



Treinamento Comercial 2025



Benedito Caetano

Gerente Comercial

Formado em Administração

Pós graduado em Gestão comercial e Marketing

11 anos de Mercado Educacional



O que te motiva?

O que me motiva !

Técnicas de vendas

Objeções

Rotinas de atendimentos

Leads META e ADS

Concorrência e mercado

Conhecimento ?

Dinheiro ?

O que te motiva ?

Poder ?

O que me motiva !



O que me motiva !



Rapport

**"A arte de criar conexão,
empatia e sintonia com o
aluno."**

Rapport na Prática

Exemplo prático:

Cliente está hesitante sobre iniciar o curso técnico.

Você responde com empatia:

“Eu entendo você. Mudar de carreira dá medo mesmo. Quando eu entrei nesse setor, também pensei assim...”

Storytelling

“É contar histórias reais ou simbólicas para gerar identificação e emoção.”

Storytelling

Por que usar:

- **Histórias conectam mais do que dados**
- **Facilita a memorização da mensagem**
- **Gera autoridade e humanização**
- **Jornada do Herói**

Storytelling na Prática

“Tivemos um aluno aqui na cidade que começou o curso de Eletrotécnica e, em 6 meses, já estava contratado por uma indústria local. Ele morava com os pais e hoje ajuda a pagar as contas de casa.”

Aluno se imagina no lugar da pessoa e se engaja.

Senselling

“Venda baseada na ativação sensorial e emocional do cliente.”

Como aplicar:

- **Linguagem que ativa os sentidos: “Imagine você usando o uniforme da empresa, com seu crachá...”**
- **Criar visualização do futuro (técnica do 'futuro ideal')**
- **Usar metáforas: “Esse curso é o trampolim para sua nova fase.”**

Senselling na Prática

“Feche os olhos por um segundo e pense: como seria sua vida daqui a 1 ano, empregado, ganhando seu próprio salário, ajudando em casa ou até investindo nos seus sonhos?”

Emoção + visualização = decisão

Quando Usar Cada Técnica

Técnica	Melhor momento
Rapport	Início do contato
Storytelling	Meio da conversa, ao explicar benefícios ou tirar dúvidas
Senselling	No fechamento, ao ativar desejo e futuro ideal

Objeções

Objeção	Resposta
“Vou pensar”	“Perfeito, mas me diga: o que posso te explicar melhor para você decidir agora?”
“Está caro”	“Temos parcelamento em até x vezes. Posso te mostrar as opções?”
“Não tenho tempo”	“Nossos cursos são 100% EAD, você estuda quando e onde quiser!”
“Tenho medo de não aprender”	“O suporte é individual e tem aulas práticas. Além disso, nossa metodologia te conecta de maneira rápida e eficaz.”
“Vou comparar com outra escola”	“Posso te mostrar um comparativo para você ver que temos mais vantagens e suporte do início ao fim.”

Rotina de Atendimento

Primeiro contato	Responder em até 10 minutos.
Proposta	Enviar informações claras e personalizadas.
Follow-up	Retornar em 2, 5, 7 e 10 dias.
CRM	Registrar tudo, manter status atualizado e sempre respeitar as etapas do processo, principalmente o novo processo captação 2025.
Relatórios	Acompanhar taxa de conversão, tempo de resposta (ATM) e principais objeções.

Diferenças entre Leads do Google Ads x Meta Ads

Critério	Leads do Google Ads	Leads do Meta (Facebook/Instagram)
Intenção de compra	Alta: o lead busca ativamente por uma solução/cidade/curso	Média a baixa: impactado passivamente por um anúncio
Momento do funil	Fundo de funil (lead quente)	Topo ou meio do funil (lead frio ou morno)
Velocidade de resposta	Espera contato rápido, está pronto para conversar ou decidir	Precisa ser nutrido com valor, confiança e motivação
Comportamento	Já pesquisou, comparou, sabe o que quer	Ainda está descobrindo o curso ou sendo provocado a considerar
Tipo de abordagem	Direta e consultiva, voltada para fechamento	Mais emocional, educativa e relacional
Taxa de conversão	Geralmente mais alta (mas menor volume)	Volume alto, mas taxa de conversão menor
Exemplos de busca	“Curso técnico em logística em Imperatriz”	“Descubra como mudar de vida com um curso técnico” (anúncio)

E sobre o mercado?

- Como esta a taxa de conversão ?
- Houve aumento na base de alunos ?

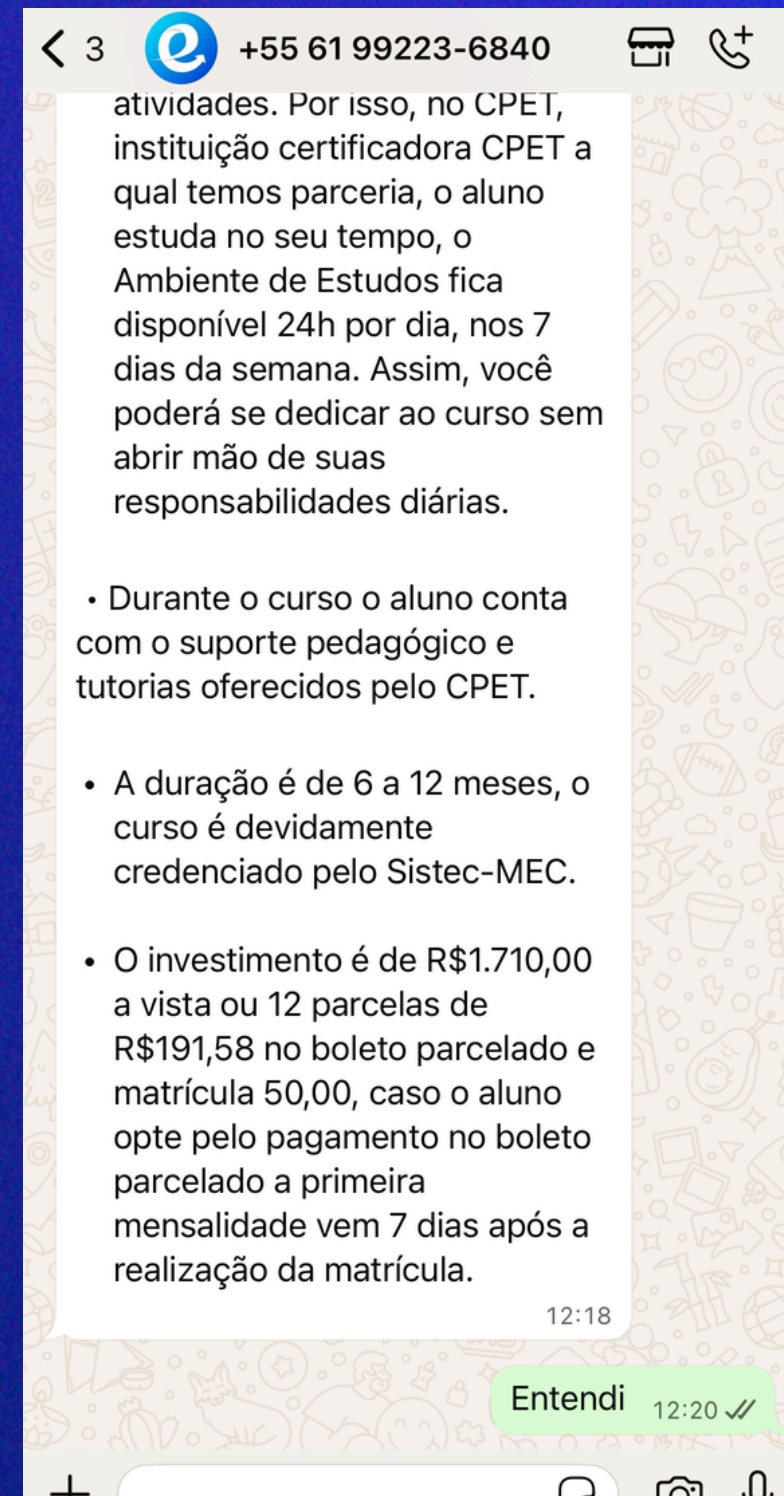
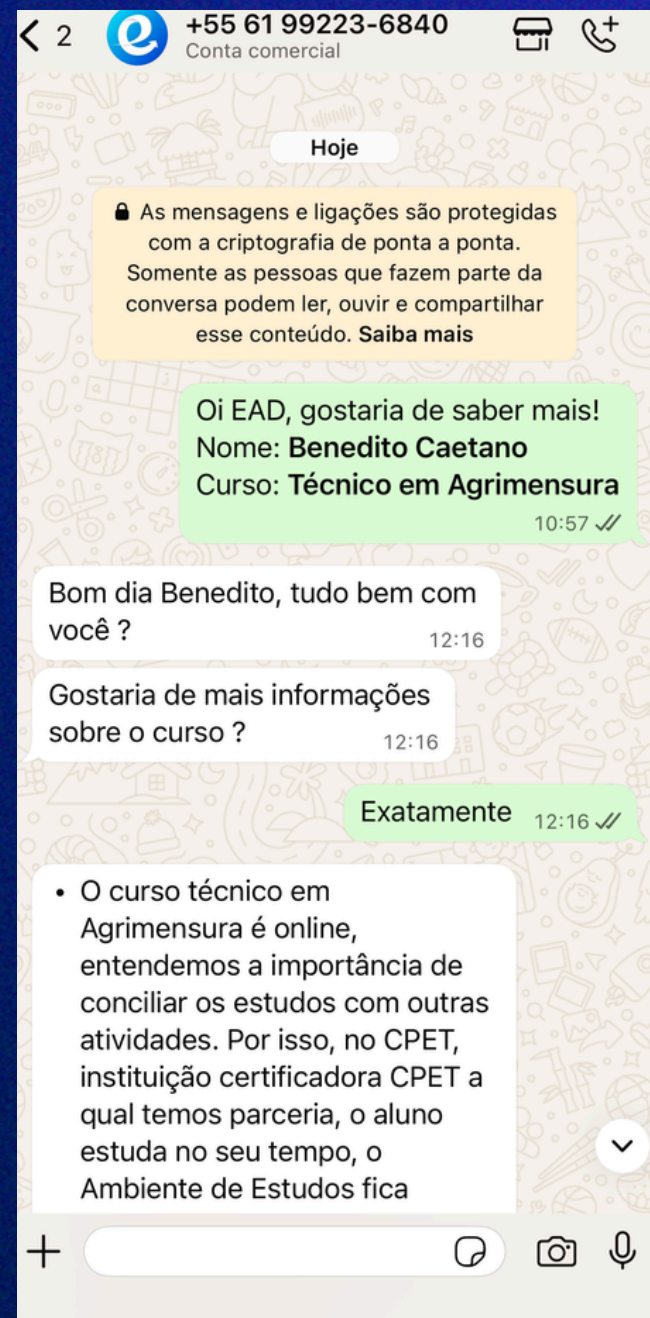
De 2019 a 2024, houve um aumento significativo de 28,8% na demanda por cursos técnicos, saltando de 646 mil para 832 mil estudantes. Esse crescimento indica uma valorização clara da formação técnica pelos jovens brasileiros

Fonte: Pnad 2024

Indicador	Estimativa / Valor Médio
Taxa média de conversão (educacional geral)	3,4% (2024), 2,67% (mediana de 2025)
Faixa típica para escolas técnicas privadas EaD	2,7% a 3,4%
Instituições top performer	Até ~7%
Meta Ads (Facebook/Instagram)	~3,01%
Google Ads	~2,32%
Efeito de automação/chatbot em conversão	+80% em casos de uso estratégico

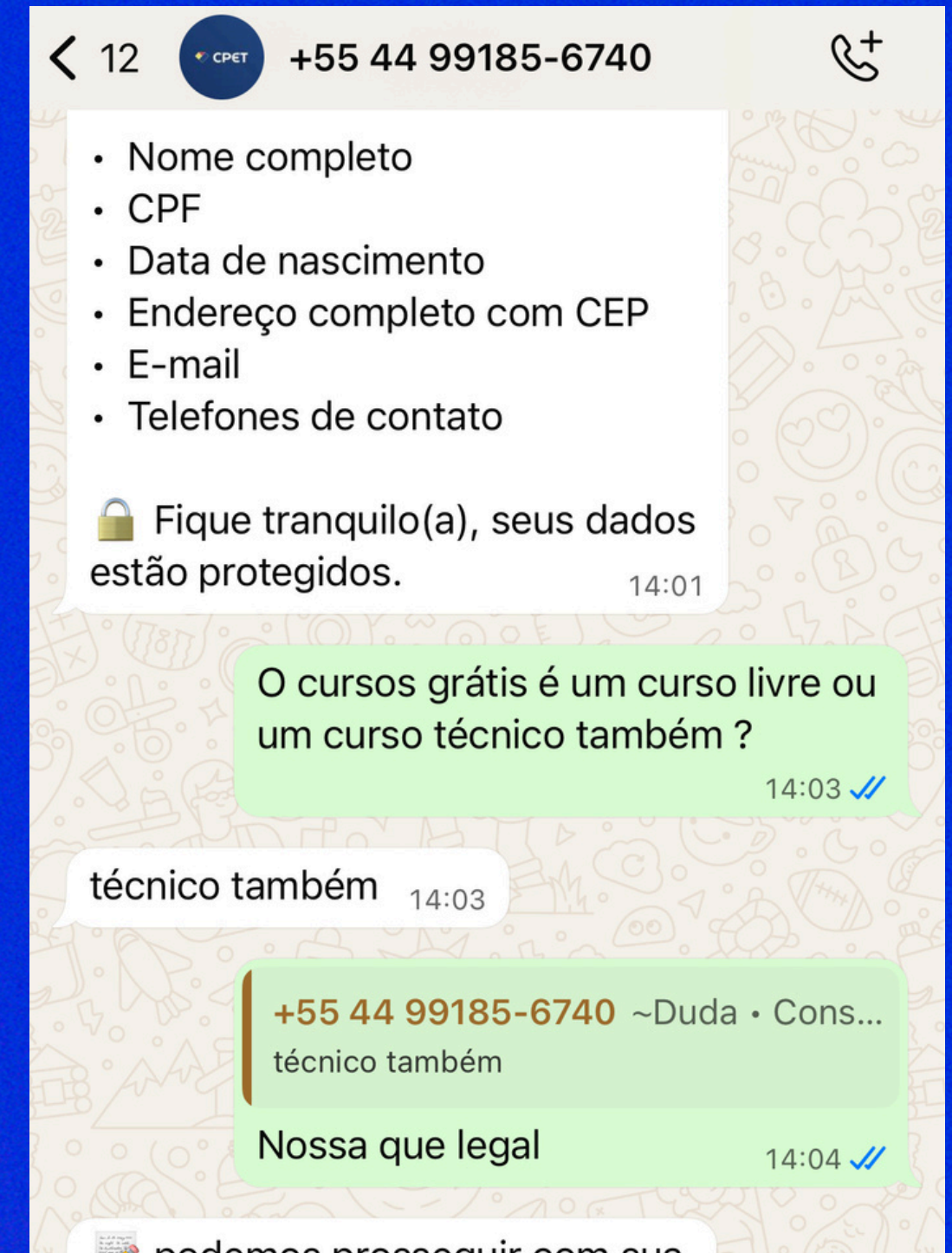
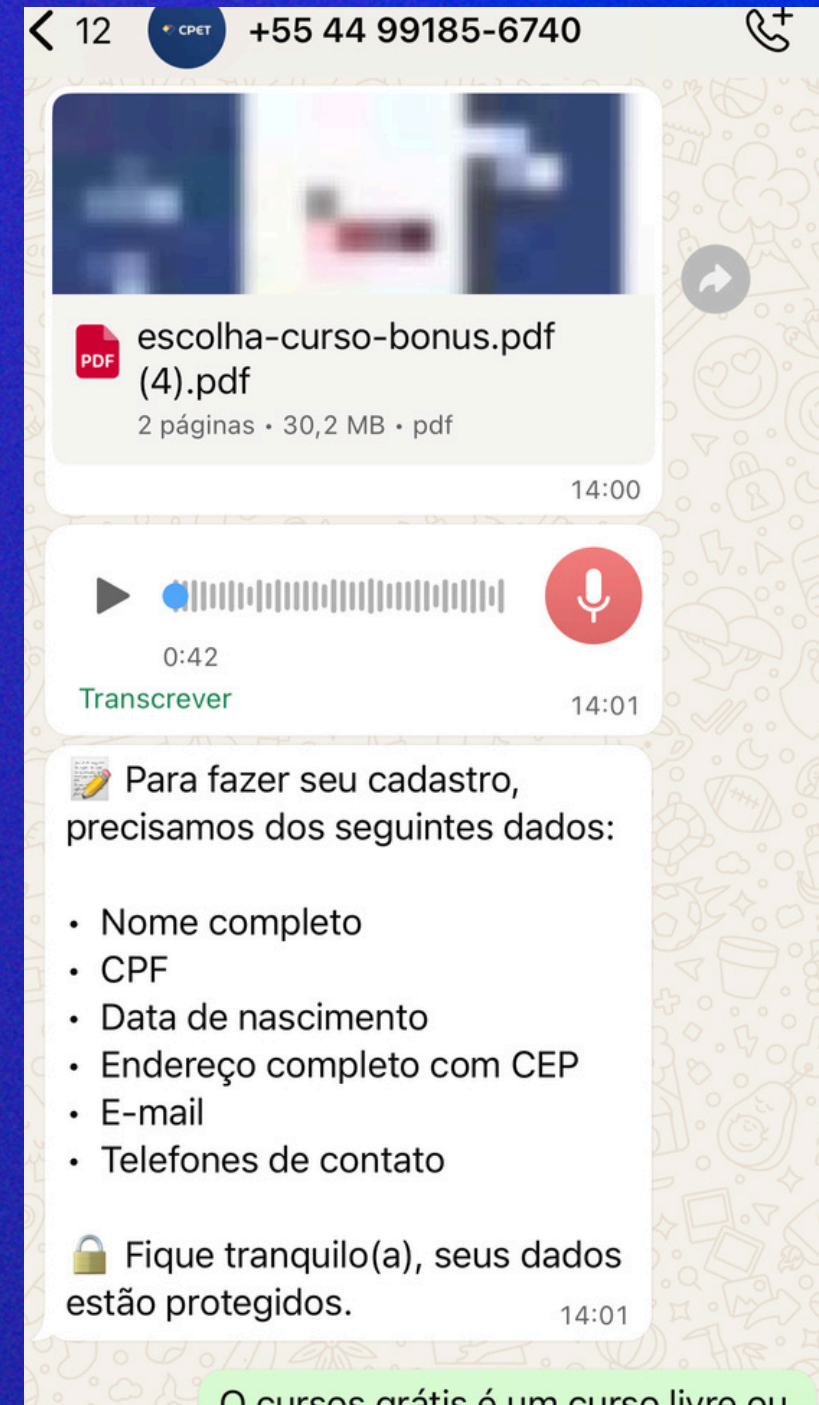
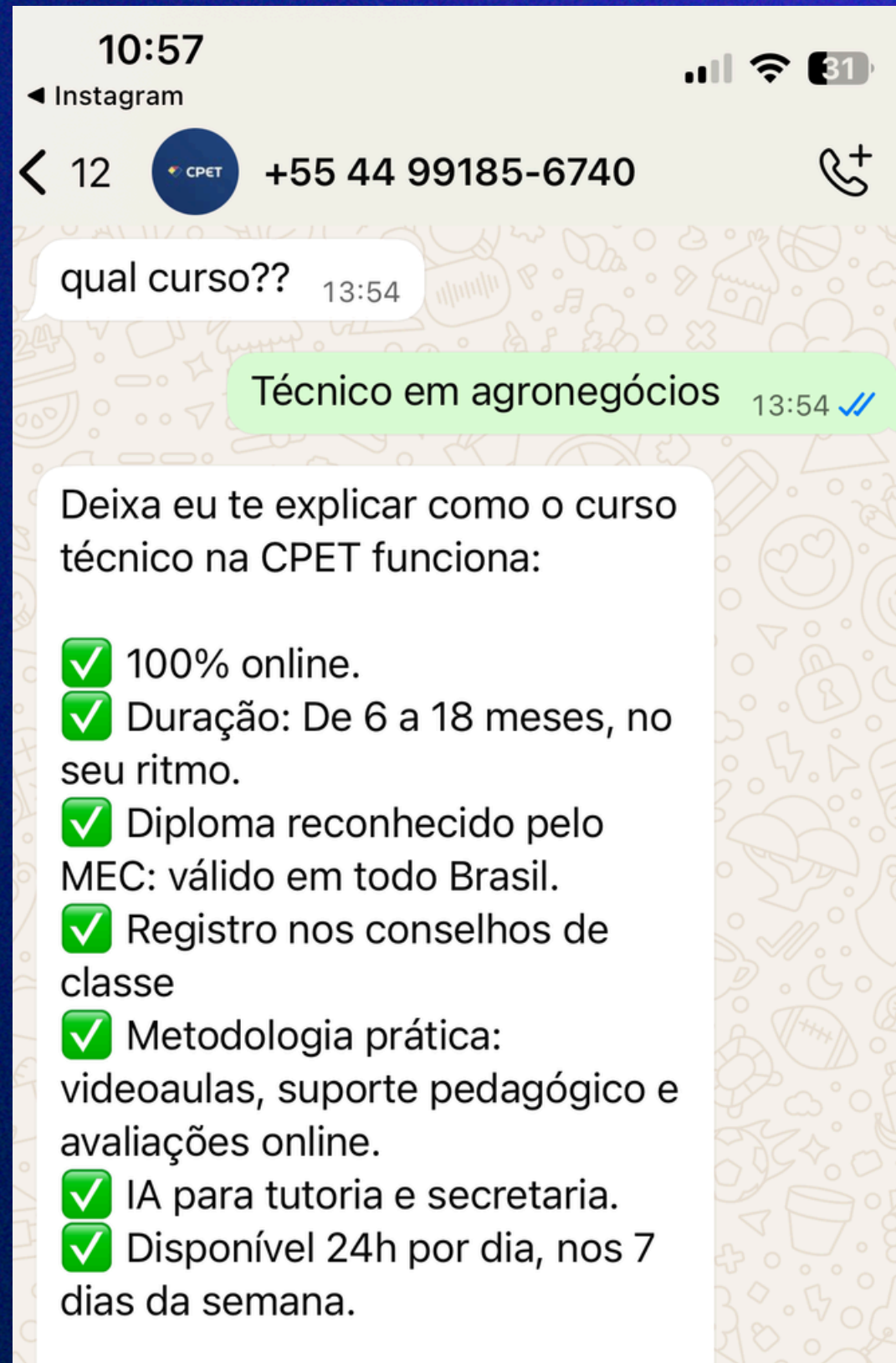
Fontes: academy.sellflux.com, cooperative.com.br/panorama, leadster.com.br/panorama, CRM RD, Hub Spot.

Trilha de atendimento da concorrência:



Instituto Evolução

Trilha de atendimento da concorrência:



Trilha de atendimento da concorrência:

O CPT após 7 dias fez o follow-up para aquecimento.

Oportunidades



Fazer acontecer!

Oportunidades

**neoenergia_oficial** 
Patrocinado

Seguir ...

Oportunidade na Neoenergia Bahia e Pernambuco

A maior empresa de energia do Norte e Nordeste está contratando profissionais que buscam remuneração competitiva, benefícios diferenciados e oportunidade de crescimento.

INSCRIÇÕES ATÉ 31/07

 Neoenergia

Saiba mais >



E aí?



"Não são os mais fortes que sobrevivem, nem os mais inteligentes, mas os que melhor se adaptam às mudanças."

— Charles Darwin

