem (30 a 45 minutos, com o dono da operação comercial):

- Ler os números da semana contra as faixas da seção 15 e nomear o gargalo da semana (um só, o mais caro).
- Revisar as 2 melhores e as 2 piores conversas da semana, entender o que as separou, e decidir se algum script ou gancho muda.
- Alimentar a biblioteca de conversas-gabarito (seção 17) com o que mereceu entrar.
- Conferir a lista de abordagem da semana seguinte: fontes, sinais de momento certo, e o que o feed vai publicar (post da semana é pretexto de abordagem).

Regra do ritual: mudança de script acontece ali, com dado na mesa, uma por vez. Script que muda toda hora nunca gera aprendizado, e script que nunca muda apodrece.

## Biblioteca de conversas-gabarito (nasce vazia, cresce com a operação)

Mesmo padrão que a operação já usa em copy: gabarito real vale mais que teoria. Esta biblioteca começa vazia e é alimentada no ritual semanal, nunca no calor do momento.

Onde mora: comercial/conversas-gabarito/, um arquivo por conversa, nome no padrão AAAA-MM-DD-resultado-descricao-curta.md (ex.: 2026-07-20-reuniao-agendada-perfil-agenda.md).

O que entra:

- Conversa que virou reunião: a sequência completa, anonimizada (trocar nome e cidade do prospect), com nota curta do porquê funcionou (gancho, tempo de resposta, transição).
- Conversa que morreu de forma instrutiva: onde exatamente ela quebrou, e o que seria testado diferente.
- Objeção nova que ainda não está na seção 9, com a resposta que foi dada e o resultado.

Regras da biblioteca:

- 
- 0 1 Entra por decisão do ritual semanal, com no máximo 2 ou 3 arquivos novos por semana. Biblioteca gorda de conversa mediana não ensina nada.
- 
- 0 2 Todo novo ocupante do papel de assessor lê a biblioteca inteira antes da primeira abordagem (é o material de treino mais valioso da função).
- 
- 0 3 Quando um padrão se repetir na biblioteca (mesmo gancho funcionando três vezes, mesma objeção aparecendo), ele é promovido: vira ajuste permanente no script correspondente deste playbook.
- 
- 0 4 Prospect real nunca é identificável nos arquivos. Nome, cidade e detalhes que entreguem a pessoa são trocados no momento do registro.
-

## Checklist de ouro antes de apertar enviar

Passe toda mensagem por estas sete perguntas:

---

0 1 Eu leria essa mensagem em voz alta pra um colega médico sem vergonha?

---

0 2 Tem pelo menos um detalhe que só serve pra ESSE médico?

---

0 3 Alguma pergunta invasiva, íntima ou de qualificação prematura?

---

0 4 Estou explicando demais? (primeira mensagem com mais de 4 linhas é sinal amarelo)

---

0 5 Prometi número, criei urgência ou inventei escassez? (se sim, apaga)

---

0 6 Usei o nome oficial, Reunião de Diagnóstico Q4, sem apelido?

---

0 7 A pergunta final: parece convite genuíno de um par, ou parece venda? Se parecer venda, reescreve.

---



---

Do Prontuário ao Patrimônio  
Dr. Carlos Eurico da Luz Pereira

Documento de uso exclusivo da operação comercial do Protocolo Q4. Reprodução não autorizada.