

# Scripts comerciais para **clínicas**

Os scripts que usamos com clínicas que faturam acima de R\$300 mil por mês para reduzir desmarcação, aumentar conversão e padronizar o atendimento da CRC.

# Aviso de propriedade intelectual

Todo o conteúdo deste material é de propriedade intelectual da Overload, incluindo textos, scripts, frameworks, ilustrações, identidade visual e estrutura editorial.

Este documento foi elaborado pela **Overload Negócios Digitais Ltda.** e está protegido pela legislação brasileira de direitos autorais, em especial pela Lei nº 9.610/1998 (Lei de Direitos Autorais) e pelo artigo 184 do Código Penal Brasileiro.

A reprodução total ou parcial deste material, por qualquer meio ou processo, sem autorização prévia, expressa e por escrito da Overload, é estritamente proibida. Isso inclui, mas não se limita a:

- Cópia, redistribuição, comercialização ou compartilhamento público do material
- Reprodução de scripts, textos ou trechos em outros materiais, cursos, treinamentos ou conteúdos pagos ou gratuitos
- Adaptação, modificação ou utilização da identidade visual, estrutura ou elementos gráficos deste documento
- Atribuição de autoria a terceiros ou omissão da autoria da Overload

O descumprimento dessas condições configura violação de direitos autorais e está sujeito às sanções civis e criminais previstas em lei, incluindo indenização por danos materiais e morais, além de eventual responsabilização criminal.

## USO PERMITIDO

Você pode utilizar livremente os scripts e frameworks deste material no atendimento da sua clínica, customizando com a identidade do seu negócio. O que não é permitido é redistribuir, comercializar ou reproduzir o conteúdo em outros materiais.

## Pra quem foi feito esse manual

Esse material foi construído depois de 4 anos atendendo clínicas de estética, odontologia, dermatologia, harmonização e medicina. A maioria delas chegava até a Overload com o mesmo problema: **tráfego rodando, lead entrando, e a agenda continuando vazia.**

O ponto é que tráfego não preenche agenda. Quem preenche agenda é a CRC, a secretária, o atendimento. E quase nenhuma clínica trata o atendimento como o ativo comercial que ele é.

Esse manual foi feito pra resolver isso. São os scripts, cadências e tratamentos de objeção que a gente implementa nas clínicas que assessoramos. Eles não são teoria. Estão rodando hoje em clínicas que faturam de R\$80 mil a R\$2 milhões por mês.

### Você vai aproveitar esse material se

- É dono ou gestor de clínica e sente que o atendimento não converte o lead que custa caro pra entrar
- Tem CRC ou secretária respondendo no WhatsApp sem método estruturado
- Sofre com no-show, desmarcação e leads que somem depois do primeiro contato
- Não tem padrão claro pra cobrar consulta, agendar, fazer follow-up ou tratar objeção
- Quer profissionalizar a frente comercial da clínica antes de escalar tráfego

#### AVISO IMPORTANTE

Esses scripts não são pra serem copiados e colados no piloto automático. São base. Você vai customizar com o nome da sua clínica, dos profissionais, dos seus tratamentos, e principalmente com a voz da sua marca. O que não muda é a estrutura: cada bloco está aqui por uma razão comercial específica.

# Como usar esse manual

O atendimento de uma clínica passa por uma jornada previsível. O lead entra, é qualificado, agenda, confirma, comparece, fecha tratamento, paga sinal, é acompanhado, e vira indicação. Cada etapa tem armadilhas próprias.

Esse manual está organizado nessa ordem. Você não precisa ler do começo ao fim. Pode ir direto na etapa onde você está perdendo dinheiro hoje.

## Os 4 princípios por trás de todos os scripts

---

### 01. Velocidade vence script perfeito

Lead respondido em 5 minutos converte 3 a 5 vezes mais que lead respondido em 1 hora. Antes de ajustar copy, ajuste tempo de resposta. Nenhum script salva atendimento lento.

### 02. Qualifique antes de orçar

Mandar preço por WhatsApp antes da consulta de avaliação é o jeito mais rápido de queimar lead bom. O paciente não tem repertório pra avaliar valor sem diagnóstico. Sua função é levar pra avaliação, não fechar tratamento por mensagem.

### 03. Conduza, não pergunte

Pergunta aberta tipo "qual horário fica melhor?" entrega o controle pra um lead que ainda não decidiu nada. Ofereça duas opções concretas. Quem decide o caminho da conversa é quem está conduzindo o atendimento.

### 04. Follow-up sem pedir desculpa

A maior parte das clínicas perde lead por não fazer follow-up. A outra parte perde por fazer follow-up implorando atenção. Os scripts aqui assumem postura: a vaga é escassa, sua agenda é concorrida, e o lead que está vendo é quem perde.

# Sumário

<b>01</b>	Captação inicial e primeiro contato	06
<b>02</b>	Follow-up de primeiro contato	08
<b>03</b>	Objeção sobre preço pré-consulta	10
<b>04</b>	Apresentação da consulta de avaliação	11
<b>05</b>	Cobrança da consulta paga	13
<b>06</b>	Cadência de agendamento	15
<b>07</b>	Confirmação e lembretes	18
<b>08</b>	Orientações para consulta online	21
<b>09</b>	Cadência de no-show e desmarcação	22
<b>10</b>	Pós-consulta e fechamento de tratamento	25
<b>11</b>	Cobrança de sinal	27
<b>12</b>	Acompanhamento de exames e parceiros	29
<b>13</b>	Tratamento das 7 objeções principais	31
<b>14</b>	Pós-venda, NPS e avaliação Google	37
<b>15</b>	Descarte e mensagem de ausência	40
<b>16</b>	Bônus: régua de cadência consolidada	42

# 01. Captação inicial e primeiro contato

## PRINCÍPIO

O primeiro contato tem dois objetivos. Tirar o lead da rede social pro WhatsApp, e abrir uma pergunta que coleta dor ou desejo. Nada além disso. Não é hora de explicar tratamento, falar preço, nem mostrar agenda.

## SCRIPT 1.1

### Abordagem inicial via Instagram ou Facebook

Quando usar: lead chegou via DM, comentário ou Direct.

Oi, [NOME]! Tudo bem?

Obrigada pelo seu contato. Eu sou a [NOME DA CRC], faço parte do time de relacionamento da [NOME DA CLÍNICA], clínica do [NOME DO DOUTOR], e vou ser a responsável pelo seu atendimento.

Pra eu conseguir entender melhor o seu caso, me passa seu WhatsApp por favor?

## SCRIPT 1.2

### Abordagem inicial via WhatsApp

Quando usar: lead já chegou direto no WhatsApp ou foi transferido do Instagram.

Oi, [NOME]! Tudo bem?

Obrigada pelo seu contato. Eu sou a [NOME DA CRC], faço parte do time de relacionamento da [NOME DA CLÍNICA], clínica dos doutores [NOME 1] e [NOME 2], e vou ser a responsável pelo seu atendimento.

Pra eu entender melhor o seu caso, me conta um pouco sobre o que você gostaria de mudar? O que vem te incomodando que você decidiu nos chamar?

## 02. Follow-up de primeiro contato

### PRINCÍPIO

O lead que não respondeu não está te ignorando. Está distraído. Sua função é trazer ele de volta sem soar desesperado. A cadência aqui é de 3 toques em 4 dias. Depois disso, vai pra descarte.

### SCRIPT 2.1

#### Follow-up 1 · 24h depois do primeiro contato

Quando usar: lead não respondeu a abordagem inicial.

Oi [NOME], você está por aí? Ficou com alguma dúvida?

### SCRIPT 2.2

#### Follow-up 2 · 48h depois

Quando usar: lead segue sem responder. Aqui a gente já reativa a dor.

Oi [NOME], tudo bem? Imagino que esteja corrido por aí.

Você ainda tem interesse em saber como a gente pode te ajudar com [DOR OU DESEJO]?

### SCRIPT 2.3

#### Follow-up 3 · 96h depois

Quando usar: último toque antes de descartar. Postura firme, sem implorar.

Oi, [NOME]! Tudo bem?

A ausência de resposta é a correria do dia a dia ou desinteresse mesmo? Se puder só me sinalizar aqui, eu te agradeço, é só pra eu saber como conduzir.

Nosso WhatsApp recebe muitas perguntas e pacientes buscando informação 🙏

## 03. Objeção sobre preço pré-consulta

### PRINCÍPIO

Quando o lead pede preço antes da consulta, ele está pedindo a coisa errada. Não é preço que ele precisa, é diagnóstico. Sua função é reposicionar a pergunta sem soar evasiva. Mandar preço por mensagem é entregar o controle pro Google e pra concorrência.

### SCRIPT 3.1

#### Resposta para "quanto custa?"

*Quando usar: lead pergunta preço de tratamento antes de fechar consulta.*

É bem delicado passar orçamento antes do diagnóstico, [NOME]. Qualquer valor que eu te passar agora vai ser subjetivo, porque ele com certeza vai sofrer alteração depois que você fizer a sua avaliação e receber o plano de tratamento completo.

O valor depende de muita coisa: quantidade de produto utilizado, necessidade de algum procedimento complementar, até de algum acompanhamento prévio. Por isso depende muito do seu caso.

A gente pode marcar uma consulta pra você esclarecer todas as suas dúvidas. Acabei de ver a agenda e essa semana ainda temos 4 vagas. Pra você fica melhor vir aqui de manhã ou de tarde, [NOME]?

## 04. Apresentação da consulta de avaliação

### PRINCÍPIO

O paciente não compra consulta. Compra a transformação que vem depois dela. Sua função é vender o valor da consulta como o caminho pra essa transformação. Detalhe duração, exclusividade, e o que ele leva embora dali.

### SCRIPT 4.1

#### Como funciona a consulta de avaliação

*Quando usar: depois que o lead aceitou marcar consulta, antes de mostrar agenda.*

[NOME], vou te explicar como funciona a sua consulta de avaliação inicial.

Na sua visita, o(a) doutor(a) vai tirar 1 hora inteira pra se dedicar exclusivamente a você, ao seu caso, suas expectativas e suas necessidades.

Ao final da avaliação, você recebe seu Plano Exclusivo de Tratamento, que é o detalhamento de quais procedimentos precisam ser feitos pra atingir os seus objetivos e qual o investimento necessário. É um protocolo individualizado, indicado especificamente pro seu caso.

Nessa consulta você pode esclarecer todas as suas dúvidas (que a gente sabe que são várias), então minha sugestão é que você leve uma lista com todas elas pra garantir que não vai sair daqui sem ter aproveitado ao máximo.

Agora eu só preciso confirmar os horários disponíveis que casam com a sua agenda pra deixar marcadinho o dia da primeira consulta. Esse mês a agenda está quase cheia, mas tenho ainda 5 horários. Pra você, [NOME], fica melhor vir aqui de manhã ou de tarde?

## 05. Cobrança da consulta paga

### PRINCÍPIO

Consulta paga filtra lead curioso e protege a agenda do profissional. O erro comum é cobrar com pedido de desculpa. Cobrança eficiente é firme, justifica pelo valor entregue, e dá uma porta de saída (pagamento antecipado com desconto) pra reduzir atrito.

### SCRIPT 5.1

#### Apresentação de consulta paga sem desconto

*Quando usar: clínica trabalha com consulta paga padrão.*

[NOME], na sua visita, o(a) [DOUTOR(A)] vai tirar 1 hora inteira pra se dedicar exclusivamente a você, ao seu caso, suas expectativas e suas necessidades.

Ao final da avaliação, você recebe seu Plano Exclusivo de Tratamento, com o detalhamento dos procedimentos e o investimento necessário. É um protocolo individualizado, pro seu caso.

Pra realizarmos o agendamento da sua avaliação com o(a) [DOUTOR(A)], o valor da consulta fica em **R\$ 180,00**. Como você prefere pagar, PIX, transferência ou cartão?

Pelo alto volume de procura, pedimos que o pagamento seja feito até 10 dias antes da consulta pra confirmar e garantir a sua vaga. Depois do pagamento, a gente trava a agenda e a vaga está garantida 🙌

## SCRIPT 5.2

**Apresentação de consulta paga com gatilho de antecipação**

*Quando usar: estratégia pra reduzir no-show e antecipar receita. Funciona melhor que descontos no fechamento.*

[NOME], na sua visita, o(a) [DOUTOR(A)] vai tirar 1 hora inteira pra se dedicar exclusivamente a você, ao seu caso, suas expectativas e suas necessidades.

Ao final da avaliação, você recebe seu Plano Exclusivo de Tratamento, com o detalhamento dos procedimentos e o investimento necessário. É um protocolo individualizado, pro seu caso.

Pra realizarmos o agendamento da sua avaliação com o(a) [DOUTOR(A)], o valor fica em **R\$ 180,00**. Mas se você fizer o pagamento antecipado via PIX, o valor fica em **R\$ 95,00**.

Como você prefere fazer, [NOME]?

**POR QUE ISSO FUNCIONA**

A oferta dual cria contraste e reduz o atrito de pagar. Mais importante: o lead que paga R\$95 antes está comprometido. Taxa de no-show cai entre 40% e 60% nesse modelo. O ticket médio efetivo fica perto do valor cheio, porque parte dos leads vai escolher pagar R\$180 mesmo com a opção barata na mesa.

## 06. Cadência de agendamento

### PRINCÍPIO

Não pergunte "qual horário fica melhor pra você?". Ofereça 2 opções concretas. Quem oferece opção controla a conversa. Quem pergunta abre, perde tempo, e abre espaço pra desistência.

### SCRIPT 6.1

#### Oferta de horários

Quando usar: lead aceitou marcar consulta e definiu período (manhã ou tarde).

Certo! Tenho disponível dia **dd/mm** às **xx:xx** e dia **dd/mm** às **xx:xx**.






Qual fica melhor pra você?

### SCRIPT 6.2

#### Confirmação inicial · agendas casaram

Quando usar: lead escolheu um dos horários ofertados.

Show de bola, **[NOME]**! Então ficou combinado assim:

-  Endereço: **[ENDEREÇO COMPLETO]**
-  Data: **dd/mm/aa**
-  Horário: **xx:xx**
-  Doutor(a): **[NOME]**
-  Procedimento de interesse: **[PROCEDIMENTO]**

Confirma pra mim por gentileza, **[NOME]**?

**SCRIPT 6.3****Quando as agendas não casam**

Quando usar: nenhum dos horários ofertados serve pro lead. Compre tempo pra renegociar.

Certo, [NOME]. Vou pedir pro(a) doutor(a) [NOME] verificar o que a gente consegue fazer na agenda pra encaixar seu atendimento, tudo bem?

**SCRIPT 6.4****Nova sugestão de horários**

Quando usar: depois de "comprar tempo", volta com 2 novas opções.

Olha só, consegui outros horários aqui também: dia **dd/mm** às **xx:xx** e dia **dd/mm** às **xx:xx**.

Tem algum desses dias que fica melhor pra você, [NOME]?

**SCRIPT 6.5****Confirmação após aceite + sinalização de pagamento**

Quando usar: lead aceitou. Aproveita o momento pra introduzir o pagamento antecipado.

Show de bola, [NOME]! Acabei de registrar aqui no sistema e já reservamos esse horário pro(a) doutor(a) se dedicar 100% ao seu caso.

Outra coisa: pelo volume alto de procura, pedimos que o valor da consulta seja pago até 2 dias antes da data, pra confirmar e garantir a vaga. Depois do pagamento, a gente trava a agenda e a vaga está garantida



**SCRIPT 6.6****Confirmação após nova sugestão aceita**

*Quando usar: lead aceitou um dos horários renegociados.*

Ahh, show, **[NOME]**! Assim fica perfeito pra todo mundo. Acabei de registrar no sistema e já reservamos esse horário pro(a) doutor(a) se dedicar 100% ao seu caso.

Qualquer dúvida, pode me chamar. A gente vai te mandar mensagem pra ajudar a lembrar da consulta também, ok?

**SCRIPT 6.7****Política de cancelamento**

*Quando usar: depois de confirmar o agendamento. Educa o lead sobre o compromisso da agenda.*

Ahh, **[NOME]**, preciso só te pedir uma última gentileza.

Se por acaso você não conseguir vir, me avisa com no máximo 1 dia de antecedência, por favor. A clínica tem uma procura muito alta, e assim a gente consegue encaixar outra pessoa no lugar e não perder o horário do(a) doutor(a) **[NOME]**.

Posso contar com você pra isso, **[NOME]**?

## 07. Confirmação e lembretes

### PRINCÍPIO

Lembretes têm 2 funções: reduzir no-show e gerar antecipação positiva. Não é só "lembrar". É construir expectativa. Por isso o tom muda de "lembrete burocrático" pra "estamos animados pra te receber".

### Para leads que ainda não são pacientes

#### SCRIPT 7.1

##### Primeiro lembrete · 24h antes

*Quando usar: véspera da consulta, paciente novo.*

Olá, boa tarde, [NOME], tudo bem? 🙏

Passando pra lembrar do nosso compromisso amanhã aqui na clínica. Importante mencionar que a tolerância de atraso é de 20 minutos, tudo bem?

A gente está animado pra te receber ❤️ O(a) doutor(a) já deixou tudo preparado no consultório pra te atender, vamos te esperar com um cafezinho quentinho ☕

Amanhã no primeiro horário já te mando a localização. Você tem alguma dúvida, [NOME]?








## SCRIPT 7.2

**Segundo lembrete · no dia da consulta**

Quando usar: manhã do dia da consulta, paciente novo. Aqui você manda toda a logística.

Bom dia, **[NOME]**.

Hoje a gente te espera no horário combinado. Conforme prometido, segue algumas informações importantes pra sua consulta:

-  Endereço: **[ENDEREÇO COMPLETO]**
-  Ponto de referência: **[REFERÊNCIA]**
-  Estacionamento: temos um estacionamento rotativo no prédio da clínica
-  Horário de chegada: procure chegar 15 minutos antes do horário agendado
-  Acompanhante: importante trazer alguém com quem você queira compartilhar esse momento. Marido, esposa, pai, mãe, etc. Se vier acompanhado, o limite é de 1 pessoa. Evite trazer crianças, pro seu maior conforto e segurança no atendimento
-  Tempo: a consulta dura aproximadamente 1 hora
-  Dúvidas: não esqueça de anotar todas as suas dúvidas pra aproveitar ao máximo

Está tudo claro pra você, **[NOME]**?

## Para pacientes que já frequentam a clínica

### SCRIPT 7.3

#### Primeiro lembrete · 24h antes

*Quando usar: véspera da consulta, paciente recorrente. Como já conhece a logística, mensagem mais enxuta.*

Olá, boa tarde, [NOME], tudo bem? 🙏

Passando pra lembrar do nosso compromisso amanhã aqui na clínica. Importante mencionar que a tolerância de atraso é de 20 minutos, tudo bem?

A gente está animado pra te receber ❤️ O(a) doutor(a) já deixou tudo preparado no consultório pra te atender.

Você tem alguma dúvida, [NOME]?

### SCRIPT 7.4

#### Segundo lembrete · no dia

*Quando usar: manhã do dia, paciente recorrente.*

Bom dia, [NOME].

Hoje a gente te espera aqui no horário combinado. Vamos te receber com um cafezinho quentinho ☕

E não esquece: a tolerância máxima de atraso é de 20 minutos, ok?

Até logo ❤️

## 08. Orientações para consulta online

### PRINCÍPIO

Consulta online tem fricção própria: conexão ruim, lead desconcentrado, ambiente errado. A orientação prévia reduz no-show e melhora a qualidade da avaliação. Quanto mais clara, melhor a chance de conversão pra presencial depois.

### SCRIPT 8.1

#### Orientações para consulta online

*Quando usar: depois de confirmar o agendamento de consulta remota.*

[NOME], sobre a sua consulta online, tenho algumas considerações importantes:

- ✓ Esteja pronto(a) e disponível 10 minutos antes do horário agendado
- ✓ Escolha um local calmo, tranquilo e bem iluminado
- ✓ Cheque sua conexão de internet. Se possível, opte por Wi-Fi. Conexões pelo celular tendem a ficar instáveis durante a consulta
- ✓ Será uma chamada de vídeo, que depois precisa ser complementada por exame físico presencial. Já agendamos isso ao final da videochamada
- ✓ Pode ser que o(a) doutor(a) te peça pra mostrar alguma região específica pra melhor avaliação da área a ser tratada
- ✓ Se acontecer algum atraso da nossa parte, a gente avisa. Da sua, peço que também avise se acontecer algum imprevisto

Ficou tudo claro, [NOME]?

## 09. Cadência de no-show e desmarcação

### PRINCÍPIO

Lead que desmarca ou não aparece está numa janela de decisão fragilizada. Não é hora de pressionar, mas também não é hora de aceitar a desistência sem reação. A cadência aqui resgata o gatilho emocional original (a dor que ele relatou no primeiro contato) sem ser invasiva.

### Quando o lead desmarcou

#### SCRIPT 9.1

##### Follow-up 1 · resgate emocional

Quando usar: logo depois que o lead avisou que vai desmarcar.

Aii, que pena, [NOME]! Quando você me chamou, você estava empolgado(a) com [DOR OU DESEJO] 😞

Vamos conversar melhor, vamos encontrar uma forma de você conseguir vir. Te garanto, depois você vai me agradecer por esse "empurrãozinho", é o que acontece com todos os pacientes.

#### SCRIPT 9.2

##### Follow-up 2 · sem resposta

Quando usar: 24h sem resposta depois do follow-up 1.

Oi [NOME], tudo bem? Você viu minha mensagem?

Imagino que esteja corrido por aí, mas você ainda tem interesse em saber como a gente pode te ajudar com [DOR OU DESEJO]?

## SCRIPT 9.3

**Follow-up 3 · postura de saída**

Quando usar: último toque. Sinaliza que a vaga vai ser oferecida pra outro paciente.

Oi, [NOME]! Tudo bem? Imagino que esteja corrido por aí, e não quero ficar pressionando você aqui.

Se achar que não é o momento, tranquilo, é só me sinalizar que eu já encaixo outra paciente 🙏

**Quando o paciente não compareceu (no-show)**

## SCRIPT 9.4

**Follow-up 1 · 10 minutos de atraso**

Quando usar: passou 10 minutos do horário e o paciente não chegou.

Oi, [NOME]! Tudo bem?

Só pra lembrar que a tolerância de atraso é de 20 minutos por conta das outras agendas do(a) doutor(a) hoje, e já se passaram 10. Está tudo bem pra você chegar a tempo? Você está a caminho?

## SCRIPT 9.5

**Follow-up 2 · não compareceu**

Quando usar: passou da tolerância e o paciente não veio nem deu satisfação.

Oi, [NOME]! Tudo bem?

Hoje a gente tinha sua consulta agendada com o(a) doutor(a) [NOME] às xx:xx, mas você não compareceu, mesmo tendo confirmado.

Pra quando podemos reagendar? Tenho poucos horários ainda pra esse mês, qual período fica melhor pra você, manhã ou tarde?

**SCRIPT 9.6****Follow-up 3 · sem resposta**

Quando usar: 48h depois do no-show e o paciente não respondeu.

[NOME], tudo bem?

Não quero causar nenhum desconforto com esse contato. Tenho certeza que a correria está grande por aí, eu entendo.

Vim aqui te chamar pra ver se a gente consegue encaixar um novo horário pra sua consulta com o(a) doutor(a) [NOME]. Como está a sua agenda?

**SCRIPT 9.7****Follow-up 4 · resgate emocional**

Quando usar: ainda sem resposta. Volta no gatilho da dor inicial.

Bom dia, [NOME]! Tudo bem?

Quando você me chamou, você estava empolgado(a) 😊 Você não quer mesmo reagendar sua consulta?

Vamos conversar melhor, vamos encontrar uma forma de você conseguir vir. Te garanto, depois você vai me agradecer por esse "empurrãozinho", é o que acontece com todas as pacientes, porque é realização de sonho mesmo!

**SCRIPT 9.8****Follow-up 5 · postura de saída**

Quando usar: último toque antes do descarte.

Oi, [NOME]! Tudo bem?

A ausência de resposta é a correria ou desinteresse? Se puder só me sinalizar aqui, eu te agradeço, é só pra eu saber como conduzir.

## 10. Pós-consulta e fechamento de tratamento

### PRINCÍPIO

A janela de fechamento do tratamento é curta. Vai de 24h a 72h depois da consulta. Passou disso, o lead esfria e a probabilidade despenca. Sua função aqui é abrir a conversa e conduzir direto pro agendamento do procedimento, sem rodeios.

### SCRIPT 10.1

#### Mensagem 1 · abertura pós-consulta

*Quando usar: 24h depois da consulta. Confirma a proposta e abre pra agendar.*

Oi, [NOME], tudo bem? Como foi sua consulta ontem com o(a) doutor(a)? Foi tudo bem?

Você ficou com alguma dúvida em relação ao tratamento, ou todas foram esclarecidas durante a consulta, [NOME]?

Estou olhando aqui o seu prontuário e vi que você vai fazer os procedimentos [LISTAR PROCEDIMENTOS], confere?

## SCRIPT 10.2

**Mensagem 2 · agendamento do procedimento**

Quando usar: depois do paciente confirmar a proposta. Vai direto pra agenda.

Ótimo, **[NOME]**! Se ficou tudo claro, eu já estou com a agenda do(a) doutor(a) aberta aqui na minha frente e a gente já pode ver a melhor data pra agendar seu procedimento.

Você prefere de manhã ou de tarde, **[NOME]**?

**Cadência de desistência do tratamento**

## SCRIPT 10.3

**Follow-up 1 · resgate emocional**

Quando usar: paciente sinalizou que vai desistir do tratamento depois da consulta.

Aii, que pena, **[NOME]**! Quando você me chamou, você estava super empolgado(a) 😊

Vamos conversar melhor, vamos encontrar uma forma de você conseguir fazer. Te garanto, depois você vai me agradecer por esse "empurrãozinho", é o que acontece com todas as pacientes, porque é realização de sonho mesmo!

## SCRIPT 10.4

**Follow-up 2 · sem resposta**

Quando usar: 24h sem resposta.

Oi **[NOME]**, tudo bem? Você viu minha mensagem?

Imagino que esteja corrido por aí, mas você ainda tem interesse em saber como a gente pode te ajudar com **[DOR OU DESEJO]**?

### Follow-up 3 • postura de saída

*Quando usar: último toque antes do descarte.*

Oi, [NOME]! Tudo bem? Imagino que esteja corrido por aí, e não quero ficar pressionando você aqui.

Só me sinaliza pra eu já encaixar outra paciente 🙏

## 11. Cobrança de sinal

### PRINCÍPIO

Sinal não é só garantia financeira. É o compromisso psicológico que reduz desistência depois da consulta. A justificativa precisa estar clara: reserva da agenda, preparação da equipe, compra de suprimentos. Cobrança sem justificativa parece exigência. Cobrança com justificativa é profissionalismo.

### SCRIPT 11.1

#### Solicitação de sinal

*Quando usar: depois do paciente confirmar o tratamento e o agendamento do procedimento.*

[NOME], pra fazer a reserva do seu procedimento aqui no consultório, preparar toda a equipe de auxiliares e comprar todos os suprimentos necessários pra garantir qualidade no seu tratamento, pedimos que seja pago parte do valor combinado como sinal, antes da data agendada.

Depois do pagamento, a gente trava a agenda e a vaga está garantida 🙌


O sinal pode ser pago via PIX, transferência bancária ou cartão por link de pagamento, com entrada mínima de R\$ xx,xx.


Vamos organizar essa parte do pagamento da entrada, [NOME]? Me dá o ok que eu já te envio os dados bancários e a gente garante a sua reserva 🙏


## Dados para pagamento


Quando usar: paciente pediu os dados bancários.

[NOME], segue dados pro pagamento:


 Razão Social: [NOME]


 CNPJ: xx.xxx.xxx/0001-xx

 Banco: [NOME E NÚMERO DO BANCO]

 Agência: xxxxxx

 Conta: xxx.xxx-xx

 PIX (celular/CNPJ/email): [CHAVE]

 Valor: R\$ xxx,xx

Por gentileza, manda o comprovante depois do pagamento pra confirmar o recebimento e liberar as próximas etapas do atendimento.

## 12. Acompanhamento de exames e parceiros

### PRINCÍPIO

Lead que precisa fazer exames antes do tratamento é lead em risco. Cada dia que ele demora pra fazer aumenta a chance de desistir. Sua função é monitorar, lembrar, e tornar o caminho o mais simples possível. Indicar parceiros é parte disso.

### SCRIPT 12.1

#### Indicação de parceiros pra exames

Quando usar: a clínica não faz exames internamente e indica parceiros.

[NOME], como a gente não faz os exames aqui na clínica, separei uma lista de profissionais locais que indicamos, pra facilitar o seu agendamento.

! Importante: é fundamental que você faça todos os exames solicitados até a data do seu retorno aqui na clínica.

#### Radiologias:

[NOME DO LOCAL]: (ddd) xxxx-xxxx

[NOME DO LOCAL]: (ddd) xxxx-xxxx

[NOME DO LOCAL]: (ddd) xxxx-xxxx

#### Clínicas de imagem:

[NOME DO LOCAL]: (ddd) xxxx-xxxx

[NOME DO LOCAL]: (ddd) xxxx-xxxx

[NOME DO LOCAL]: (ddd) xxxx-xxxx

#### Laboratórios:

[NOME DO LOCAL]: (ddd) xxxx-xxxx

[NOME DO LOCAL]: (ddd) xxxx-xxxx

[NOME DO LOCAL]: (ddd) xxxx-xxxx

**SCRIPT 12.2****Follow-up 1 · checagem inicial**

*Quando usar: 5 a 7 dias depois da indicação dos parceiros.*

[NOME], bom dia! Tudo bem?

Só passando pra ver com você se já fez todos os exames. Lembrando que é importante fazer todos até o dia do seu retorno, ok?

E quando os resultados saírem, vai me mandando que eu já anexo no seu prontuário pros doutores irem analisando. Se tiver alguma alteração, a gente já consegue antecipar a informação.

**SCRIPT 12.3****Follow-up 2 · resgate emocional**

*Quando usar: 7 dias depois sem resposta.*

Bom dia, [NOME], tudo bem? E aí, está animado(a) pro seu tratamento? 😊 A gente aqui está super feliz e animada por você. Vai ser incrível, [NOME]!

Já consegui agendar todos os seus exames? Qualquer dúvida, me avisa que a gente pode te ajudar. Temos contato com todo o pessoal que indicamos, são profissionais parceiros aqui da clínica.

**SCRIPT 12.4****Follow-up 3 · oferecendo ajuda**

*Quando usar: ainda sem resposta. Postura de remover atrito, não cobrar.*

Oi [NOME], tudo bem? Você viu minha mensagem?

Imagino que esteja corrido por aí, e desculpa ser a chata aqui. Se você tiver alguma dúvida, dificuldade ou qualquer outro problema, pode me chamar na hora, ok?

# 13

## CAPÍTULO 13

### **As 7 objeções principais e como neutralizar cada uma**

Toda clínica enfrenta as mesmas objeções. Preço, conjuge, concorrência, medo da mudança, medo da dor, medo de complicação, recorrência. O que separa uma CRC mediana de uma CRC excelente é ter resposta pronta pra cada uma delas, com argumento que faça o lead sair da defensiva.

## Objecção 1: "Achei caro"

### COMO PENSAR

Preço alto sozinho não é objeção, é desculpa. A objeção verdadeira é "não vejo valor suficiente pra justificar esse investimento". Sua função é reconectar com a transformação prometida e, em segundo movimento, descobrir se o problema é valor ou condição de pagamento.

### SCRIPT 13.1

#### Resposta 1 · reconexão com a transformação

*Quando usar: primeira reação à objeção de preço.*

[NOME], eu entendo a questão do investimento. Em um primeiro momento isso pode assustar, mas quanto vale a transformação do seu corpo e a realização do seu sonho?

No começo da nossa conversa, você me relatou algumas coisas que te incomodam. Será que resolver tudo isso vale "só" o valor do tratamento?

[NOME], por experiência própria, quando os pacientes saem daqui transformados, eu vejo a felicidade no olhar deles. Todos me agradecem por dar esse "empurrãozinho" e não deixar desistir.

Acredite, o investimento fica irrisório quando comparado à transformação de vida que você vai ter. Vamos seguir com o procedimento, [NOME], eu te prometo que você vai me agradecer depois 🙏

## SCRIPT 13.2

**Resposta 2 · negociação condicional**

*Quando usar: lead persiste na objeção depois da reconexão emocional. Aqui você abre porta pra desconto, mas exige compromisso de fechar.*

[NOME], entendi seu cenário. Vou te ajudar a resolver isso, vou batalhar por você aqui com os doutores.

Deixa eu entender uma coisa antes de falar com eles: se eu conseguir chegar no valor de R\$ xxxx e nas condições [CONDIÇÕES], você fecha?

Você comentou que o valor está pegando um pouco, então vou alinhar com os doutores pra melhorarmos isso. Mas se eu conseguir de fato melhorar, a gente dá sequência no tratamento? Te pergunto porque, se mesmo com desconto não te interessar, eu nem vou até os doutores tentar.

O que você me diz?

**Objeção 2: "Vou falar com meu marido / esposa"****COMO PENSAR**

Quando o lead diz que vai falar com cônjuge, ele está pedindo tempo. Pode ser legítimo (decisão familiar) ou fuga (objeção mascarada). A resposta certa valida a importância da conversa e equipa o lead com argumentos pra defender a decisão dentro de casa.

## SCRIPT 13.3

**Resposta 1 · empatia e munição**

Quando usar: *lead diz que precisa conversar com cônjuge antes de decidir.*

[NOME], eu entendo perfeitamente a importância de tomar uma decisão dessas junto com seu/sua marido/esposa. É sempre bom ter o apoio e a opinião de um ente querido.

No entanto, gostaria de esclarecer algumas informações sobre o tratamento pra você poder transmitir pra ele com mais embasamento, tudo bem?

- ◆ **Suas queixas quando você nos procurou:**

[QUEIXAS]

- ◆ **Diagnóstico e sugestões de tratamento:**

[DIAGNÓSTICO]

- ◆ **Benefícios desse tratamento:**

[BENEFÍCIOS]

- ◆ **Possíveis riscos se não iniciar o tratamento:**

[RISCOS]

- ◆ **Casos clínicos de outros pacientes com situações parecidas:**

[CASOS]

[NOME], quando você acha que vai conseguir falar com ele? Pra eu alinhar a expectativa com o(a) doutor(a) certinho.

## Resposta 2 • agendamento de retorno

Quando usar: lead deu uma data pra ter falado com cônjuge.

Show, [NOME]. Então no dia **dd/mm** de manhã eu te chamo pra gente definir os próximos passos 🙏

A gente espera que dê tudo certo, [NOME]. Vi o brilho no seu olhar no dia da consulta e o quanto esse procedimento é importante pra você 😊

## Objecção 3: "Vi mais barato no concorrente"

### COMO PENSAR

Comparação de preço descontextualizada é armadilha. Sua função não é defender o preço, é reposicionar o que está sendo comparado. Produto, profissional, atendimento e durabilidade do resultado são variáveis diferentes. Quem bate de frente no preço perde. Quem reposiciona a comparação ganha.

### SCRIPT 13.5

#### Resposta · reposicionamento de comparação

*Quando usar: lead trouxe orçamento de outra clínica mais barata.*

[NOME], de fato, nossos valores não são os mais baratos da cidade. Existem locais que praticam preços menores. Mas eu te garanto que nenhum deles se compara ao nosso trabalho.

Não só pela especialização do(a) doutor(a), mas pela qualidade dos produtos que a gente trabalha, que são os de mais alta qualidade e tecnologia avançada, e pelo nosso atendimento, que como você pode ver, é extremamente íntimo e personalizado. Esses fatores contribuem pra resultado melhor e mais duradouro.

Outra coisa importante, [NOME]: aquele famoso ditado "o barato sai caro". Optar por um tratamento de mais alto nível agora, você economiza tempo e dinheiro no médio prazo. Vai gastar uma vez sem ter problema futuro.

## Objeção 4: "Outros profissionais indicaram tratamentos diferentes"

### COMO PENSAR

Lead com diagnósticos divergentes está confuso, não desconfiado. Sua função é reduzir a dissonância cognitiva sem desqualificar os outros profissionais (isso destrói confiança). O caminho é reforçar autoridade do seu doutor com casos, números e tempo de mercado.

### SCRIPT 13.6

#### Resposta · validação cruzada com autoridade

*Quando usar: lead trouxe segunda opinião divergente.*

Entendi, **[NOME]**! A gente é cordial, ético e profissional, e respeita sempre a opinião de outros profissionais. Mas vamos aos fatos.

Você nos procurou relatando **[QUEIXAS]**, correto? Na sua consulta de avaliação e nos seus exames, o(a) doutor(a) notou que **[PERCEPÇÕES E CONCLUSÕES]**, e o melhor caminho pra resolver é com o plano de tratamento que indicamos.

Eu entendo que pra você, por ser leigo(a) no assunto, fica um pouco confuso ter mais de um profissional com opinião diferente sobre o seu caso. Mas uma coisa eu te garanto: o(a) doutor(a) **[NOME]** tem muitos anos de mercado, já tratou mais de **[X]** pacientes, são milhares de casos de sucesso, sem contar **[OUTROS PONTOS DE AUTORIDADE]**.

Tenho certeza que o que foi sugerido pra você é a melhor alternativa.

## Objeção 5: "Tenho medo de mudar muito"

### COMO PENSAR

Medo de mudança radical é sobre perda de identidade. O paciente quer melhorar, mas não quer "ficar irreconhecível". Sua função é vender naturalidade e respeito às características individuais. Pra HOF, oferecer abordagem gradual é desbloqueio poderoso.

### SCRIPT 13.7

#### Resposta · tratamentos dentários estéticos

*Quando usar: paciente com medo de mudar muito o sorriso.*

Entendi, [NOME]! Esse é um receio muito comum dos pacientes que nos procuram, principalmente por envolver o seu sorriso, que é o seu cartão de visitas, né? Dá aquele frio na barriga, eu sei como é. Mas deixa eu te falar uma coisa.

O(a) doutor(a) tem uma máxima que ele(a) carrega: "cada rosto, um sorriso". Ele acredita em uma odontologia que respeite e preserve as características de cada indivíduo. Por isso, todos os tratamentos passam por análise rigorosa de compatibilidade harmônica, pra que seu novo sorriso fique perfeito de acordo com o formato do seu rosto, com proporção e simetria certas.

Você pode ficar tranquilo(a). Vai notar mudança grande sim, mas pra melhor. Pode acreditar. A transformação é incrível, não só estética, mas de vida mesmo, porque a autoestima vai lá em cima.

E mais: caso você não fique 100% satisfeito(a) com o resultado, a gente tem uma política de ajuste flexível, com todas as adaptações necessárias pra atingir sua expectativa.

## SCRIPT 13.8

**Resposta · HOF e procedimentos faciais**

*Quando usar: paciente com medo de mudar muito o rosto. Use a opção de aplicação gradual como desbloqueio.*

Entendi, [NOME]! Esse é um receio muito comum das pacientes que nos procuram, principalmente por ser uma intervenção facial. Dá aquele frio na barriga, eu sei como é. Mas deixa eu te falar uma coisa.

O(a) doutor(a) acredita em uma medicina/odontologia/estética que respeite e preserve as características de cada indivíduo. Por isso, todos os tratamentos passam por análise rigorosa de compatibilidade harmônica, pra que as correções fiquem perfeitas de acordo com o formato do seu rosto.

Você pode ficar tranquila. Vai notar mudança grande sim, mas pra melhor. A transformação é incrível, não só estética, mas de vida mesmo, porque a autoestima vai lá em cima.

Mas se você está particularmente preocupada com mudanças muito radicais, [NOME], a gente pode fazer as sessões graduais. Você aplica um pouco em cada sessão pra ser uma mudança progressiva e mais conservadora, com ajustes mínimos e monitorando a resposta estética ao longo do tempo. Isso te permite ir se acostumando aos poucos.

## Objecção 6: "Tenho medo da dor e da recuperação"

### COMO PENSAR

Medo da dor é técnico. Resolve com informação concreta sobre anestesia, tecnologia, protocolo de medicação e tempo de recuperação. Não use minimização ("é tranquilo"). Use detalhe ("vamos te dar X anestésico tópico antes da picada").

### SCRIPT 13.9

#### Resposta · medo da dor e recuperação

*Quando usar: paciente com receio do procedimento ou pós-operatório.*

Entendi, **[NOME]**! Esse é um receio muito comum dos pacientes que nos procuram. Mas você pode ficar tranquilo(a), por vários motivos.

Primeiro, durante o procedimento no consultório você é anestesiado(a). Você não vai sentir absolutamente nada além de uma picadinha da anestesia. É super tranquilo. Nossa equipe é totalmente preparada pra garantir o máximo de conforto.

Contamos com técnicas avançadas pra reduzir desconforto: anestesia tópica antes da aplicação da local, pra minimizar a picada da agulha; sedação consciente com óxido nitroso ou sedação oral, que promove relaxamento e reduz ansiedade durante o procedimento. Além disso, a gente oferece distração durante o atendimento (música, filmes ou séries na televisão do consultório) pra te ajudar a relaxar.

Sobre a recuperação, receitamos nosso protocolo exclusivo de medicamentos pra controlar e amenizar qualquer desconforto. O período de recuperação é relativamente curto e qualquer incômodo é facilmente gerenciado com a medicação prescrita.

## Objecção 7: "Tenho medo de complicação"

### COMO PENSAR

Risco percebido é proporcional ao desconhecido. Sua função é trazer dados concretos: protocolo de segurança, número de casos sem intercorrência, esterilização, certificações. Não venda "é seguro". Mostre o sistema que torna seguro.

### SCRIPT 13.10

#### Resposta · risco e complicação

*Quando usar: paciente com receio sobre segurança do procedimento.*

Entendi, [NOME]! Esse é um receio muito comum. Mas você pode ficar tranquilo(a), por vários motivos.

Nossa equipe é preparada pra lidar com possíveis complicações e minimizar riscos por meio de prática segura, protocolo adequado e padrão rigoroso. Apesar disso, já fizemos milhares de casos como esse e nunca tivemos nenhuma intercorrência, [NOME], justamente pelo nível de capacitação da equipe.

Outro ponto importante são os nossos protocolos de segurança: esterilização rigorosa dos instrumentos, uso de materiais de altíssima qualidade e cumprimento das diretrizes regulatórias. Sua saúde e segurança são nossa prioridade. Todas as medidas são tomadas pra minimizar qualquer risco.

## Objeção 8: "Vou ter que reaplicar várias vezes"

### COMO PENSAR

Recorrência é objeção financeira disfarçada. O paciente faz a conta de longo prazo e se assusta. Sua função é reposicionar a recorrência como vantagem (custo-benefício vs cirurgia), mostrar diferencial de durabilidade dos produtos, e explicar que reaplicações usam menos produto.

### SCRIPT 13.11

#### Resposta · recorrência de aplicações

*Quando usar: paciente questiona necessidade de reaplicação periódica em HOF, botox ou preenchimento.*

Entendi, **[NOME]**! Esse é um receio muito comum dos pacientes que nos procuram.

Tanto a toxina botulínica quanto os preenchedores são tratamentos temporários, porque o corpo absorve gradualmente os produtos. O mecanismo de ação envolve a necessidade de retoque periódico pra manter o resultado.

Apesar disso, os produtos que a gente trabalha aqui na clínica são os melhores do mercado, da marca **[MARCA]**, e o tempo médio de duração é de 10 meses, maior do que a média do mercado, que é de 6.

E tem mais: as próximas aplicações normalmente são com quantidade menor de produto, porque sempre fica um residual no corpo. Então o investimento na reaplicação é menor também. Isso varia de acordo com cada metabolismo.

Outro ponto importante: mesmo com reaplicação, vale muito a pena, porque o custo-benefício comparado a tratamento cirúrgico é muito melhor. Sem contar que é menos invasivo e garante resultado incrível, harmonioso e natural pra manter aparência simétrica e rejuvenescida.

## 14. Pós-venda, NPS e avaliação Google

### PRINCÍPIO

Pós-venda é a etapa que mais gera retorno e é a mais ignorada. Paciente satisfeito vira indicação, vira avaliação no Google, vira retorno pra próximo procedimento. Cada uma dessas alavancas vale 10x o que custa pra ativar.

### SCRIPT 14.1

#### Acompanhamento de procedimento

*Quando usar: 24 a 48h depois de procedimento estético ou cirúrgico.*

Boa tarde, [NOME], tudo bem? Eu e o(a) doutor(a) gostaríamos de saber como você está se sentindo depois do procedimento.

Está tudo bem? Está medicando certinho? Gostou do resultado, mesmo sabendo que ainda não é o resultado final, porque ainda está inchado e talvez um pouco dolorido?

### SCRIPT 14.2

#### Pesquisa de satisfação + avaliação Google

*Quando usar: 7 a 14 dias depois do procedimento, quando o paciente já viu resultado.*

Boa tarde, [NOME], tudo bem?

Passando pra agradecer mais uma vez a sua preferência pelo nosso trabalho. A gente fica muito feliz por confiar na gente, de verdade ❤️

Pra fechar com chave de ouro, você poderia preencher nossa pesquisa de satisfação e avaliar a gente no Google? É bem rápido, leva menos de 2 minutos.

📄 Pesquisa de satisfação: [\[LINK\]](#)

★ Avaliação do Google: [\[LINK\]](#)

**SCRIPT 14.3****Lembrete de NPS · paciente não respondeu**

*Quando usar: 5 dias depois do envio inicial do NPS sem resposta.*

Boa tarde, **[NOME]**, tudo bem?

Vi que você ainda não preencheu nossa pesquisa de satisfação. Imagino que na correria possa ter passado, então só passando pra lembrar. Leva 2 minutos, e é muito importante pra gente.

A gente busca ouvir o cliente todos os dias, sempre buscando melhoria contínua. Isso ajuda a melhorar nossos serviços pra continuar realizando sonho das nossas pacientes com experiência cada vez melhor 😊

**SCRIPT 14.4****Resposta a NPS positivo**

*Quando usar: paciente respondeu pesquisa com avaliação positiva. Aproveite pra pedir indicação ou avaliação Google se ainda não veio.*

Boa tarde, **[NOME]**, tudo bem?

A gente recebeu sua resposta da pesquisa. Primeiro queria te agradecer por ter destinado um tempo do seu dia pra responder. Muito obrigada mesmo!

Vi que você relatou **[PONTO POSITIVO]**, e a gente queria te dizer que ficamos muito felizes por sua experiência conosco ter sido incrível.

Saiba que foi recíproco. A gente adorou ter você como nossa paciente, foi e continua sendo incrível ter a sua confiança.


**SCRIPT 14.5****Resposta a NPS com ponto de melhoria**

*Quando usar: paciente apontou crítica ou ponto a melhorar. Trate como ouro: é o feedback que melhora o atendimento da clínica.*

Boa tarde, **[NOME]**, tudo bem?

A gente recebeu sua resposta da pesquisa. Primeiro queria te agradecer por ter destinado um tempo do seu dia pra responder. Muito obrigada mesmo.

Vi que você relatou **[PONTO DE MELHORIA]**, e queria te dizer que **[RESPOSTA PERSONALIZADA AO PONTO]**.

Seu retorno é fundamental pra gente continuar evoluindo. Pode contar com a gente pra qualquer coisa que precisar 

**DICA AVANÇADA**

Para todo NPS com nota 9 ou 10, peça avaliação no Google na sequência. Pra todo NPS com nota 7 ou 8, peça indicação. Pra todo NPS abaixo de 7, escale pro líder e trate como prioridade. Esse roteamento simples transforma pesquisa de satisfação em motor de crescimento.

## 15. Descarte e mensagem de ausência

### PRINCÍPIO

Descartar não é perder. É liberar tempo da CRC pra leads quentes. Sempre descarte com porta aberta, porque parte desses leads volta em 30, 60, 90 dias. E nunca deixe lead chegando fora do horário sem resposta automática: sem isso, lead bom esfria por simples atraso de turno.

### SCRIPT 15.1

#### Mensagem de descarte

*Quando usar: depois da última cadência sem resposta. Encerra com porta aberta.*

[NOME], tentei contato algumas vezes sem sucesso. Vou encerrar o atendimento por aqui e fico inteiramente à disposição caso você decida retomar o assunto, tudo bem? 😊

Pode contar comigo e com a nossa equipe!

Muito obrigada,

[NOME DA CRC], da [NOME DA CLÍNICA] ❤️

**SCRIPT 15.2****Mensagem de ausência · fora do horário comercial**

*Quando usar: configuração da resposta automática do WhatsApp Business. Lead que chega à noite ou no fim de semana precisa ser acolhido sem perder o gatilho.*

Olá!

Tudo bem? 🙏

Obrigada pelo seu contato. Eu sou a **[NOME DA CRC]**, a secretária particular do(a) doutor(a) **[NOME]** e responsável pelo seu atendimento.

Nesse momento estamos fora do horário comercial. Nosso expediente é das 9h às 19h, mas assim que retornarmos eu entro em contato com você imediatamente pra entender melhor o seu caso e te oferecer um atendimento bem personalizado, ok?

Até breve ❤️

**BOA PRÁTICA**

Toda mensagem de ausência que se preze tem 3 elementos: acolhimento (alguém vai te responder), autoridade (você está falando com a secretária do doutor X), e expectativa (até quando você espera). Sem esses 3, o lead ou desiste ou procura concorrente.

## 16. Bônus: régua de cadência consolidada

Esse é o resumo de tempo recomendado entre cada toque, organizado por momento da jornada. Use como referência pra configurar automação no seu CRM ou disparo manual no WhatsApp.

### Cadência de primeiro contato

Toque	Quando	Script
Abertura	Resposta em até 5 min	1.1 ou 1.2
Follow 1	+24h sem resposta	2.1
Follow 2	+48h depois	2.2
Follow 3	+96h depois	2.3
Descarte	+7 dias sem resposta	15.1

### Cadência de desmarcação

Toque	Quando	Script
Resgate	Imediatamente	9.1
Follow 1	+24h	9.2
Follow 2	+48h	9.3
Descarte	+5 dias	15.1

## Cadência de no-show

Toque	Quando	Script
Aviso	+10 min do horário	9.4
Reagendamento	Mesmo dia, +1h	9.5
Follow 1	+48h sem resposta	9.6
Follow 2	+72h depois	9.7
Postura saída	+5 dias	9.8
Descarte	+7 dias	15.1

## Cadência pós-consulta (fechamento de tratamento)

Toque	Quando	Script
Abertura	+24h da consulta	10.1
Agendamento	Mesma conversa	10.2
Cobrança sinal	Após aceite	11.1
Follow 1	+48h sem resposta	10.3
Follow 2	+72h depois	10.4
Saída	+5 dias	10.5

## Cadência de exames

Toque	Quando	Script
Indicação	Pós-consulta	12.1
Follow 1	+5 dias	12.2
Follow 2	+10 dias	12.3
Follow 3	+15 dias	12.4

## Cadência de pós-venda

Toque	Quando	Script
Acompanhamento	+24h do procedimento	14.1
Pesquisa NPS	+7 a 14 dias	14.2
Lembrete	+5 dias do envio	14.3
Resposta	Quando paciente responder	14.4 ou 14.5

## Métricas que você precisa acompanhar

Aplicar os scripts sem medir é tiro no escuro. Esses são os 6 indicadores mínimos pra avaliar se a operação comercial da sua clínica está funcionando.

Métrica	Benchmark	Onde melhora
Tempo de primeira resposta	Abaixo de 5 min	Velocidade do time
Lead → consulta marcada	40% a 60%	Cadências 01, 02, 04, 05
Consulta marcada → consulta realizada	75% a 85%	Cadências 07, 09
Consulta realizada → tratamento fechado	50% a 70%	Cadências 10, 13
Taxa de no-show	Abaixo de 15%	Cadências 05, 07, 11
NPS	Acima de 70	Cadência 14

Os benchmarks acima são médias observadas em clínicas que assessoramos. Variam conforme nicho, ticket médio e fonte de tráfego.

# Por que esses scripts não bastam sozinhos

Esse manual entrega o método de atendimento. Mas atendimento é só uma das peças. Pra esses scripts funcionarem de verdade, três coisas precisam estar no lugar antes do lead chegar no WhatsApp da CRC.

## 1. O lead precisa chegar qualificado

Lead qualificado em saúde e estética não é fruto só do tráfego. Ele é fruto de como a clínica e o profissional se comunicam nas redes sociais. Quando a comunicação posiciona o valor do trabalho, gera desejo, transmite autoridade e passa segurança, o lead chega no WhatsApp já meio convencido. A CRC só precisa conduzir.

Quando a comunicação não faz isso, o tráfego entrega volume de lead curioso, indeciso e sem repertório pra entender o valor do tratamento. Aí nenhum script salva. A CRC vira atendente de orçamento, e o ticket cai.

**Posicionamento em redes sociais é o maior potencializador da qualidade do lead.** Tráfego pago funciona muito melhor quando isso está organizado.

## 2. A clínica precisa medir o que acontece

Os benchmarks que você viu na seção anterior só servem pra alguma coisa se a clínica conseguir comparar com os números próprios. E pra ter número próprio, precisa de CRM.

Sem CRM, a CRC não sabe quantos leads entraram no mês, quantos viraram consulta, quantos viraram tratamento, quantos foram perdidos por no-show, quantos estão no follow-up. Sem isso, não tem gestão. Tem achismo.

Hoje existe CRM que faz mais do que só organizar leads. Faz disparo automático de confirmação de consulta, lembrete, reagendamento, follow-up. Roda os scripts desse manual sozinho, no horário certo, sem depender da CRC lembrar.

## Como a Overload entra nessa equação

A Overload é uma assessoria de performance que cuida das três peças ao mesmo tempo. Tráfego, posicionamento e comercial. Não terceiriza só uma parte. Integra a operação inteira.

### Tráfego pago

Implementamos e gerimos campanhas de Meta Ads e Google Ads pra clínica atrair lead qualificado de forma previsível. Não é só rodar campanha. É calibrar criativo, segmentação, orçamento e oferta pra trazer o lead certo, não o mais barato.

### Posicionamento em redes sociais

Assessoramos a clínica e o profissional pra se comunicar de um jeito que transmita autoridade, gere desejo e passe segurança. Conteúdo que faz o lead chegar no WhatsApp já querendo fechar, não pedindo desconto.

### Assessoria comercial

Acompanhamos de perto a operação comercial da clínica. Avaliamos se a CRC está performando, escutamos atendimento, damos feedback, sugerimos ajuste de script, identificamos onde o funil está vazando. Não é treinamento pontual. É acompanhamento contínuo.

### CRM e automação

Implementamos o CRM que organiza todos os leads por etapa do funil, integra WhatsApp, Direct do Instagram, Google Meu Negócio e formulários num lugar só, lê as métricas continuamente, e dispara automaticamente os scripts desse manual nos momentos certos da jornada.

#### EM UMA FRASE

A gente faz o lead bom chegar, cuida pra ele ser bem atendido, e mede tudo que acontece no caminho. Pra clínica deixar de operar no improviso e começar a operar com previsibilidade.

CONHEÇA A OVERLOAD

## Quer entender melhor como podemos te **ajudar?**

Acesse nosso site pra conhecer a Overload, ver os serviços que oferecemos e os resultados que já entregamos pra clínicas como a sua. Se quiser falar com a gente, é só preencher o formulário por lá.

[ACESSE OVERLOADMKT.COM.BR](https://overloadmkt.com.br)

*Clique no botão acima para abrir o site*



*Impulsionamos Empresas com Excelência*

@overloadmkt