

PLAYBOOK COMERCIAL REFORMA LUCRATIVA 2026

Como transformar a Reforma
Tributária em conversas, reuniões e
contratos, mesmo que hoje você só
dependa de indicações



Por que este playbook existe

A Reforma Tributária não é apenas uma mudança na lei. Ela é a **maior oportunidade comercial da contabilidade nos próximos anos**.

Enquanto muitos contadores:

- travam por insegurança técnica
- esperam "entender tudo"
- ficam paralisados

Outros vão:

- se posicionar primeiro
- orientar clientes com clareza
- fechar contratos enquanto o mercado ainda está confuso

Este playbook existe para te colocar **no grupo que age, vende e cresce**.

A MAIOR OPORTUNIDADE DOS PRÓXIMOS ANOS

Preço

O custo final de produtos e serviços muda com as novas regras tributárias

Margem

A rentabilidade que hoje parece segura pode ficar comprometida

Operação

Processos, sistemas e rotinas fiscais precisam ser adaptados

A Reforma impacta diretamente:

O empresário **não quer saber a lei**. Ele quer saber:

1

se vai perder dinheiro

2

Quando vai começar

3

quanto vai pagar

4

o que precisa fazer agora



 Quem traduz isso, vende.
 Quem não traduz, vira espectador.

1. Mentalidade de execução e confiança

Confiança não é gritar afirmações no espelho, mas uma pilha inegável de evidências de que você é capaz de fazer aquilo que diz fazer.

- Alex Hormozi.

Mentalidade de execução

Assumir riscos e tomar as próprias decisões. A indecisão mata muito mais sonhos e negócios do que a escolha errada.

2. Vender é resolver problemas, vamos acabar com essa mentalidade negativa de que você está pedindo favor.

Que valor meu serviço agrega na vida do cliente?

Você evita problemas com a receita federal

Pagar menos imposto dentro da lei.

Economia real e imediata

Empresário: 70k/mês
Academia: 70 reais, 1000 alunos.

Alíquota: 6%, 11% pra 15,5%. 9,5% imposto de diferença.

Economize 7 mil reais pra você, economizo 10% de imposto no seu faturamento. todo mês.

Proteção e segurança

Evitamos processos trabalhistas

Evita cair na malha fina

Evitamos que suas contas sejam bloqueadas.



Argumento de vendas: todo corte de custo é lucro imediato.

Como não falar: Regularização...

Como falar: **Como não ir pra cadeia e pagar menos imposto legalmente.**

Além de estar resolvendo um problema pra ele, você está sempre gerando valor, entregando um ou mais benefícios e/ou evitando problemas.

DEFINIÇÃO DA PROPOSTA

O que você realmente vende

Você não vende "Reforma Tributária".



Clareza

Tradução do impacto real para o negócio do cliente



Diagnóstico

Análise específica do cenário da empresa



Plano

Roteiro concreto de adaptação



Segurança

Garantia de que não vai errar sozinho

Estrutura simples de proposta:

01

Diagnóstico do impacto da Reforma

Análise específica de preço, margem, crédito e operação

02

Plano de adequação

Roteiro claro de mudanças necessárias

03

Acompanhamento e execução

Suporte na implementação das mudanças

O cliente paga para **não errar sozinho.**



PROMPT PARA CRIAR SUA PROPOSTA ÚNICA DE VALOR (PUV)

Utilize este prompt na sua ferramenta de Inteligência Artificial preferida, pode ser no chat GPT, se você nunca usou, coloque no google e use a versão gratuita para te auxiliar na criação de uma Proposta Única de Valor (PUV) personalizada e impactante. Assegure-se de responder a todas as perguntas e seguir as etapas para obter o melhor resultado.

Contexto: Precisamos nos diferenciar pra captar mais clientes e pra isso é imprescindível criar uma Proposta Única de Valor (PUV) voltada para serviços de contabilidade, com foco em atrair empresários e empreendedores, no Brasil.

Papel: Você é um Copywriter Sênior com mais de 20 anos de experiência em marketing e vendas de serviços contábeis para empreendedores e empresas. Sua função é extrair as informações certas do usuário para construir uma Proposta Única de Valor irresistível.

Objetivo: Elaborar uma Proposta Única de Valor clara, diferenciada e atraente, baseada nas respostas do usuário a um conjunto estratégico de perguntas, com o objetivo de atrair e converter empresários que buscam serviços contábeis.

Tarefas e Etapas:

1. **Coletar Informações-Chave:** Apresente ao usuário 7 perguntas essenciais para entender seu negócio, seu diferencial e o perfil do seu cliente ideal.
2. **Analisar as Respostas:** Após receber as respostas do usuário, identificar padrões, benefícios únicos e dores que podem ser abordadas.
3. **Construir a PUV:** Redigir uma proposta única de valor clara, impactante e focada em resultados, com base nas respostas analisadas.
4. **Refinar a Oferta:** Apresentar variações e sugestões de ajustes, se necessário, para tornar a PUV ainda mais persuasiva.
5. **Opcional - Roteiro de Divulgação:** (Caso o usuário deseje) Criar sugestões de aplicação dessa PUV em diferentes canais: site, redes sociais, email marketing, etc.

Resolva esse problema etapa por etapa.

Formato de Saída: A resposta será formatada em **Markdown**, utilizando títulos, listas e destaques para facilitar a leitura e execução.

Vamos construir sua Proposta Única de Valor (PUV) – passo a passo

Para eu escrever uma PUV clara, diferenciada e pronta para atrair empresários no Brasil, preciso destas **7 respostas objetivas**. Responda em *bullet points* para ser mais rápido.

1) Cliente Ideal (ICP)

Quem você quer atrair **prioritariamente**?

- Nichos/segmentos (ex.: e-commerce, clínicas, construção, tech, restaurantes)
- Porte/faturamento aproximado
- Região/atuação (local, estadual, nacional)
- Momento do negócio (abrindo, regularizando, crescendo, profissionalizando)

2) Dores Prioritárias

Quais são as **3–5 dores** mais frequentes que chegam até você?

- Ex.: risco de multas, falta de fluxo de caixa, regime tributário errado, atraso em obrigações, falta de visão de números.

3) Resultado Valorizado

Quais **resultados práticos** seu cliente mais valoriza nos próximos 30–90 dias?

- Ex.: previsibilidade de caixa, conformidade sem sustos, redução de desperdícios tributários*, organização financeira mínima, tempo livre do dono.

**Aviso: não faremos promessas garantidas; só descreva o que o cliente busca.*

4) Oferta Núcleo e Entregáveis

O que você vende como **serviço principal** e o que acompanha?

- Ex.: abertura de CNPJ, enquadramento tributário, fiscal/contábil/DP, BPO financeiro, consultivo.
- **Entregáveis e prazos** (onboarding, reuniões, relatórios, dashboards, SLA de respostas).

5) Diferenciais e Provas

O que **te torna diferente** e como provamos?

- Nicho de especialização? Metodologia? Tecnologia (ERP, integrações, dashboards)?
- Atendimento (canal dedicado, tempo de resposta)?
- **Provas**: cases (sem PII), depoimentos, métricas internas, certificações, parcerias.

6) Mecanismo Único

Qual é o seu "**jeito próprio**" de entregar valor?

- Ex.: "Diagnóstico 360° Tributário em 7 etapas", "Sprint de Regularização em 10 dias úteis", "Playbook Financeiro em 30 dias", "Checklist de Obrigações com alertas".
- Dê nome ao método, se existir (ou descreva para criarmos um).

7) Modelo Comercial e Chamada

Como você quer **vender e converter**?

- Planos/preços (fixo, por faixas, por módulo), forma de contrato, prazo mínimo.
- Processo de entrada (triagem, diagnóstico, proposta).
- **CTA preferido** (DM "DIAGNÓSTICO", formulário, agenda de consultoria).

Assim que você enviar as respostas, eu:

1. analiso padrões e benefícios únicos,
2. redijo a sua PUV principal + 2 variações,
3. proponho ajustes de oferta (se fizer sentido),
4. e, se quiser, já entrego um mini-roteiro de divulgação para site, Instagram e LinkedIn.

Pronto para começar? Pode responder ponto a ponto na mesma ordem acima.

Oferta Vendável: Seu modelo de proposta

Você não vende 'Reforma'. Você vende clareza + próximo passo.

O erro que a maioria dos contadores comete é tentar vender "consultoria em Reforma Tributária" algo vago, abstrato e difícil de precificar. O empresário não sabe o que isso significa, quanto custa, quanto tempo leva, ou qual o resultado concreto.

A estratégia vencedora é diferente: **você vende clareza imediata através de uma triagem rápida, seguida de um diagnóstico e um plano específico.**

A triagem é sua arma secreta. São apenas 4 perguntas que você faz em 2 minutos e que te dão informação suficiente para encaixar o cliente no pacote certo.

1 Regime tributário + faturamento aproximado

Simples? Lucro Presumido? Lucro Real? Faturamento anual estimado? Essa informação básica já define a complexidade.

2 Vende pra consumidor final ou B2B?

B2C tem impacto diferente de B2B. A dinâmica de crédito muda completamente. Essa pergunta define qual tipo de análise você vai fazer.

3 Muitos produtos/serviços e variação de margem?

Empresas com portfólio extenso e margens variadas precisam de análise mais detalhada de impacto por linha de produto.

4 ERP e emissão: organizado ou "cada um faz de um jeito"?

A maturidade do sistema e dos processos internos define o esforço de adaptação. Isso muda o escopo do trabalho.

 **Resultado da triagem:** Com essas 4 respostas, você já sabe se o cliente encaixa no pacote básico, intermediário ou completo. Você consegue dar valor e prazo na hora.

Modelo de Proposta direta e prática pra vender

Agora eu vou te mostrar exatamente como estruturo minhas propostas para que elas sejam claras, objetivas e façam o cliente querer fechar imediatamente. Não é sobre ser a proposta mais bonita ou mais técnica é sobre ser a proposta mais fácil de entender e de dizer sim.

A estrutura que uso tem três elementos fundamentais: **o que está incluso, o resultado esperado, e o próximo passo**. O cliente precisa entender o que ele está comprando, o que vai receber, e como avançar. Qualquer coisa além disso é ruído.

1

Pacote e Incluso

Nome do pacote (Essencial, Completo, Premium) + lista clara do que está incluso. Use bullets, seja específico. Exemplo: "Diagnóstico de impacto | Classificação fiscal | Plano de adaptação do ERP".

2

Resultado e Entrega

O que o cliente vai ter na mão no final. Exemplo: "Relatório de impacto na margem + Checklist de adequação + Reunião de apresentação do plano". Seja tangível.

3

Investimento e Prazo

Valor total, forma de pagamento, e prazo de entrega (sempre condicionado a "documentos completos"). Transparência gera confiança.

4

Próximo Passo

Call to action claro. Exemplo: "Para garantir sua vaga, confirme até [data] através do link de pagamento." Crie urgência saudável.

🔥 **Momento rápido:** "Vou te mostrar a proposta que eu uso só pra você ver como isso fica na prática e como é simples de adaptar para o seu escritório."

📄 ☒ **Quem ficar até o final do evento ao vivo eu vou deixar essa proposta editável com você** para você adaptar com a sua marca e começar a usar imediatamente.

3. Proposta única de valor e o diferencial do teu serviço

PUV: O que te diferencia no teu serviço.

- É Agilidade no atendimento?
- É uma elisão fiscal?
- É um suporte estratégico (BPO financeiro) tu ajuda o cliente a tomar decisões com base no demonstrativo financeiro dele? Ou seja, tu atua muito mais como um departamento financeiro do que apenas como um funcionário da receita federal que ele tem que pagar.



Ex: Solucente

Se preocupe em fazer dinheiro e deixe a burocracia com a gente.

Investe em tecnologia pro cliente não ter que mandar documentos e não ter que gastar tempo conosco.



Nossos diferenciais

1. Facilidade de ter que enviar pouca coisa.
2. Comunicação fluida no grupo do wpp.
3. Acesso ao meu time de especialistas pra te responder rápido.

Como fazer uma proposta única de valor:

Colocar depoimentos de clientes, só você possui o trackrecord que possui.

DEFINIÇÃO DO ICP

Para quem você deve vender agora

Foque em empresas:



Ativas

Empresas operando regularmente



Que emitem nota

Com operações fiscais regulares



Com fornecedores

Que têm cadeia de suprimentos



Sensíveis a preço/margem

Onde impacto será mais sentido

Segmentos mais impactados:

- Comércio
- Serviços B2B
- Construção
- Saúde
- Educação



Regra de ouro: Venda para quem **sente impacto agora**.

Perfil de cliente ideal

4 pontos do cliente ideal



Dor latente

Tem que ter uma dor muito forte

- Contadores: toda empresa tem a mesma dor (obrigatório o serviço)



Capacidade de pagamento

Pagar 400 reais, pagar 3k.



Facilidade de achar

Quão fácil é achar um cliente que paga 400 versus quão fácil é achar um de 3k. O 400 é mais fácil e dá menos trabalho.



Facilidade de resultados

400 é muito mais "fácil" entregar resultado que o de 3k.

Análise estratégica:

Tem total conexão com a minha PUV, com o meu cliente ideal.

Estrategicamente pode fazer mais sentido: vários clientes pequenos do que poucos clientes grandes. Essa é a estratégia da Soluconte, por quê?

Porque:

- Dor = mesma
- Capacidade pagamento = menor (cliente peq)
- Facilidade de achar = muito maior
- Facilidade de gerar resultado = maior
- Custo de gerar resultado pra esse cliente = menor para o escritório.

Cliente menor ele é MELHOR.

Vantagens estratégicas

Dá menos dor de cabeça e estrategicamente: ter vários clientes menores DILUI teu risco em termos de carteira de clientes.

Porque se um ou 2 ou 3 clientes menores saírem e tu tiver 30, tu quase não sente.

$400 \times 30 = 12k$ 3 clientes = 1200

Agora se tu tem 6 clientes grandes, cada um te pagando 2k.

12k faturamento

2 clientes = 4k que tu perdeu.

Teu risco é menor. E em tese, é mais fácil do ponto de vista OPERACIONAL escalar pra 30 pequenos que pra 6 grandes.

Também é mais fácil: FECHAR o cliente pequeno do que o grande, porque de maneira geral, não só o compromisso financeiro dele é menor com o escritório.

PRINCIPAIS DORES DO EMPRESÁRIO



Dor Financeira

- Aumento de carga tributária
- Perda de crédito fiscal
- Redução de margem de lucro



Dor Operacional

- Mudança de processos internos
- Ajustes em sistemas e ERP
- Adaptação de contratos



Dor de Risco

- Medo de errar na adaptação
- Receio de multas e penalidades
- Insegurança sobre o futuro

👉 Você não vende medo.

👉 Você vende **clareza e caminho**.

Principais Dores e Desejos de Pequenos Empresários em Relação à Contabilidade

1. Pagar menos imposto sem correr riscos

Dor: "Pago muito imposto, não sobra dinheiro pra investir no negócio."

Desejo: "Quero pagar menos imposto de forma legal e inteligente."

Solução: Estratégias de elisão fiscal (economia legal de impostos), escolha correta do regime tributário (Simples Nacional, Lucro Presumido, etc.), e otimização do pró-labore vs. distribuição de lucros.

2. Ter clareza financeira e saber pra onde vai o dinheiro

Dor: "Não sei exatamente quanto ganho e quanto gasto, parece que o dinheiro some."

Desejo: "Quero entender minhas finanças e ter clareza do fluxo de caixa."

Solução: Relatórios financeiros simplificados, dashboards visuais, consultoria contábil ativa para tomada de decisões estratégicas.

3. Gastar menos tempo com contabilidade e burocracia

Dor: "Perco muito tempo resolvendo papelada e falando com meu contador."

Desejo: "Quero um serviço ágil, sem dor de cabeça."

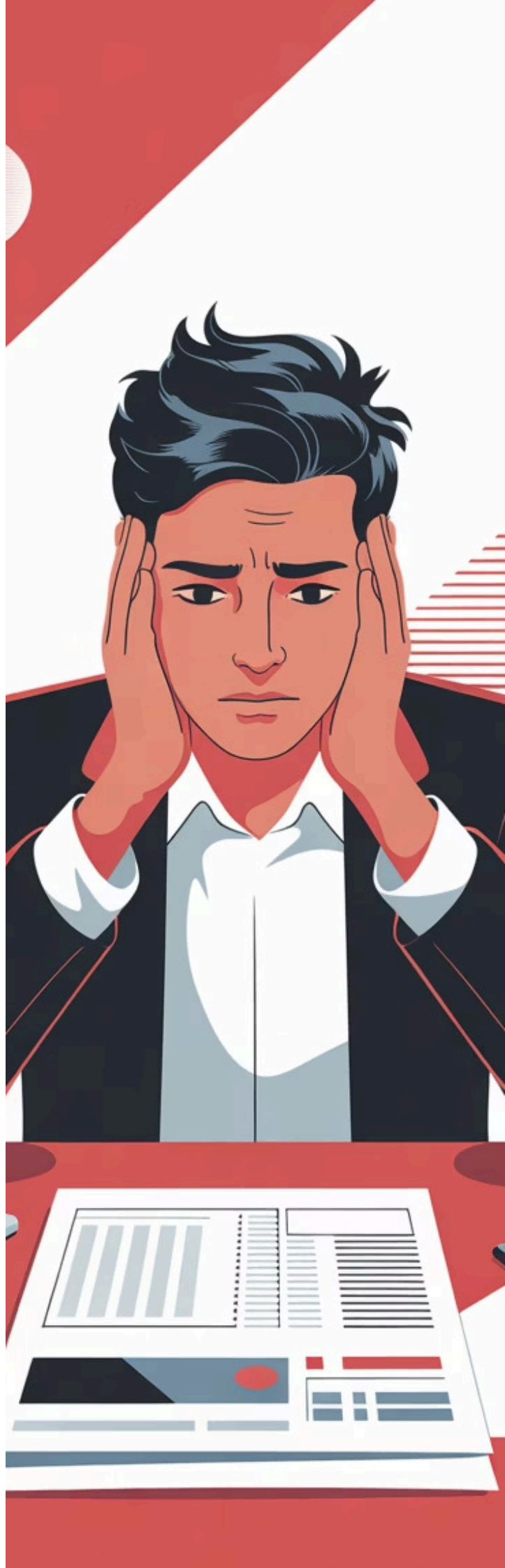
Solução: Digitalização de processos, automação contábil, integração de sistemas (ex.: integração com ERP e bancos).

4. Suporte ágil e atendimento humanizado

Dor: "Meu contador demora para responder, e quando responde, não entendo nada."

Desejo: "Quero um atendimento rápido e que fale a minha língua."

Solução: Atendimento consultivo, comunicação simples e clara, disponibilidade via WhatsApp, chatbot para dúvidas rápidas.



Principais Dores e Desejos de Pequenos Empresários em Relação à Contabilidade



5. Contabilidade estratégica que ajude a crescer

Dor: "Meu contador só aparece quando tem imposto pra pagar."

Desejo: "Quero alguém que me ajude a crescer e não só a cumprir obrigações fiscais."

Solução: Planejamento financeiro e tributário, análise de indicadores de crescimento, reuniões periódicas para traçar estratégias.



7. Facilidade na emissão de notas e controle de obrigações

Dor: "Emitir nota fiscal e fazer folha de pagamento é complicado e burocrático."

Desejo: "Quero um sistema fácil que automatize tudo."

Solução: Ferramentas integradas para emissão de notas, folha de pagamento automatizada, suporte contábil para ajustes.



9. Evitar multas e juros desnecessários

Dor: "Já perdi dinheiro pagando multas porque o contador esqueceu de me avisar."

Desejo: "Quero ter todas as minhas obrigações em dia sem correr riscos."

Solução: Alertas automáticos para vencimentos, suporte proativo, revisão fiscal frequente.



6. Reduzir riscos e evitar problemas com o governo

Dor: "Tenho medo de cair na malha fina e tomar multa por erro contábil."

Desejo: "Quero um contador que me ajude a evitar problemas com a Receita Federal."

Solução: Revisão fiscal constante, compliance tributário, acompanhamento preventivo.



8. Formalização e crescimento sem sustos

Dor: "Não sei se vale a pena abrir empresa, e tenho medo de escolher a categoria errada."

Desejo: "Quero abrir meu CNPJ da maneira mais econômica e segura possível."

Solução: Consultoria para abertura de empresa, definição do melhor regime tributário e orientação sobre incentivos fiscais.



10. Ter previsibilidade financeira e escalar com segurança

Dor: "Não sei se posso contratar funcionários ou investir sem comprometer meu caixa."

Desejo: "Quero crescer de forma segura e planejada."

Solução: Planejamento tributário e financeiro, estruturação de custo fixo vs. variável, estratégia de crescimento sustentável.

MONTAGEM DA LISTA COMERCIAL

Venda começa com lista.

Fontes obrigatórias:

Clientes ativos

Sua base atual que já confia em você

Ex-clientes

Relacionamento anterior para reativar

Leads antigos

Conversas que esfriaram no passado

Networking

Conexões profissionais e pessoais

Seguidores

Audiência em redes sociais



Checklist mínimo:

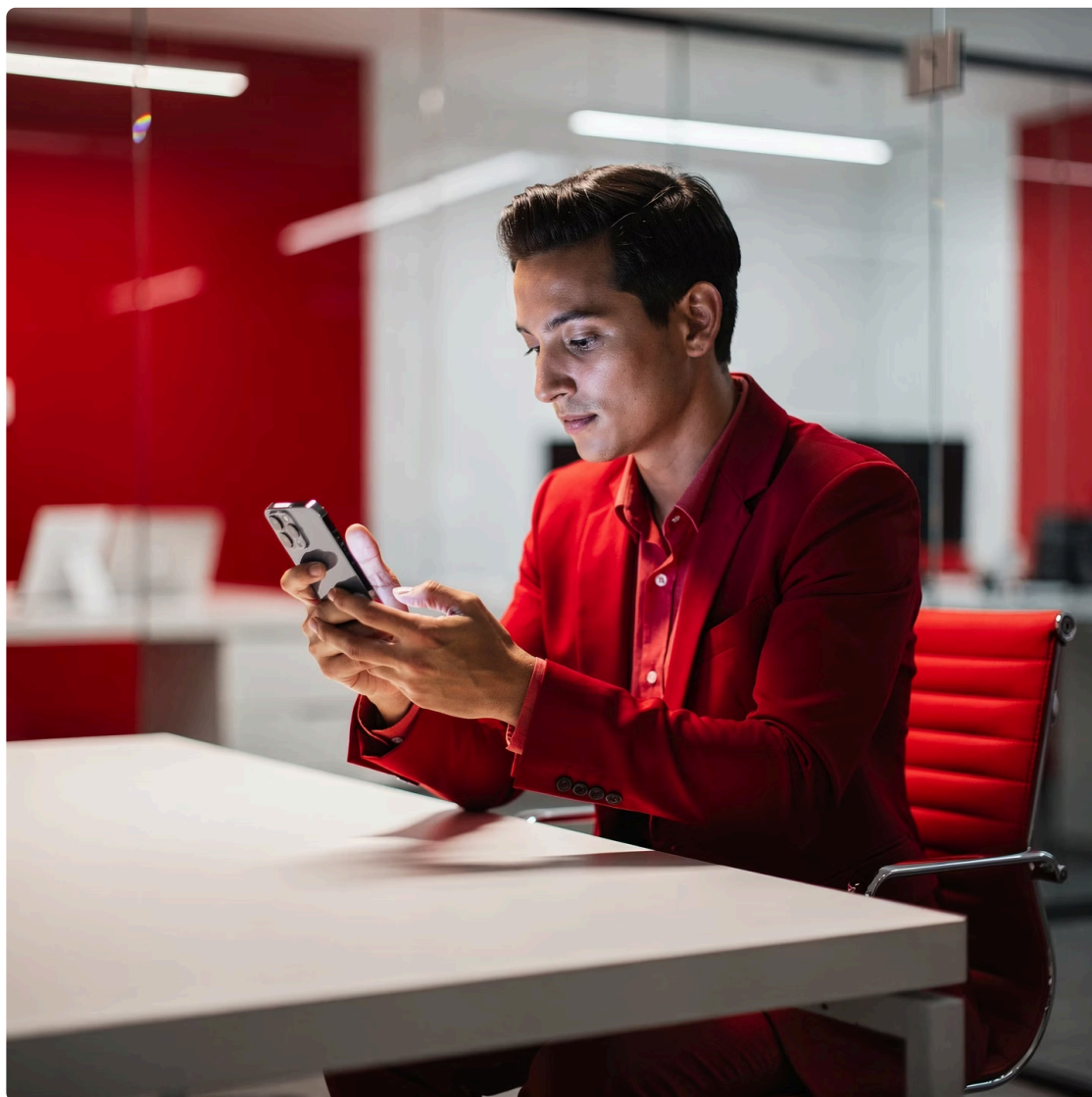
-  Nome
-  Empresa
-  Segmento
-  Contato
-  Status



Quem não vende geralmente **não tem lista organizada.**

PROSPECÇÃO ATIVA

Scripts prontos



Script – Cliente atual

"Oi, [nome]. Estou revisando os impactos da Reforma Tributária por segmento e identifiquei pontos que podem afetar seu negócio. Queria te explicar com calma."

Script – Lead antigo

"Oi, [nome]. A Reforma Tributária muda pontos importantes para empresas como a sua. Estou fazendo diagnósticos rápidos para orientar antes das mudanças."

Script – Networking

"Tenho ajudado empresas a entender como a Reforma afeta preço, crédito e operação. Posso te mostrar como isso se aplica no seu caso."

Sem pressão. Diagnóstico primeiro.

As 4 Perguntas Poderosas

2 minutos que definem o pacote certo

A triagem é sua arma secreta. São apenas 4 perguntas que você faz em 2 minutos e que te dão informação suficiente para encaixar o cliente no pacote certo.

1

Regime tributário + faturamento aproximado

Simples? Lucro Presumido? Lucro Real? Faturamento anual estimado? Essa informação básica já define a complexidade.

2

Vende pra consumidor final ou B2B?

B2C tem impacto diferente de B2B. A dinâmica de crédito muda completamente. Essa pergunta define qual tipo de análise você vai fazer.

3

Muitos produtos/serviços e variação de margem?

Empresas com portfólio extenso e margens variadas precisam de análise mais detalhada de impacto por linha de produto.

4

ERP e emissão: organizado ou "cada um faz de um jeito"?

A maturidade do sistema e dos processos internos define o esforço de adaptação. Isso muda o escopo do trabalho.



Resultado da triagem: Com essas 4 respostas, você já sabe se o cliente encaixa no pacote básico, intermediário ou completo. Você consegue dar valor e prazo na hora.

A Pergunta que Fecha a Venda

"Você sabe como a Reforma vai impactar seu preço, seu crédito e sua operação?"



1

Se ele responde "Sim"

Você faz perguntas de aprofundamento: "E você já mapeou o impacto na sua margem?" "Já checkou se o ERP aguenta a nova classificação?"

2

Se ele responde "Não"

Ele acabou de reconhecer que precisa de ajuda. É sua deixa para oferecer a triagem e o diagnóstico.

Essa pergunta faz o empresário pausar, pensar e perceber que ele não tem as respostas. E quando ele não tem as respostas, ele precisa de você.

Fechamento em 4 Mensagens

Do interesse ao pagamento

1

Permissão para Triagem

"Perfeito! Pra eu te passar valor e prazo certinhos, me responde 4 perguntas rápidas?"

2

As 4 Perguntas

Regime + faturamento | B2C ou B2B |
Variedade de produtos e margem |
Organização do ERP/emissão

3

Apresentação do Pacote

"Pelo seu cenário, o ideal é o pacote [Essencial/Completo/Premium]. Inclui [diagnóstico + plano + acompanhamento]. Investimento: R\$ X.XXX"

4

Facilitação do Pagamento

"Confirmou o pagamento, eu reservo a vaga e envio o checklist de documentos. Prazo começa quando os docs estiverem completos. Pix ou cartão?"

As 3 objeções mais comuns



"Tá caro..."

"Você não tá pagando hora de trabalho. Você tá pagando clareza, segurança e um plano específico que evita erro que custa muito mais caro lá na frente."



"Fulano cobra mais barato..."

"Entendo. Mas não é o mesmo serviço: eu faço triagem personalizada, plano específico pro seu cenário, e assumo responsabilidade técnica. Não é planilha genérica."



"Depois eu vejo..."

"Sem problema. Só te aviso que a agenda fecha rápido e o prazo fica mais longo conforme enche. Quer que eu reserve a vaga por 48h enquanto você decide?"

ROTINA COMERCIAL SIMPLES

Venda não depende de motivação

Motivação não sustenta crescimento. Sistema sustenta. Você pode estar empolgado hoje, mandar 50 mensagens, abrir 10 conversas... e aí esquecer de fazer follow-up, perder o timing, deixar lead esfriar.

30 min – organizar CRM

Atualizar status de cada contato, revisar próximos passos

30 min – prospecção

Enviar mensagens para novos contatos da lista

30 min – follow-up

Retomar conversas pendentes, responder dúvidas

30 min – reuniões

Diagnósticos rápidos e apresentação de propostas

👉 Processo vence motivação.

👉 Sistema gera previsibilidade.

- 📅 **Rotina comercial simples e funcional:** Segunda de manhã você olha o CRM e vê quem está em "Proposta Enviada" há mais de 3 dias. Você manda mensagem. Quinta você olha quem está em "Triagem Feita" e ainda não recebeu proposta. Você envia. Não precisa ser complicado. Precisa ser consistente.

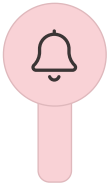
9. ROTINA DE APLICAÇÃO PRÁTICA



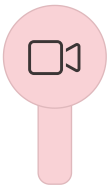
Começou teu dia



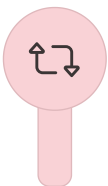
Confere os leads para responder no wpp



Envia lembrete com os leads da reunião para confirmar



Se tiver reunião, faz a reunião



Faz Follow up com antigos



Abre o CRM quente e começa a Rotina de prospecção quente



Abre o CRM frio e começa a Rotina de prospecção fria

Sistema de Acompanhamento

Fluxo de trabalho que não deixa nada escapar

1

Lead Entrou

Contato inicial foi feito, interesse foi demonstrado, conversa foi aberta

2

Triagem Feita

4 perguntas foram respondidas, você já sabe qual pacote encaixa

3

Proposta Enviada

Valor, prazo e próximo passo foram apresentados de forma clara

4

Aguardando Pagamento

Cliente demonstrou interesse, mas ainda não confirmou. Momento de follow-up

5

Pago → Execução

Pagamento confirmado, vaga reservada, checklist enviado, trabalho iniciado

"O dinheiro não some no mercado — ele escapa por falta de processo. Você não perde cliente porque o mercado tá ruim. Você perde porque não fez follow-up, porque não lembrou de voltar, porque não tinha clareza de onde cada conversa estava."

Matemática da Prospecção

Números reais de um funil funcional

Etapa	Taxa	Volume
Contatos minerados/mapeados		1.000
Contatos validados	50%	500
Contatos abordados		500
Taxa de resposta	45%	225
Propostas enviadas		150
Taxa de interesse	25%	38
Respostas positivas		35
Taxa de fechamento	15%	5
Vendas no mês		5 a 8



Isso é matemática, não dom. Volume gera resultado. Consistência gera previsibilidade.

Este playbook não foi feito para:

Acumular PDF

Não é para guardar na pasta e nunca mais abrir

Ficar parado

Conhecimento sem ação é entretenimento

Impressionar

Não é para mostrar que você "fez o curso"

Ele foi feito para:

Organizar sua ação

Dar clareza sobre os próximos passos práticos

Destruar vendas

Transformar insegurança em processo estruturado

Transformar Reforma em faturamento

Converter a maior oportunidade em caixa real



PLANO COMERCIAL ESTRATÉGICO D.A.I

CONTABILIDADE QUE VENDE

Este plano detalha ações estratégicas para contadores que buscam expandir sua base de clientes, focando em abordagens diretas e indiretas no ambiente digital, sempre com o objetivo de oferecer uma contabilidade mais estratégica e menos burocrática.

1. Reativação de Leads Antigos

Objetivo: Resgatar oportunidades perdidas e converter leads que já demonstraram algum interesse, mas que por algum motivo não avançaram.

Foco: Personalização, oferta de valor e compreensão do momento atual do lead.

Mensagem 1: Relembrando o Contato

"Olá, [Nome do Lead]! Tudo bem? Vi que conversamos há um tempo sobre [Assunto da Conversa Anterior - ex: a redução de impostos para tua empresa, migração do MEI pra EPP]. Como está o seu negócio hoje? Aquela dor sobre [Dor Identificada na Conversa Anterior] ainda te incomoda?"

Mensagem 2: Oferecendo Novo Valor

"Oi, [Nome do Lead]! Passei para te dar uma dica rápida: vi que o governo liberou uma nova regra para [Tema Relevante]. Pensei em você na hora! Que tal um bate-papo de 15 minutos para ver se isso se aplica ao seu caso e te ajudar a economizar?"

Mensagem 3: Chamada para Ação Direta

"E aí, [Nome do Lead]! Sei que a rotina é corrida. Se precisar de uma contabilidade que realmente entende o seu negócio e te ajuda a pagar menos imposto legalmente, me chama! Tenho um diagnóstico gratuito que pode te surpreender."

2. Montagem de Listas de Leads Qualificados

Objetivo: Criar um fluxo constante de novos prospects altamente qualificados, que realmente precisam de contabilidade estratégica.

Foco: Identificação precisa de nichos e automação de coleta de dados.



Estratégia: Nichos Específicos

Focar em segmentos de mercado com dores contábeis latentes (ex: e-commerce, profissionais de saúde, infoprodutores). Buscar grupos e comunidades online desses nichos.

Mensagem de Abordagem:

"Olá, [Nome do Lead]! Vi que você atua no setor de [Nicho do Lead]. Muitos profissionais da sua área enfrentam desafios específicos com [Dor Contábil do Nicho, ex: tributação de infoprodutos]. Já pensou em como uma contabilidade especializada poderia otimizar seus ganhos?"



Estratégia: Análise de Concorrentes

Monitorar seguidores e interações de contadores concorrentes ou parceiros de negócios em segmentos similares, buscando leads que demonstram engajamento.

Mensagem de Abordagem:

"Oi, [Nome do Lead]! Observei que você se interessa por [Assunto Relevante]. Se você busca uma contabilidade que vai além do básico e te ajuda a realmente lucrar mais, podemos conversar. Tenho umas ideias para o seu negócio."



Estratégia: Engajamento Ativo em Redes

Participar ativamente de grupos e fóruns relevantes, respondendo dúvidas e se posicionando como autoridade. Acompanhar hashtags específicas e interagir com posts.

Mensagem de Abordagem:

"Olá, [Nome do Lead]! Gostei do seu comentário sobre [Assunto no Grupo/Fórum]. Se precisar de um contador que entende a dinâmica digital e te ajuda a descomplicar a burocracia, me coloco à disposição para uma conversa sem compromisso!"

3. Pedido de Indicação

Objetivo: Gerar novos leads qualificados a partir da sua base de clientes satisfeitos, aproveitando o poder do boca a boca.
Foco: Facilitação do processo e incentivo.

Mensagem 1: Pós-Entrega de Valor

"Olá, [Nome do Cliente]! Que bom que conseguimos [Resultado Positivo Recente, ex: reduzir seus impostos]. Fico feliz em ajudar! Se você conhece algum amigo empresário que também precisa de uma contabilidade mais estratégica, poderia indicá-lo? Tenho certeza que posso ajudar!"

Mensagem 2: Campanha de Indicação

"Oi, [Nome do Cliente]! Estamos com uma campanha especial: indique um amigo empresário para a [Sua Empresa de Contabilidade] e, se ele fechar, vocês dois ganham um presente/bônus especial! Conhece alguém que precisa de uma contabilidade que realmente faça a diferença?"

Mensagem 3: Indicação no Dia a Dia

"Bom dia, [Nome do Cliente]! Quando você estiver conversando com outros empreendedores e surgirem dúvidas sobre impostos ou gestão, lembre-se que estou aqui para ajudar! Ficarei feliz em atender quem você indicar para descomplicar a contabilidade."

4. Novas Ações Comerciais

Objetivo: Ampliar o alcance, diversificar as fontes de leads e fortalecer a autoridade da sua marca.
Foco: Inovação, educação do mercado e parcerias estratégicas.

- **Parcerias Estratégicas**

Estabelecer parcerias com advogados ou outros profissionais que pode atuar em conjunto. Realizar ações conjuntas e troca de indicações.
- **Workshops Locais (Presenciais/Online)**

Oferecer workshops práticos para pequenos empresários e autônomos sobre temas como "Emissão de Notas Fiscais sem Dor de Cabeça" ou "Como Organizar suas Finanças para o Imposto de Renda".

Tabela Estratégica Final: Plano de Ação

Resumo das ações, objetivos e métricas para acompanhar o sucesso do seu Plano Comercial Estratégico.

Reativação de Leads	Converter leads que já demonstraram interesse.	Taxa de resposta, agendamentos, fechamentos.	Mensal
Listas de Leads	Gerar novos prospects qualificados.	Número de leads qualificados, taxa de conversão para abordagem.	Semanal
Pedido de Indicação	Obter novos clientes via clientes satisfeitos.	Número de indicações, taxa de fechamento de indicados.	Trimestral
Novas Ações Comerciais	Ampliar alcance e fortalecer marca.	Inscrições, engajamento, leads gerados.	Conforme planejado



**A Reforma vai acontecer com
ou sem você**

A pergunta é:

**Você vai
assistir ou
vai lucrar?**