

Antes de oferecer, entenda: como usar IA para prospectar clientes com mais critério

Da escolha do cliente ao pedido de referência: um caminho prático para preparar conversas, reconhecer oportunidades e acompanhar resultados.

Por Marcio Furlani · 29/10/2026

Você participa de uma reunião de negócios, conhece pessoas, troca contatos e volta com a sensação de que muitas oportunidades podem surgir. No dia seguinte, surge a pergunta: com quem falar primeiro e o que dizer?

É nesse momento que a inteligência artificial pode ajudar. Mas abrir uma ferramenta e pedir “crie uma mensagem para vender meu serviço” deixa de fora a parte mais importante: por que aquela pessoa deveria se interessar pela conversa?

Minha proposta é começar por essa pergunta. A IA pode apoiar a pesquisa, organizar informações e preparar abordagens. O trabalho comercial continua exigindo escuta, julgamento e uma oferta que faça sentido para o cliente.

1. Defina quem você consegue ajudar

Antes de buscar nomes, descreva uma situação em que seu trabalho pode ser útil. “Quero atender empresas” é amplo demais para orientar uma pesquisa ou um pedido de referência.

Considere um exemplo didático de consultoria de processos com IA: pequenas distribuidoras que recebem pedidos por diferentes canais e querem entender onde surgem atrasos, informações incompletas e retrabalho. Esse recorte ainda precisa ser validado em conversa. Ele não autoriza concluir que toda distribuidora enfrenta esses problemas.

Escreva três respostas: qual problema você sabe investigar ou resolver, quem costuma participar dessa decisão e quais situações justificariam uma primeira conversa. Inclua também quando seu serviço não é adequado. Reconhecer uma oportunidade sem encaixe evita insistência e propostas que você não conseguirá entregar.

A IA pode ajudar a tornar esse perfil mais claro a partir das informações que você fornecer. A responsabilidade de confirmar sua capacidade de entrega permanece sua.

2. Pesquise sinais e separe fatos de hipóteses

Imagine que uma empresa anunciou uma nova unidade em seu site oficial. A expansão é um fato verificável. A possibilidade de precisar rever processos é uma hipótese. Dizer que a empresa está desorganizada seria uma conclusão sem fundamento.

Ao preparar a abordagem, organize uma ficha curta: informação encontrada, fonte e data, possível relação com seu serviço e pergunta que falta responder. Se usar uma ferramenta com pesquisa na internet, abra os links. Se ela não tiver acesso à web, forneça os trechos e endereços consultados. Não peça que complete lacunas inventando nomes, cargos ou necessidades.

No exemplo da distribuidora, uma pergunta possível seria: “Com a nova unidade, o processo de receber e conferir pedidos mudou?” A resposta pode revelar uma necessidade, mostrar que o processo está bem resolvido ou indicar que o assunto não é prioridade. As três respostas ajudam a decidir o próximo passo.

3. No BNI, facilite o reconhecimento de uma boa referência

Como membro do BNI, ocupando a cadeira de Consultor de Processos com IA, considero esse ponto especialmente relevante: quem deseja nos apresentar a alguém precisa entender em que situação podemos ajudar.

O Blog Oficial BNI Brasil orienta a identificar o cliente desejado e descrever com clareza seu perfil e sua necessidade. Em outra publicação, apresenta a IA como apoio à preparação de reuniões individuais e à elaboração de pedidos de referência. São orientações de prática de networking, não garantias de conversão em vendas. [1] [2]

Aplicando essa ideia ao nosso exemplo, um pedido poderia ser:

> “Nesta semana, gostaria de conhecer o proprietário ou gerente de uma pequena distribuidora que tenha comentado sobre retrabalho na conferência de pedidos. Meu primeiro passo seria entender como o processo funciona e avaliar se há espaço para melhoria. Se você conhece alguém nessa situação, pode perguntar se ele gostaria de uma apresentação?”

Esse texto é uma sugestão editorial. O perfil deve ser ajustado à atuação de cada profissional. Um contador, uma gráfica e uma loja de roupas precisam descrever situações diferentes. A pergunta decisiva é: qual frase ou circunstância permitiria ao meu parceiro reconhecer uma oportunidade para mim?

4. Prepare a abordagem e deixe espaço para ouvir

Uma mensagem relevante precisa explicar quem está falando, o motivo do contato e qual próximo passo está sendo proposto. Trocar apenas o nome do destinatário em um texto genérico não demonstra entendimento do negócio.

Quando uma apresentação tiver sido combinada, uma abordagem possível seria:

> “Olá, [nome]. O [parceiro] nos apresentou após confirmar seu interesse em conversar sobre a conferência de pedidos. Trabalho com melhoria de processos e aplicação de IA. Gostaria de entender como essa etapa funciona hoje e o que vocês desejam melhorar. Podemos combinar uma conversa breve?”

A referência ao parceiro e ao interesse do cliente só deve ser usada se isso realmente aconteceu. Sem apresentação, explique a origem do contato e o motivo concreto da aproximação. Não simule proximidade nem atribua à empresa um problema que ela não confirmou.

Na conversa, procure entender o que acontece, com que frequência, quem é afetado e como o problema é tratado hoje. Antes de oferecer uma solução, confirme se a questão é relevante e se a pessoa deseja avaliá-la. Em alguns casos, uma mudança simples de procedimento pode ser mais adequada que um projeto de IA.

5. Use a IA para preparar perguntas, não para fabricar certezas

Este comando pode servir como ponto de partida em um assistente de IA que aceite texto. É uma proposta de uso, não um teste de desempenho de uma ferramenta específica.

```
Ajude-me a preparar uma conversa de prospecção.

Meu serviço: [descreva o que você realmente entrega].
Perfil de cliente: [segmento, região e situação].
Informações verificadas: [cole fatos públicos, com fontes e datas].
Objetivo da conversa: [o que preciso entender].

Organize:
1. Fatos fornecidos.
2. Hipóteses que precisam de confirmação.
3. Cinco perguntas abertas para compreender a necessidade.
4. Uma mensagem inicial curta, sem promessas de resultado.
5. Um pedido de referência específico para um parceiro.

Não invente nomes, cargos, contatos, problemas ou resultados.
Não trate hipótese como fato.
Se faltar informação, indique o que preciso perguntar.
Use apenas os dados fornecidos nesta etapa.
```

Revise a resposta antes de usar. Retire frases que não correspondam ao seu jeito de falar e confira se a mensagem oferece um motivo real para a conversa. Comece com dados públicos ou exemplos fictícios. Não envie listas de clientes, conversas privadas ou informações estratégicas a uma ferramenta sem avaliar autorização e condições de uso.

6. Acompanhe o que avança e o que precisa mudar

Mensagens enviadas medem atividade. Para avaliar resultado comercial, acompanhe também respostas, conversas qualificadas, propostas, vendas e tempo dedicado. Uma conversa qualificada, neste roteiro, é aquela em que houve necessidade confirmada, compatibilidade com sua entrega e um próximo passo aceito.

Uma planilha simples pode registrar empresa, origem do contato, informação verificada, necessidade confirmada, etapa e próxima ação combinada. Deixe explícito quando algo ainda não foi confirmado.

Se muitas pessoas respondem, mas poucas têm uma necessidade compatível, reveja o perfil escolhido. Se as conversas avançam, mas as propostas não fazem sentido para o cliente, investigue escopo, prioridade, valor percebido e condições. Se ninguém responde, revise tanto a abordagem quanto a pertinência do contato.

Ao comparar períodos, use definições consistentes e públicos semelhantes. Não atribua uma venda à IA apenas porque ela ajudou a escrever a mensagem. Indicação, reputação, momento do cliente e qualidade da oferta também participam do resultado.

No acompanhamento, retome o assunto e o próximo passo que foram combinados. Se a pessoa informar que não tem interesse, respeite a decisão. A IA pode sugerir um rascunho; cabe a você decidir se há motivo para enviar.

Um exercício para esta semana

Escolha um perfil de cliente e prepare três fichas com informações verificadas. Para cada uma, escreva uma pergunta que só a conversa poderá responder. Depois, construa um pedido de referência que um parceiro consiga reconhecer no cotidiano.

Ao final da semana, observe a qualidade das conversas e o que você aprendeu sobre o cliente. A quantidade de contatos é apenas parte da análise. Descobrir que uma hipótese estava errada também permite melhorar a próxima abordagem.

Nossa visão

Prospectar com apoio da IA exige clareza sobre o problema que você resolve e disposição para escutar antes de oferecer. A ferramenta pode organizar a preparação, mas não assume o compromisso que você faz ao cliente.

Na M•Furlani Consultoria, a proposta é conectar processos e inteligência artificial a necessidades concretas, com critérios para testar e acompanhar o resultado. Para quem deseja começar, o primeiro exercício é descrever uma situação comercial que precisa melhorar.

Uma boa prospecção começa quando você entende por que aquela pessoa deveria conversar com você.

Fontes e referências

BNI Brasil. Como obter a Referência dos seus sonhos. Publicado em 09/09/2021. Consultado em 28/10/2026.

https://www.businessnetworking.com.br/bni-brasil/artigo-bni-como-obter-a-referencia-dos-seus-sonhos/

BNI Brasil. Como a IA Pode Impulsionar seu Networking. Publicado em 17/07/2025. Consultado em 28/10/2026.

https://www.businessnetworking.com.br/international/como-a-ia-pode-impulsionar-seu-networking/

Artigo autoral preparado para 29/10/2026. Os exemplos, mensagens, prompt e roteiro de acompanhamento são propostas editoriais, não relatos de clientes nem resultados medidos. As fontes sustentam os trechos identificados; não comprovam eficácia comercial do roteiro. A participação do autor no BNI não representa endosso institucional ao artigo ou à consultoria.



Marcio Furlani
Professor e consultor. Criador do Radar IA.
Conheça o editor