

LEADVORA · E-BOOK

Playbook de área comercial B2B

Monte uma máquina de vendas previsível.

Playbook de área comercial B2B

O guia para montar uma máquina de vendas previsível: ICP, processo, cadência, qualificação, papéis, metas e rotina.

Atualizado em julho de 2026 · por Leadvora · leitura de ~18 min

Resumo: um playbook transforma vendas de **talento individual** em **processo repetível**. Este material reúne as 8 peças de uma área comercial — ICP, oferta, processo, cadência, qualificação, time, metas e rotina — com checklists e modelos para você montar a sua.

AS 8 PEÇAS DA MÁQUINA DE VENDAS

1. ICP e oferta
2. Processo comercial
3. Cadência de prospecção
4. Qualificação
5. Papéis do time
6. Metas e indicadores
7. Rotina de gestão
8. Ferramentas e CRM

1. ICP e oferta

Tudo começa por **para quem** você vende e **qual problema** resolve. Sem clareza aqui, nenhuma outra peça funciona.

Defina por escrito: setor(es), porte, região, cargo do decisor, dor principal e o resultado que você entrega. Veja o guia de [como definir o ICP](#).

2. Processo comercial

As etapas que uma oportunidade percorre, com **critérios claros** de avanço:

1. **Prospecção** → contato aberto
2. **Qualificação** → fit, dor, momento e decisor confirmados
3. **Diagnóstico** → problema entendido a fundo
4. **Proposta** → solução ligada à dor
5. **Fechamento** → objeções resolvidas, negócio ganho

Detalhe em [processo comercial e playbook](#).

3. Cadência de prospecção

A sequência de toques por e-mail, LinkedIn e WhatsApp que enche o topo do funil. Defina número de toques, intervalos e o conteúdo de cada mensagem — use o [kit de templates](#) e o [modelo de cadência](#).

4. Qualificação

O filtro que garante que o time gaste tempo com quem tem chance real. Um checklist simples:

Um lead está **qualificado quando**: ☒ tem fit com o ICP · ☒ tem uma dor que você resolve · ☒ o momento faz sentido · ☒ você está falando com (ou tem acesso a) quem decide. Veja [como qualificar leads](#).

5. Papéis do time

Comece full cycle (uma pessoa faz tudo) e especialize conforme cresce:

- **SDR** — prospecta e qualifica
- **Closer** — conduz e fecha
- **Líder** — processo, coaching e forecast
- **CS** — retenção e expansão

Veja [como estruturar o time](#).

6. Metas e indicadores

Combine **meta de resultado** (receita) com **metas de atividade** (reuniões, oportunidades) que levam até ela — o que o time controla no dia a dia. Trabalhe de trás para frente a partir das **taxas de conversão**.

7. Rotina de gestão

- **Pipeline semanal:** o que avançou e o que travou
- **1:1 de coaching:** desenvolver cada vendedor
- **Forecast:** previsão baseada no pipeline real
- **Revisão de indicadores:** ajustar onde o funil perde força

Aprofunde em **metas e gestão do time comercial**.

8. Ferramentas e CRM

O CRM é a espinha dorsal: onde ficam contatos, pipeline, histórico e indicadores. Sem ele, o conhecimento se perde e não há gestão possível. Veja **como escolher um CRM de prospecção**.

Como o Leadvora ajuda

O **Leadvora** operacionaliza o playbook inteiro: monta listas do ICP com dados de CNPJ, roda a cadência multicanal, aplica seu processo no pipeline e entrega as métricas de gestão — uma plataforma para tirar a área comercial do papel.

Perguntas frequentes

O que é um playbook de área comercial?

O manual da operação: ICP, oferta, processo, cadência, qualificação, papéis, metas e rotina. Padroniza o que funciona e acelera novos vendedores.

Como montar um playbook do zero?

Documente o que já dá certo (para quem vende, como aborda, o que qualifica, como fecha), organize por etapa e refine com os números do CRM.

Preciso de um time grande para ter um playbook?

Não. Mesmo uma operação de 1–2 pessoas se beneficia de processo e critérios escritos — e escala melhor depois.

Leadvora é o CRM de prospecção outbound B2B que enriquece leads com dados de CNPJ da Receita Federal e integra e-mail, LinkedIn e WhatsApp em uma só plataforma.