

VAROS · AWSALES

Briefing da Campanha

SDR de IA + SPIN — Formação de Consultores

05 de maio de 2026

A Varos vai capturar leads via typeform de aplicação. **Os leads que qualificarem** (independente de terem agendado ou não no Calendly) serão direcionados para o SDR de IA da AWSales, que vai conduzir uma conversa estruturada de SPIN selling pelo WhatsApp pra refinar o ICP do produto e entregar o lead pré-qualificado para o vendedor humano.

TODOS ESSES LEADS VÃO ENTRAR NA CLINT, NA ORIGEM CAMPANHAS, Funil - Formação de Consultores, em reunião agendada, com a tag “[FORM CONSULT] TYPE”

CAPÍTULO 1

Contexto e Fluxo

Sobre o produto

A Formação de Consultores (FMC) é o programa intensivo da Varos para profissionais que querem migrar para o mercado financeiro como consultores de investimentos. Ticket médio R\$ 5.700, vendido em reuniões de 45 minutos com closers humanos.

Como funciona o fluxo

1	Lead vê anúncio e completa typeform de aplicação (11 perguntas em 4 blocos: identificação, background, perfil e compromisso)
2	Sistema avalia: qualifica ou não qualifica. <i>Quem não qualifica recebe mensagem direta de "não é o momento" e sai do funil.</i>
3	Quem qualifica vê o link do Calendly pra agendar reunião com o time de vendas humano.
4	Independente de ter agendado ou não, TODOS ESSES LEADS VÃO ENTRAR NA CLINT, NA ORIGEM CAMPANHAS, Funil - Formação de Consultores, em reunião agendada, com a tag "[FORM CONSULT] TYPE". Esse deve ser o trigger da agente de IA
5	SDR de IA AWsales inicia conversa imediatamente via WhatsApp. Conduz roteiro SPIN de 10 minutos.
6	AWsales vai nos permitir ter um diagnóstico do lead (dor, urgência, sinais de fechamento, objeções esperadas) pro closer humano.

CAPÍTULO 2

Objetivos

Operacional

- **Aumentar a taxa de comparecimento** às reuniões agendadas.
- **Aumentar a conversão final** na reunião com o closer humano (lead chega mais quente, com objeções já mapeadas).
- **Recuperar leads que não agendaram** mas qualificaram — usar o SPIN pra puxar pra dentro do funil de vendas. (isso vai ser muito raro. 99% dos leads que vierem estarão com suas reuniões já agendadas). Se o lead estiver na etapa de reunião agendada, é porque ele agendou a reunião. Se for esse caso, parte direto para qualificação.

Estratégico | o motivo principal

O QUE QUEREMOS DESCOBRIR

Qual é a real qualificação necessária de um potencial cliente da Formação de Consultores? Hoje a Varos opera com um ICP que é em grande parte hipótese. Cada conversa do SDR de IA gera dado qualitativo profundo (transcript, padrões de resposta, dores reveladas) que vai virar o ICP real do produto. Esse é o produto principal do experimento.

CAPÍTULO 3

Papel da AWSales

Os 2 cenários que a AWSales recebe

Cenário	Como o SDR de IA atua
Lead qualificou e AGENDOU reunião (isso vai ser 99% dos casos)	Conversa de aquecimento + diagnóstico antes da reunião. Foco em mapear dor, objeções e expectativas pra entregar briefing completo ao closer.
Lead qualificou e NÃO AGENDOU reunião	Conversa de qualificação aprofundada via SPIN. Objetivo: entender por que não agendou + tentar recuperar o agendamento. Se não agendar, mapear motivo pro time.

A metodologia: SPIN selling

A IA conduz uma conversa estruturada em 4 estágios sequenciais. Tempo total: 10-15 minutos. Tom: consultivo e curioso, não vendedor.

1. Situação

Entender o contexto atual do lead — onde está, o que faz, qual sua relação com investimentos.

- **Por que se interessou pela formação de consultores?**
- Onde você trabalha hoje e há quanto tempo?
- Você já investe? Há quanto tempo?
- Tem patrimônio investido? Em que faixa?

2. Problema

Trazer à tona problemas, frustrações ou insatisfações com a situação atual.

- O que mais te incomoda na sua carreira atual?
- Por que considera virar consultor de investimentos?
- Sente que tem um teto de crescimento na sua área hoje?

3. Implicação

Aprofundar nas consequências de não resolver o problema. Onde a urgência real aparece.

- Onde você se vê em 5 anos se nada mudar?
- Sua renda atual permite os objetivos pessoais e familiares que você tem?
- Quanto tempo ainda aguenta a situação atual?

- **Você acha que na sua carreira atual é possível ganhar mais de 15 mil reais no mês em 2 anos?**

4. Necessidade-Resultado

Levar o lead a verbalizar o valor da solução. É aqui que o "comprador" se diferencia do "curioso".

- Como seria sua vida com renda recorrente de R\$ 20 mil/mês?
- Qual o impacto em 12 meses se você começar a transição agora?
- Se já agendou: o que você espera descobrir na reunião com nosso time?

CAPÍTULO 4

O que precisamos

Por lead processado

Item	Detalhamento
Status final	Conversou e agendou · Conversou e recusou · Não respondeu
Transcript completo (ignorar isso por enquanto, olhamos na plataforma)	Toda a conversa do WhatsApp em formato texto
Briefing pro closer (instruções de onde colocar ao final do documento)	Resumo de 5-10 linhas com: contexto profissional, dor principal identificada, urgência percebida, sinais de objeção (especialmente preço), motivação central
Campos estruturados	Dor principal · Capacidade financeira percebida · Principal objeção · Motivação central

ONDE COLOCAR ESSAS INFORMAÇÕES?

Briefing para o closer -> Campo de negócio -> [FMC - SDR IA] Anotações

Dor principal -> Campo de contato -> [FMC] Dor principal

Capacidade Financeira Percebida -> Campo de contato -> [FMC] Capacidade Financeira

Principal Objeção -> Campo de contato -> [FMC] Objeção

Motivação Central -> Campo de contato -> [FMC] Motivação