

MANUAL DE USO DO HOTOS

Comercial Hotmobile

Use os funis reais, registre cada ação e conduza a oportunidade até o próximo passo.

Manual prático | versão revisada | 2026



LEITURA RÁPIDA

Você trabalha com os funis reais do HotOS

Use esta sequência para decidir onde abrir, mover e registrar cada oportunidade.

1. Escolha o funil

Antes de mover um lead, confira o campo Funil / Pipeline e escolha o funil real em que ele está.

2. Confira a etapa

Use o nome exato da etapa que aparece na tela. O SDR trabalha em dois funis; o Closer trabalha no funil de fechamento.

3. Registre a próxima ação

Mover o card não basta. Registre ligação, WhatsApp, reunião, resultado e a próxima ação da oportunidade.

Fale diretamente com o processo

No HotOS, você não move um lead para uma ideia abstrata como “Ativação” ou “Qualificação”. Você escolhe o funil real e a etapa real que aparecem na tela.

FUNIS IMPLANTADOS

Comece pelo funil certo

FUNIL REAL NO HOTOS	SITUAÇÃO	USE PARA
CLOSER - Rumo ao fechamento	Implantado	Reunião, projeto, proposta, teste, contrato, ganho e perda.
SDR - Ligar até Ativar	Implantado	Primeira abordagem, tentativas de ligação e ativação.
SDR - Qualificar e Converter	Implantado	Qualificação, conversão para Closer, retorno e sem andamento.
MARKETING - Reativação	Implantado	Reativação morna/quente e oportunidades de retorno.
MARKETING - Pós-venda	Implantado	Pós-venda e onboarding; não é o foco principal deste manual.
MARKETING - Reabertura de canal	Implantado	Reabertura automática aos 1, 3, 5 e 20 dias na etapa.

SDR: DOIS FUNIS

Cada funil tem uma função

O planejamento do Notion fala em uma jornada única. No HotOS, essa jornada está dividida em dois funis operacionais.

SDR - Ligar até Ativar

Use para fazer a primeira abordagem, registrar tentativas e ativar o lead.

Etapas: Leads que chegam, A prospectar, Provisório, Ativados, Retorno 1, Retorno 2, Retorno 3, Retorno 4, Automações e Concluído.

SDR - Qualificar e Converter

Use para fazer o diagnóstico, entender dor e decisor e preparar a passagem para o Closer.

Etapas: Qualificando, Conversão, Retorno Closer, Sem Andamento, Perdido e Concluído (Retorno do Closer).

Tags - Histórico

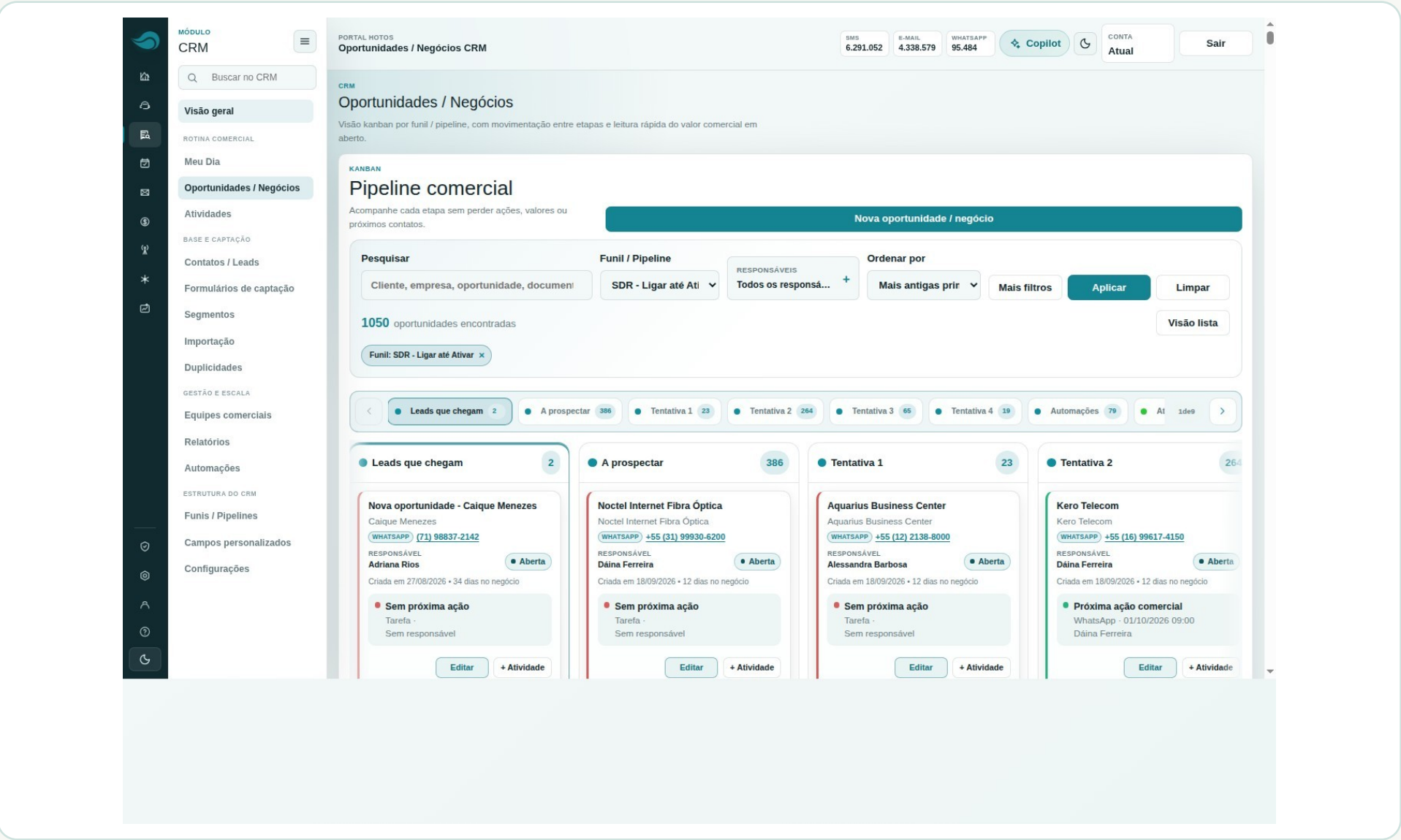
Toda vez que o lead entra em uma etapa, ele recebe uma etiqueta no campo/propriedade Tags - Histórico. Exceto nas etapas de Retorno e Concluído.

Ao converter, confira se a oportunidade foi criada no funil CLOSER - Rumo ao fechamento, na etapa 1ª Reunião. Enquanto houver falha na automação, faça essa conferência manualmente.

LEADS QUE CHEGAM

Prioridade total para leads quentes

São os leads vindos do tráfego e devem receber prioridade total.



Protocolo da etapa

Objetivo: abrir canal e conseguir uma resposta mínima para avançar para contato real, preferencialmente por telefone.

- Ligar pelo menos 3x para o mesmo número pelo GoTo.
- Se atender, iniciar Ativação.
- Se não atender, enviar WhatsApp e/ou e-mail.
- Se responder, iniciar Ativação.
- Se não responder, manter nesta etapa para receber mensagens de cadência.
- Ao final da cadência, sem resposta, vai para Concluído automaticamente.

JAMAIS exclua um lead que chega. Se o contato for inválido, mova para Concluído e preencha Status do Marketing como Lixo do tráfego.

A PROSPECTAR

Lista de leads frios

Etapa destinada aos leads disponíveis para prospecção pelo SDR.

Protocolo da etapa

A indicação é ligar para cada número pelo menos 3 vezes, em horários diferentes. Caso não consiga contato na terceira tentativa, passe o lead para Concluído.

Excluir somente se o número for inválido ou incorreto, como residencial ou contabilidade.

Tem mensagens automáticas? Não.

Tem atividade automática? Não.

Tem passagem automática? Não.

Campos obrigatórios

Responsável SDR: é a primeira pessoa que teve contato com o lead e fica responsável pela abertura de canal.

Canal de Origem: deve estar preenchido desde a entrada do lead no HotOS.

Situação: deve estar preenchida desde a entrada do lead no HotOS.

Quando o número for inválido, não exclua leads que chegaram pelo tráfego. Em A prospectar, a exclusão só deve ocorrer quando o contato for inválido e não fizer falta nos relatórios.

ATIVADOS E RETORNOS

Registrar cada retomada

A partir de Ativados, cada retorno deve ser uma atividade no HotOS.

Atividade do retorno

A atividade deve ser criada com o tipo Tarefa. Nessa tarefa, você poderá fazer ligação, WhatsApp ou e-mail.

Informe o tipo de retorno no campo Retorno do SDR. Você pode escolher 1, 2 ou 3 opções de retorno na mesma atividade. Assim, o histórico fica organizado sem criar atividades desnecessárias.

Mensagens automáticas: não. Passagem automática: não.

Destino do lead

Se o lead não responder, mover para Concluído.

Se o decisor responder com interesse, mover manualmente para SDR - Qualificar e Converter / Qualificando.

Se pedir para não receber mais contato, mover para Blacklist.

Se puder ser trabalhado posteriormente, direcionar para Lista de Marketing conforme o critério da equipe.

Atividade automática: sim. Se o lead permanecer em Ativação por [] dias sem dados mínimos preenchidos, criar atividade para o SDR revisar o contato.

AUTOMAÇÕES

Reabertura de canal

Use esta etapa quando os três retornos não conseguirem levar o lead para Qualificando

Quem colocar nesta etapa

Quando o SDR tentou os 3 retornos, mas não conseguiu passar o lead para Qualificando, ele recebe uma sequência de mensagens automáticas espaçadas por dias como tentativa de reabertura de canal.

Não coloque leads que pediram para não serem mais incomodados, disseram que não têm interesse ou estão com número errado ou que não pertence ao decisor.

Campos e automações

Antes de inserir o lead, preencha obrigatoriamente o campo Cenário de Prospecção:

- Cenário A - Falou diretamente com decisor
- Cenário B - Nome indicado por atendente

O cenário determina os tipos de mensagens enviados. O campo Setor também deve estar preenchido obrigatoriamente, pois as mensagens são específicas para cada setor.

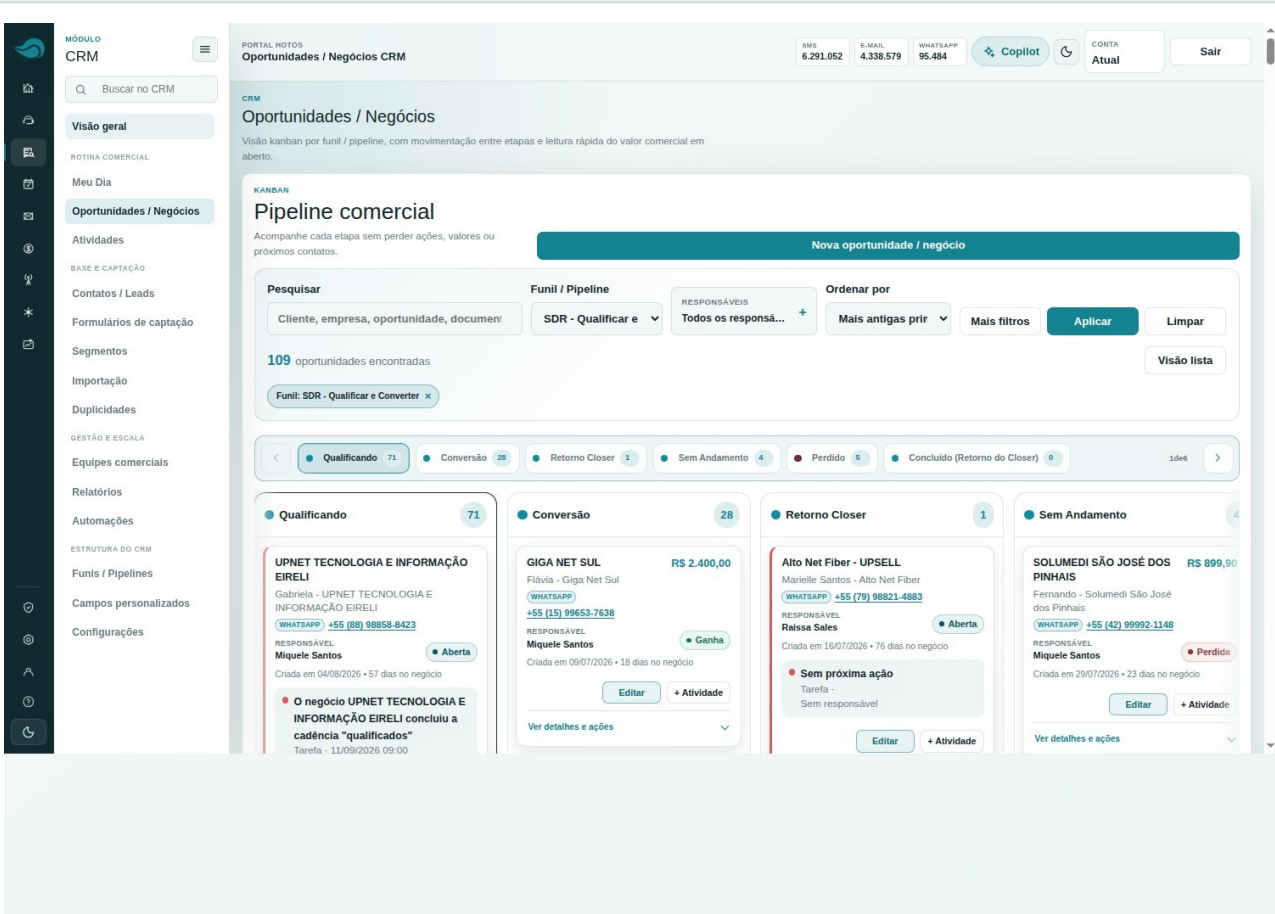
Mensagens automáticas: sim, 3 mensagens ativas. Gatilho: lead há 1 dia em Automações sem completar dados, decisor ou perguntas-chave.

Passagem automática: sim, para Concluído junto com o envio da última mensagem. Atividade automática: não.

QUALIFICAÇÃO

Transforme contato em contexto

Mova manualmente o lead para SDR - Qualificar e Converter quando o decisor responder com interesse e houver condições de iniciar o diagnóstico.



O que é a etapa Qualificando

Fase de captação de informações para validar dor, cenário, fit e possibilidade de reunião.

Informações indispensáveis:

- diagnóstico completo;
- influência do responsável;
- dor validada;
- sistemas utilizados;
- contexto atual da empresa;
- oportunidade clara de avanço;
- informações úteis para o Closer.

Campos obrigatórios e automações

Campos obrigatórios: Sistema de atendimento; Sistema de gestão; Dor principal; Detalhes da prospecção; SDR continuidade. Mensagens: 4 previstas no Meta, ainda não ativas no HotOS. Atividade automática: cria atividade para o SDR revisar o caso após [] dias sem diagnóstico completo ou tentativa de conversão. Passagem automática: não.

CONVERSÃO

Condições para avançar

A oportunidade só deve entrar em Conversão quando o diagnóstico e a reunião estiverem completos.

Só avance para Conversão quando houver

- diagnóstico completo;
- reunião marcada;
- data e horário definidos;
- briefing preenchido;
- Closer responsável;
- atividade de reunião criada.

Mensagens automáticas: não.

Atividade e passagem

Atividade automática: possibilidade, mas ainda não está ativa. Se o lead entrar em Conversão sem diagnóstico completo, negócio criado ou atividade de reunião lançada, criar atividade para o SDR corrigir a passagem.

Passagem automática: cria novo negócio na Pipeline do Closer / 1ª Reunião. Automação: Briefing de passagem: SDR -> CLOSER.

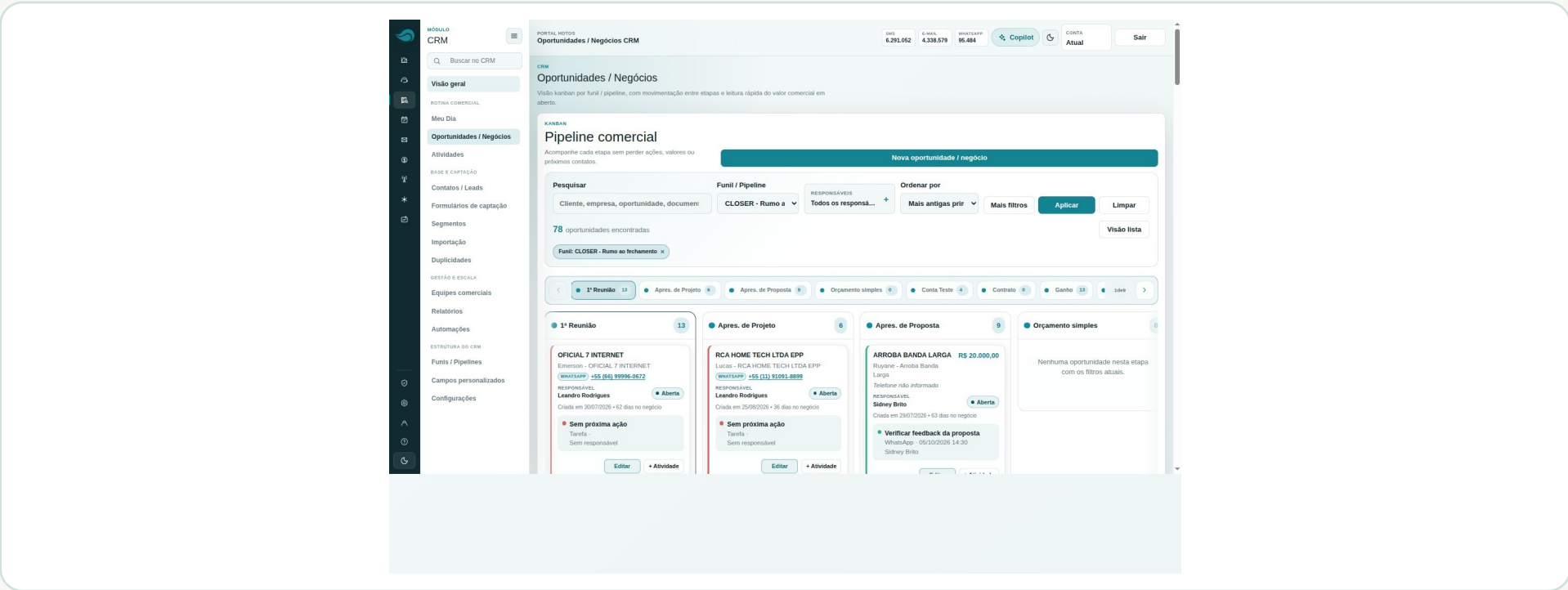
Campos obrigatórios e conferência

Campos obrigatórios: Valor previsto em Apres. de Proposta; Previsão de Fechamento em Apres. de Proposta; Serviço / Produto em Projeto, Proposta, Orçamento Simples e Ganho. Depois da conversão, confira manualmente se o negócio foi criado, se a etapa ficou como 1ª Reunião, se o contato e o briefing foram vinculados e se o Closer está correto.

CLOSER

Acompanhe a oportunidade até o fechamento

Use o funil CLOSER - Rumo ao fechamento e mantenha a próxima ação registrada.



ETAPA	USE QUANDO
1ª Reunião	Entrada do lead convertido pelo SDR.
Apres. de Projeto	Desenho de solução/projeto antes da proposta.
Apres. de Proposta	Proposta apresentada ou em condução.
Orçamento simples	Vendas simples, como SMS, WhatsApp, e-mail marketing ou disparos pontuais.
Conta Teste	Validação prática/teste da solução.
Contrato	Proposta aprovada; falta assinatura, contrato ou pagamento.
Ganho / Repescagem / Perdido	Fechamento aprovado / interesse que esfriou / perda com motivo obrigatório.

Atividades e mensagens

Atividade automática: sim. Cria uma atividade de reunião para o proprietário do lead. Mensagens automáticas: sim, após [] dias na etapa sem atualização. Mensagens de confirmação, lembrete e pós-reunião devem depender do módulo de agendamento, não do tempo parado na etapa. Passagem automática: não.

PONTOS DE ATENÇÃO

Acompanhe os pontos críticos da operação

Use estas regras para evitar perdas de contexto, movimentações incorretas e falhas de automação.

CLOSER	QUANDO	AÇÃO
[CLOSER] Follow-up Reunião - Etapa 1	7 dias	Retomada pós-reunião + tarefa de andamento.
[CLOSER] Projeto-1 Atividade	5 dias	Cria tarefa para encaminhar projeto/proposta.
[CLOSER] Proposta-1 Atividade	5 dias	Cria tarefa de proposta estagnada.

MARKETING	QUANDO	AÇÃO
[MKT] Follow-up Reabertura de Canal - Etapas 1 a 4	1, 3, 5 e 20 dias	Reabre e encerra/pausa o canal.
[MKT] Reativação Morno - 1 a 4	1, 8, 14 e 21 dias	Reativa oportunidades mornas.
[MKT] Reativação Quente - 1 a 4	1, 4, 7 e 21 dias	Reativa oportunidades quentes.

Pontos de atenção

O HotOS exibe no card apenas a próxima atividade aberta. As atividades anteriores não aparecem diretamente no card. A passagem entre pipelines é manual: o sistema pode criar um novo negócio no outro funil, mas não move automaticamente o mesmo lead.

LEADS NOVOS E ATIVAÇÕES

As cadências já estão publicadas

Os prazos abaixo vêm das automações reais do HotOS. Todas executam às 08:00.

AUTOMAÇÃO	QUANDO	AÇÃO
[SDR] Leads Novos - 1	4 dias na etapa	WhatsApp + e-mail de abertura/contexto.
[SDR] Leads Novos - 2	7 dias na etapa	WhatsApp + e-mail de direcionamento.
[SDR] Leads Novos - 3	10 dias na etapa	WhatsApp + e-mail de tentativa objetiva e move para Sem Andamento.

AUTOMAÇÃO	QUANDO	AÇÃO
[SDR] Ativações - Auto - 1	1 dia na etapa	WhatsApp + e-mail de retomada com contexto.
[SDR] Ativações - Auto - 2	4 dias na etapa	WhatsApp + e-mail para confirmar responsável.
[SDR] Ativações - Auto - 3	10 dias na etapa	WhatsApp + e-mail para completar informação/sistema usado.

QUALIFICADOS E SEM ANDAMENTO

Use a cadência como apoio

A automação ajuda a manter o contato, mas você continua responsável pelo contexto e pelo próximo passo.

AUTOMAÇÃO	DISPARA	AÇÃO
[SDR] Qualificados - 1	10 dias	Fechar pontos do diagnóstico.
[SDR] Qualificados - 2	13 dias	Aprofundar dor/impacto.
[SDR] Qualificados - 3	16 dias	Conduzir para reunião.
[SDR] Qualificados - 4	28 dias	Fechar prioridade.

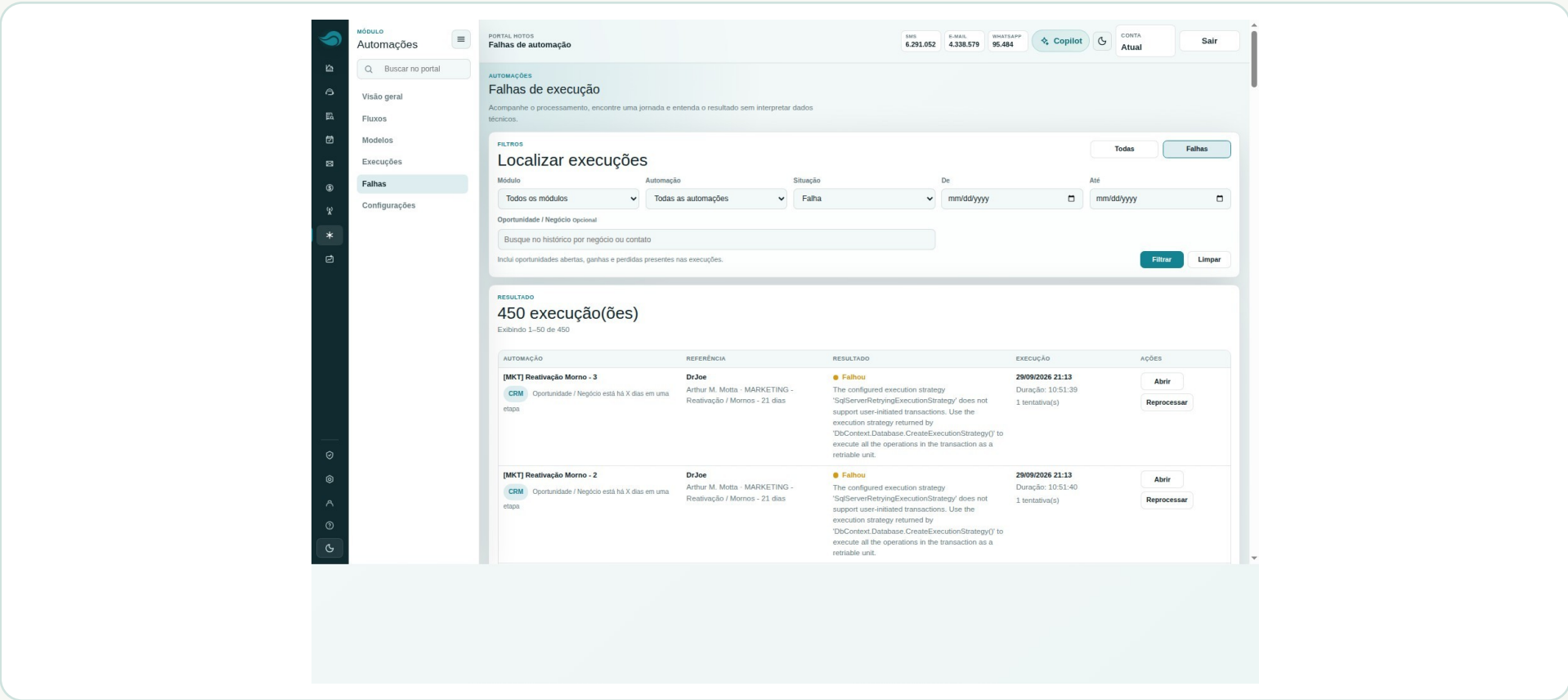
AUTOMAÇÃO	DISPARA	AÇÃO
[SDR] Sem andamento - 1	6 dias	WhatsApp + e-mail de reabertura com contexto.
[SDR] Sem andamento - 2	15 dias	WhatsApp + e-mail pedindo confirmação simples de interesse.

Sem Andamento não é descarte imediato. O HotOS tenta reabrir o contato aos 6 e 15 dias.

SUPERVISÃO

Automação ativa não significa execução perfeita

Quando uma passagem não acontecer, consulte a tela de Falhas e faça o ajuste manual necessário



Falha crítica

Briefing de passagem: SDR -> CLOSER

Erro encontrado: o valor configurado para a nova oportunidade é inválido.

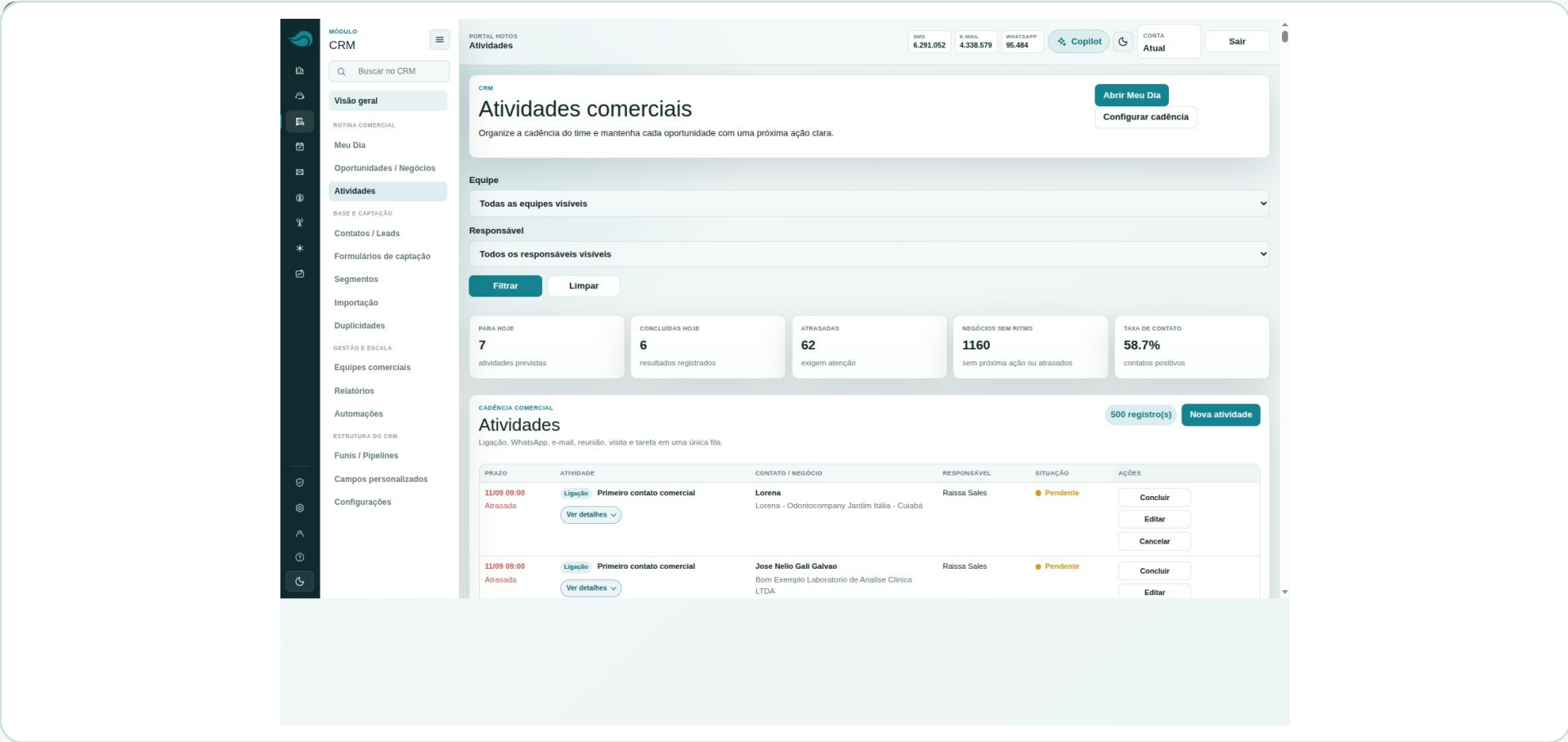
Enquanto a falha existir, confira após a conversão:

- oportunidade criada no funil CLOSER;
- etapa 1ª Reunião;
- contato correto;
- briefing registrado;
- responsável do Closer;
- atividade com data e horário.

Revise as falhas semanalmente. Também foram encontrados erros técnicos em execuções de reativação, qualificados e follow-up.

SDR NO HOTOS

Registre a ação, não apenas a etapa



Em cada contato

1. Registre a ligação pelo GoTo.
2. Registre WhatsApp, e-mail ou reunião.
3. Mova o lead para a etapa real.
4. Descreva o resultado.
5. Deixe a próxima ação clara.
6. Ao converter, confira a oportunidade no funil do Closer.

Use Sem Andamento quando o lead parou, mas ainda não existe motivo claro de perda. Use Perdido somente com motivo preenchido em Motivo da Perda.

CLOSER NO HOTOS

Conduza cada etapa até a próxima ação

O funil do Closer está compatível com o planejamento. O cuidado é registrar o que aconteceu e o que vem depois.

1ª Reunião

Antes: briefing, telefone/e-mail, dor, empresa, decisor, horário e responsável. Depois: resultado e próxima etapa.

Apres. de Proposta

Registre valor, escopo, condições, data de envio/apresentação e próxima cobrança.

Conta Teste

Registre início, meio/final do teste e retorno do cliente.

Ganho / Repescagem / Perdido

Ganho só quando fechado; Repescagem quando esfriar; Perdido com motivo obrigatório.

Apres. de Projeto

Use quando precisa desenhar solução/projeto. Deixe a próxima ação.

Orçamento simples

Use para SMS, WhatsApp, e-mail marketing ou disparos pontuais. Não trate como venda consultiva completa.

Contrato

Registre CNPJ, razão social, responsável legal, contatos, condições, assinatura e pagamento.

O QUE O TIME PRECISA REGISTRAR

Deixe o próximo passo visível

A oportunidade não deve depender da memória de uma pessoa.

No SDR

Dor, cenário atual, decisor/influenciador, sistema atual, interesse, motivo para reunião e observações úteis para o Closer.

Na conversão

Reunião marcada, data e horário, briefing preenchido, Closer responsável e atividade de reunião criada.

No Closer

Resultado da reunião, próxima ação, proposta/valor, motivo da perda, pagamento pendente e contrato assinado ou não assinado.

Regra simples

Não deixe uma oportunidade avançar sem resultado, sem responsável ou sem próxima ação. Se o próximo passo não está no HotOS, ele não está combinado.

DESTINOS FINAIS

Use o destino correto para cada oportunidade

O destino do lead precisa refletir o que aconteceu na operação e preservar a qualidade dos relatórios.

Concluído e Lista de Marketing

Concluído: use quando os quatro retornos forem esgotados sem resposta ou quando a cadência de prospecção chegar ao fim sem avanço.

As automações inserem na Lista de Marketing leads que entram em Perdido na pipeline Closer - Rumo ao Fechamento ou SDR - Qualificar e Converter, sem Blacklist, e leads que entram em Concluído na pipeline SDR - Ligar até Ativar, também sem Blacklist.

Esses leads podem continuar recebendo e-mails marketing, newsletters e postagens.

Blacklist, Perdido e Excluído

Blacklist: use quando o contato pedir para não receber mais mensagens ou ligações.

Perdido: use quando a oportunidade não avançar e preencha obrigatoriamente Lead Motivo da Perda. Exemplos: parou de responder, não possui interesse, não há prioridade ou solução não aderente.

Excluído: use somente para lead inválido em A prospectar. Jamais exclua um lead que chega. Confirme no pop-up.

Só configure Won/Ganho quando a venda tiver sido realizada.

Atenção

O campo Lead Motivo da Perda é obrigatório nas pipelines SDR - Qualificar e Converter e CLOSER - Rumo ao Fechamento.

CAMPOS DE OPORTUNIDADE

Glossário dos campos personalizados

CAMPO	USO	ETAPA OBRIGATÓRIA
Valor previsto	Valor total da primeira compra.	Closer / Apres. de Proposta
Responsável	Proprietário do negócio; deve ser o Closer e coincidir com o campo do lead.	Closer / 1ª Reunião
Canal de Origem	Origem do lead; deve ser igual ao campo do lead.	Entrada no HotOS
Previsão de Fechamento	Data em que o Closer pretende fechar o negócio.	Closer / Apres. de Proposta
Cenário de Prospeção	Indica se o contato foi feito diretamente com o decisor ou por indicação de atendente.	SDR / Automações
Quantidade de funcionários	Ajuda a identificar o porte da empresa.	Sem etapa obrigatória
Setor	Ramo de atuação; segmenta as campanhas de marketing.	SDR / Automações
Sistema de atendimento	Sistema usado pelo lead; apoia diagnóstico e argumentação.	SDR / Qualificando
Sistema de gestão	Sistema usado pelo lead; apoia diagnóstico e identificação de integrações.	SDR / Qualificando
Serviço / Produto	Produto de interesse ou em negociação; múltipla escolha.	Projeto, Proposta, Orçamento Simples e Ganho
Tags - Histórico	Marcadores das etapas pelas quais o lead passou.	Preenchimento automático

CAMPOS DE LEAD

Glossário dos campos de lead

CAMPO	USO	ETAPA OBRIGATÓRIA
Documento	Número do CNPJ da empresa.	Closer / Contrato
Responsável	Proprietário do negócio; deve coincidir com a oportunidade.	Closer / 1ª Reunião
Canal de Origem	Origem do lead; deve coincidir com a oportunidade.	Entrada no HotOS
Situação	Classifica o lead na fase da jornada.	Entrada no HotOS
E-mail 2	Outros e-mails quando houver mais de um.	Sem etapa obrigatória
Motivo da perda	Campo padronizado para relatórios.	SDR / Perdido e Closer / Perdido
O contato é o decisor?	Confirma se o contato é o decisor.	SDR / Ativados
Responsável SDR	Pessoa que abriu o canal.	SDR / A prospectar
SDR continuidade	Pessoa que conduz qualificação e conversão.	SDR / Qualificando
Telefone 2	Segundo telefone do lead.	Sem etapa obrigatória
Onde conheceu a gente	Origem informada no formulário de Conta Teste.	Leads que chegam

CAMPOS DE ATIVIDADES

Campos importantes das atividades

Além dos campos comuns, preste atenção aos campos abaixo.

Registrar como atividade já realizada

Usado para registrar uma ligação, reunião ou outra atividade que aconteceu no passado.

Resultado

Serve para informar o status básico daquela tentativa de contato ou reunião.

Retorno do SDR

Deve ser usado quando a proposta for fazer mais de um tipo de atividade para o mesmo lead na mesma hora. Neste caso, escolha sempre o Tipo como Tarefa.

CAMPOS DE OPORTUNIDADE

Glossário completo dos campos de oportunidade

CAMPO	DESCRIÇÃO E ETAPA OBRIGATÓRIA
Valor previsto	É o valor que o lead pretende pagar pelo serviço contratado. Sempre deve ser colocado o valor total da primeira compra. Etapa obrigatória: Closer / Apres. de Proposta.
Responsável	É o proprietário do negócio. Deve ser preenchido com o nome do Closer, já que existem dois campos próprios para SDR. Deve ser o mesmo responsável presente no campo do lead. Etapa obrigatória: Closer / 1ª Reunião.
Canal de Origem	Indica de onde o lead veio. Deve ser o mesmo presente no campo do lead. O lead já precisa entrar no HotOS com esse campo preenchido.
Previsão de Fechamento	É a data em que o Closer pretende fechar um negócio. Etapa obrigatória: Apres. de Proposta.
Motivo de ganho, perda ou cancelamento	Esse campo nativo é do tipo texto e não é utilizado, pois dificulta os relatórios. Quando o campo é aberto, cada pessoa escreve de uma forma diferente a mesma palavra. Foi criado o campo personalizado de lead Motivo da Perda.
Cenário de Prospecção	Serve para informar se o contato deve ser abordado a partir do cenário em que se conseguiu o nome do decisor. Etapa obrigatória: SDR / Automações.
Quantidade de funcionários	Geralmente vem no lead que preenche o formulário de Conta Teste e ajuda a entender o porte da empresa. Não tem etapa obrigatória.
Setor	Informa o ramo de atuação da empresa. É importante porque segmenta as campanhas de marketing e influencia o conteúdo da mensagem que o lead receberá. Etapa obrigatória: SDR / Automações.

CAMPOS DE OPORTUNIDADE

Glossário completo dos campos de oportunidade

CAMPO	DESCRIÇÃO E ETAPA OBRIGATÓRIA
Sistema de atendimento	Indica qual sistema de atendimento o lead utiliza. É importante para o diagnóstico e para a argumentação na hora da venda. Etapa obrigatória: SDR / Qualificando.
Sistema de gestão	Além de ter a mesma finalidade do sistema de atendimento, serve para identificar a possibilidade de integração. Etapa obrigatória: SDR / Qualificando.
Serviço / Produto	Informa qual produto o lead tem interesse ou qual está sendo negociado. É um campo de múltipla escolha. Etapas obrigatórias: Closer / Apres. de Projeto; Closer / Apres. de Proposta; Closer / Orçamento Simples; Closer / Ganho.
Tags - Histórico	Campo criado para mostrar as etapas pelas quais os leads passaram. São como marcadores. O Marcador nativo do HotOS não foi utilizado porque permitia apenas um marcador por vez e não era de múltipla escolha.
Dor principal	Deve ser preenchido à medida que a conversa acontece e a dor do lead é identificada. É de múltipla escolha porque pode haver mais de uma dor principal. Etapa obrigatória: SDR / Qualificando.
Detalhes da prospecção	É complementar ao campo Dor principal, pois permite detalhar o que já foi feito com aquele lead, facilitando a construção de relatórios.

CAMPOS DE LEAD E ATIVIDADE

Glossário completo

CAMPO	DESCRIÇÃO E ETAPA OBRIGATÓRIA
Documento	Número do CNPJ da empresa. Etapa obrigatória: Closer / Contrato.
Responsável	Proprietário do negócio. Deve ser o Closer e o mesmo responsável presente na oportunidade. Etapa obrigatória: Closer / 1ª Reunião.
Canal de Origem	Origem do lead. Deve ser o mesmo presente na oportunidade. O lead já precisa entrar no HotOS com esse campo preenchido.
Situação	Valor nativo do HotOS que classifica o lead em sua fase da jornada. Deve estar preenchido na entrada.
E-mail 2	Usado quando o lead tem mais de um e-mail. Como o campo de e-mail principal deve conter apenas um endereço, os demais entram aqui. Não tem etapa obrigatória.
Motivo da perda	Foi criado porque o campo nativo é texto livre e dificulta os relatórios. Etapa obrigatória: SDR / Perdido e Closer / Perdido.
O contato é o decisor?	Confirma se o contato é o decisor e se o nome do decisor foi atualizado no contato, para que as automações cheguem à pessoa certa. Etapa obrigatória: SDR / Ativados.
Responsável SDR	É a primeira pessoa que teve contato com o lead e fica responsável pela abertura do canal. Etapa obrigatória: SDR / A prospectar.

CAMPOS DE LEAD E ATIVIDADE

Glossário completo

CAMPO	DESCRIÇÃO E ETAPA OBRIGATÓRIA
SDR continuidade	Pessoa do SDR que dará continuidade da qualificação à conversão. Etapa obrigatória: SDR / Qualificando.
Telefone 2	Criado com a mesma proposta do campo E-mail 2. Não tem etapa obrigatória.
Onde conheceu a gente	Campo presente no formulário de Conta Teste e de preenchimento exclusivo pelos leads que chegam.
Status do Marketing	Ajuda o Marketing a entender o que fazer com o lead durante ou após os follow-ups.
Registrar como atividade já realizada	Usado para registrar uma ligação, reunião ou outra atividade que aconteceu no passado.
Resultado	Informa o status básico da tentativa de contato ou reunião.
Retorno do SDR	Usado quando houver mais de um tipo de atividade para o mesmo lead na mesma hora. Nesse caso, escolha sempre o Tipo como Tarefa.