

Playbook de Prospecção Educação

Um guia para encontrar matrículas, rematrículas e comunicações que ainda ficam sem retorno.



Manual interno | versão reorganizada | 2026

VISÃO GERAL

Prospectar Educação com contexto

CAPÍTULO 01 - SDR

Guiar o SDR na captação de leads qualificados, com foco em fazer diagnóstico e marcar uma reunião com o Closer.

CAPITULO 02 - CLOSER

Guiar o Closer sobre como vender a ideia de que o HotOS entra como camada integrada de comunicação e automação para organizar o que hoje pode estar espalhado entre WhatsApp, formulário, secretaria, financeiro e sistemas diferentes.

CAPÍTULO 01

SDR

Encontrar, qualificar e entregar contexto para a reunião com o Closer.

Guia interno de prospecção | 2026



1. VISÃO GERAL DA OPERAÇÃO

Fluxo principal: Contato → Identificar responsável → Entender operação → Encontrar dor → Agendar reunião com o closer.

PASSOS	Obrigatório?	O QUE FAZER	META	HOT OS
Passo 1	Sim	Falar com a recepção e identificar o responsável.	Obter nome e canal do decisor.	Funil: SDR - Ligar até ativar Etapas: Tentativas Se sucesso: passar para a etapa Ativados.
Passo 2	Opcional se for atendente. Obrigatório, se for o responsável	Entender a operação de atendimento.	Mapear pelo menos 1 dor concreta.	Funil: SDR - Ligar até ativar ou SDR – Qualificar e Converter Etapa: Tentativas ou Qualificando, se responsável.
Passo 3	Obrigatório com o responsável.	Fazer o diagnóstico completo e conectar a dor à solução da Hot Mobile.	Ter conseguido o diagnóstico completo.	Funil: SDR – qualificar e converter Etapa: Qualificando.
Passo 4	Obrigatório com o responsável.	Propor dois horários ao especialista.	Reunião confirmada.	Funil: SDR – qualificar e converter Etapa: Qualificando Se sucesso: passar para a etapa Conversão.

Regra de encerramento: se em qualquer ponto o responsável não puder ser acessado nem por retorno, encerrar a ligação com cordialidade e EXCLUIR o lead.

2. FALANDO COM ATENDENTE

2.1 SCRIPT ABERTURA

Objetivo: apresentar a Hot Mobile de forma objetiva, contextualizar o segmento de Educação e chegar ao responsável.

Oi, tudo bem? Aqui é a _____, da Hot Mobile.
A gente atua há alguns anos com soluções de atendimento e comunicação e já atendemos instituições do segmento de Educação, ajudando a organizar e centralizar o atendimento pelo WhatsApp, além de automatizar processos com IA.
Gostaria de falar com a pessoa responsável pelo atendimento ou pela área comercial. Você consegue me direcionar, por favor?

Se o atendente insistir no assunto: É sobre a operação de atendimento pelo WhatsApp. Estamos conversando com algumas instituições de ensino para entender como elas estão organizando o atendimento de alunos, responsáveis e novos interessados. Quem seria a pessoa que cuida dessa parte aí?

2.2 PERGUNTAS INICIAIS

Use quando o atendente passar o contato do responsável ou quando informar que a pessoa está ausente e pedir para ligar depois — somente se houver abertura.

#	PERGUNTA	O QUE OBSERVAR
1	Hoje, quando um aluno, responsável ou uma pessoa interessada em matrícula chama vocês pelo WhatsApp, como funciona esse atendimento?	Como o atendimento entra e é conduzido.
2	Vocês já têm algum atendimento automatizado ou ainda é a equipe que responde tudo manualmente?	Se existe automação ou dependência do time.
3	Vocês concentram o atendimento dos alunos e interessados em um WhatsApp da instituição ou trabalham com números diferentes?	Centralização ou dispersão dos canais.
4	Hoje vocês trabalham com algum sistema de gestão acadêmica ou escolar para cuidar das informações dos alunos, matrículas e financeiro?	Sistema de gestão existente.

Aprofundamento — Atendimento manual: Entendi. E nesse formato, quando chegam várias mensagens ao mesmo tempo, vocês conseguem dar conta tranquilamente ou acabam tendo situações de demora, mensagens acumuladas ou alunos aguardando retorno?

Aprofundamento — Atendimento automatizado: Entendi! E hoje esse sistema atende bem toda a operação de vocês ou tem alguma parte do atendimento que vocês ainda sentem que poderia funcionar melhor?

Encerramento: após as perguntas, agradeça pelas respostas e encerre. Se o atendente não puder passar o contato do responsável e informar que naquele número também não é possível falar com ele, não faça as perguntas iniciais — encerre a ligação.

3. FALANDO COM O RESPONSÁVEL

3.1 SCRIPT ABERTURA

Oi, [Nome], tudo bem? Vou ser bem objetiva.

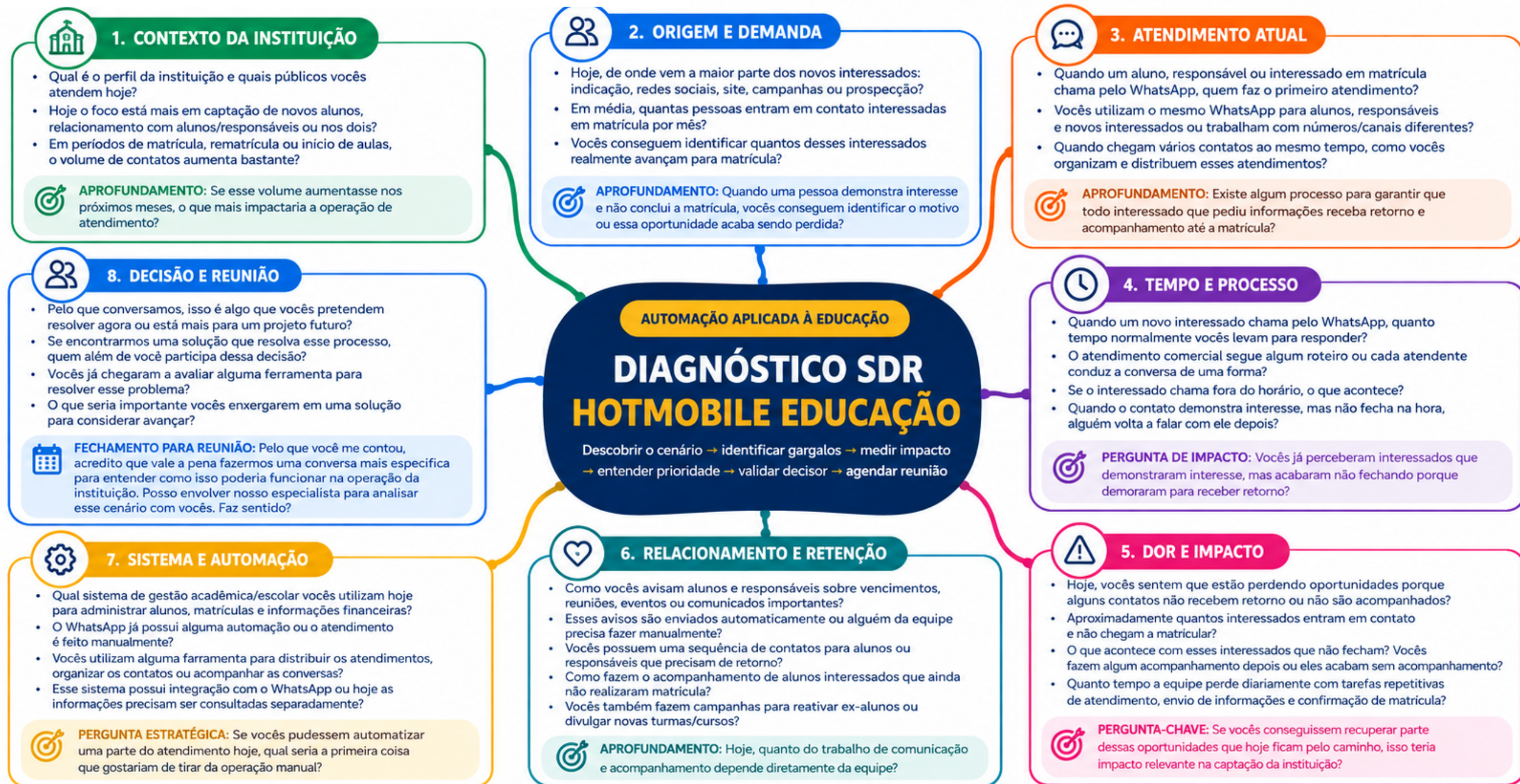
A Hot Mobile trabalha com instituições de Educação na organização do atendimento pelo WhatsApp e automação com IA. Estou entrando em contato justamente para entender como vocês estruturam essa operação hoje e ver se existe algum ponto que podemos contribuir. Posso te fazer algumas perguntas?

Se ele autorizar: consulte o material do diagnóstico completo para qualificação. Comece pelas mesmas perguntas iniciais e depois aprofunde na qualificação.

Se ele perguntar como funciona e demonstrar interesse: Funciona justamente centralizando essa operação e permitindo automatizar parte dos atendimentos com IA, além de organizar o direcionamento das conversas.

Mas como existem diferentes possibilidades de estrutura, precisamos entender melhor o seu cenário para que possamos passar soluções personalizadas.

Convite para a demonstração: Pelo que você está me contando, acho que vale bastante a pena avançarmos para uma demonstração. Nosso especialista consegue entender o cenário de vocês e te mostrar na prática como poderia funcionar para a instituição. É um bate-papo rápido e você consegue tirar suas dúvidas também. Tenho disponibilidade [DIA/HORÁRIO] ou [DIA/HORÁRIO]. Qual funciona melhor para você?



CRITÉRIO DE SAÍDA: dor clara + impacto mensurável + prioridade + decisor identificado + próximo passo definido (reunião agendada)

4.2 QUEBRA DE OBJEÇÕES

OBJEÇÃO	RESPOSTA DO SDR
“Já temos um sistema automatizado”	Entendi, [Nome]. Ótimo que vocês já tenham essa estrutura. A nossa ideia não é necessariamente substituir o que vocês já utilizam, mas entender como essa automação funciona hoje e se ela atende toda a operação ou se ainda existe algum ponto que vocês gostariam de melhorar. Dependendo da estrutura que vocês já possuem, inclusive podemos avaliar possibilidades de integração.
“Prefiro só atendimento humanizado”	Entendo, [Nome], e faz sentido. Principalmente em Educação, tem situações em que o contato humano realmente é importante. A proposta da Hot Mobile não é tirar isso da operação, mas usar a IA para cuidar das demandas mais simples e organizar a entrada dos atendimentos, deixando para a equipe os casos que realmente precisam de uma pessoa. Assim vocês conseguem manter o atendimento humanizado sem precisar fazer tudo manualmente.

4.3 DORES DO SEGMENTO + COMO ARGUMENTAR

DOR IDENTIFICADA	O QUE O SDR PODE DIZER
1. Atendimento totalmente manual	Entendi. Então boa parte desse processo ainda depende da equipe. É justamente uma das operações que conseguimos estruturar e automatizar.
2. Muitas mensagens no WhatsApp	Entendi. Quando o volume é alto, acaba ficando difícil manter agilidade em todas as conversas. A Hot Mobile pode ajudar justamente centralizando esses atendimentos e utilizando IA para absorver as demandas mais simples, fazer uma triagem inicial e direcionar o que realmente precisa da equipe. Assim, o time não precisa ficar ocupado com todas as solicitações manualmente.
3. Demora para responder	Entendi. Esse é um ponto que impacta bastante a experiência de quem está tentando falar com a instituição, principalmente quando é um novo interessado. A nossa estrutura permite automatizar o primeiro atendimento e dar uma resposta imediata, enquanto as demandas que precisam de uma pessoa são direcionadas para a equipe responsável.
4. Mensagens sem resposta	Entendi. Então além do volume, existe o risco de alguma conversa acabar ficando para trás. A centralização ajuda justamente a dar mais visibilidade para esses atendimentos, evitando que a conversa fique perdida em meio às mensagens e permitindo que a equipe tenha mais controle sobre o que precisa ser atendido.
5. Perda de leads/alunos	Entendi. Nesse caso, não é apenas uma questão de atender rápido, mas também de conseguir acompanhar esses contatos depois. A Hot Mobile pode ajudar a estruturar esse fluxo para que os leads sejam organizados e a equipe tenha mais controle sobre os acompanhamentos que precisam ser feitos.

DOR IDENTIFICADA	O QUE O SDR PODE DIZER
6. Tem IA, mas ela não resolve tudo	Entendi. Nesse caso, existe uma automação, mas algumas situações ainda precisam ser assumidas pela equipe. A nossa proposta é justamente trabalhar essa transição de forma organizada: a IA resolve o que consegue, identifica o que precisa de atendimento humano e direciona a conversa sem deixar o cliente perdido no processo.
7. O sistema não atende todas as necessidades	Entendi. Então vocês já têm uma estrutura, mas existe uma parte da operação que ainda não está sendo contemplada. Nesse cenário, podemos avaliar justamente esses pontos que ficaram descobertos e verificar se conseguimos complementar a estrutura que vocês já possuem, inclusive através de integrações quando disponíveis.
8. Sem acompanhamento de desempenho da equipe	Entendi. Sem essa visibilidade, fica mais difícil saber onde estão os gargalos do atendimento. A Hot Mobile disponibiliza métricas e relatórios para acompanhar a operação, permitindo ter uma visão mais clara dos atendimentos, produtividade e fluxo das conversas.
9. Campanhas de WhatsApp manuais	Entendi. Quando esses envios são feitos manualmente, além de consumir bastante tempo, fica mais difícil organizar os contatos e acompanhar as ações. A Hot Mobile permite estruturar campanhas e comunicações de forma mais organizada, trabalhando a base de contatos de acordo com cada objetivo.

5. CHECKLIST RÁPIDO DO SDR

- ☐ Confirmei o nome do responsável antes de aprofundar?
- ☐ Mapeei ao menos uma dor concreta da operação?
- ☐ Conectei a dor a uma solução específica, sem prometer preço?
- ☐ Propus dois horários concretos para o especialista?
- ☐ Registre o contato e o contexto para o closer?

Preencher o campo “Detalhe da prospecção” no HOT OS e acrescentar algo mais no campo “Descrição”.

LEMBRETE DO SDR

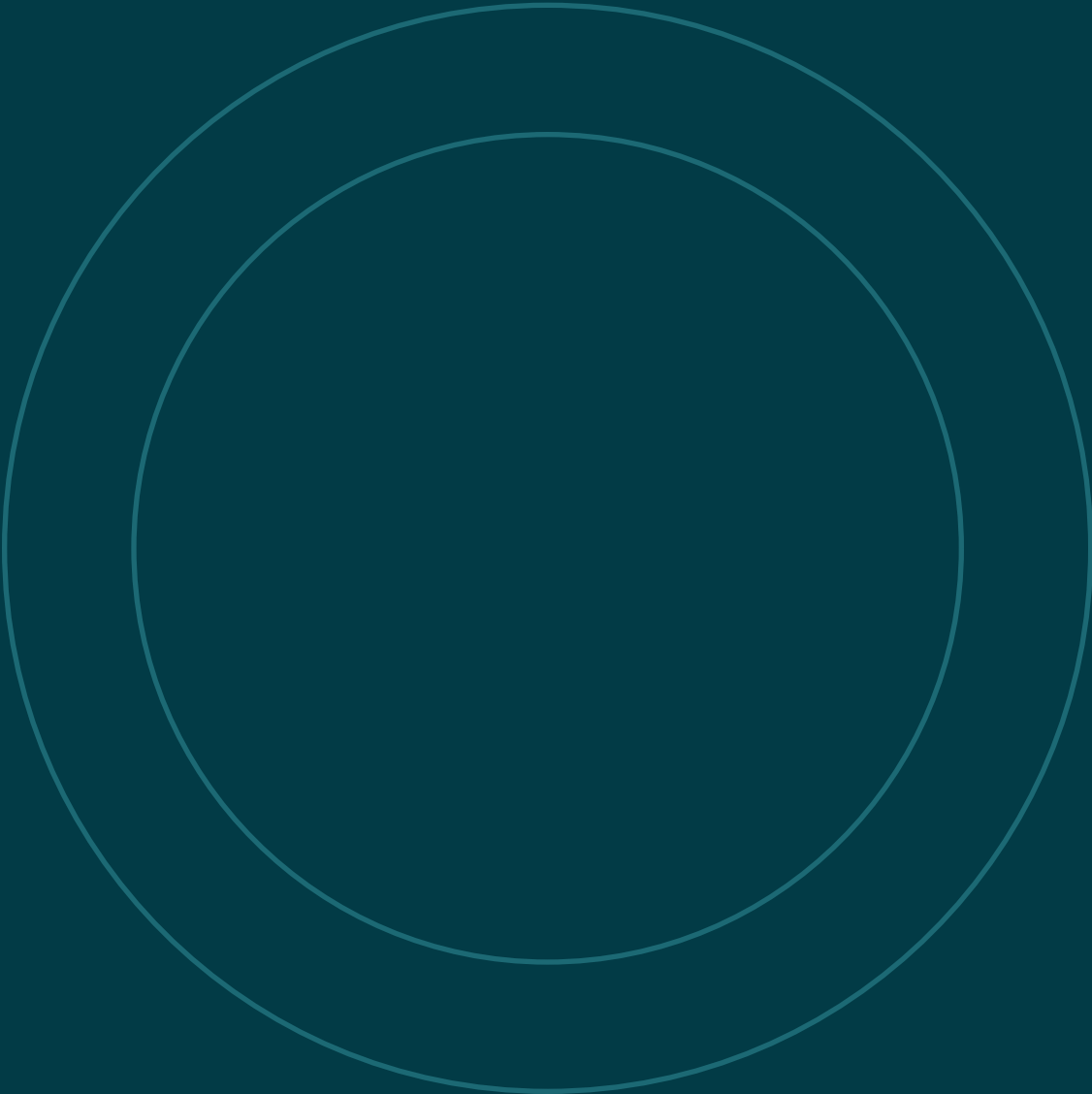
As primeiras ligações não tem como objetivo vender. O papel da SDR é entender a operação, encontrar uma dor concreta, conectar essa dor à solução e entregar um contexto claro para o closer.

CAPÍTULO 02

CLOSER

Transformar o diagnóstico em uma conversa de solução para Educação.

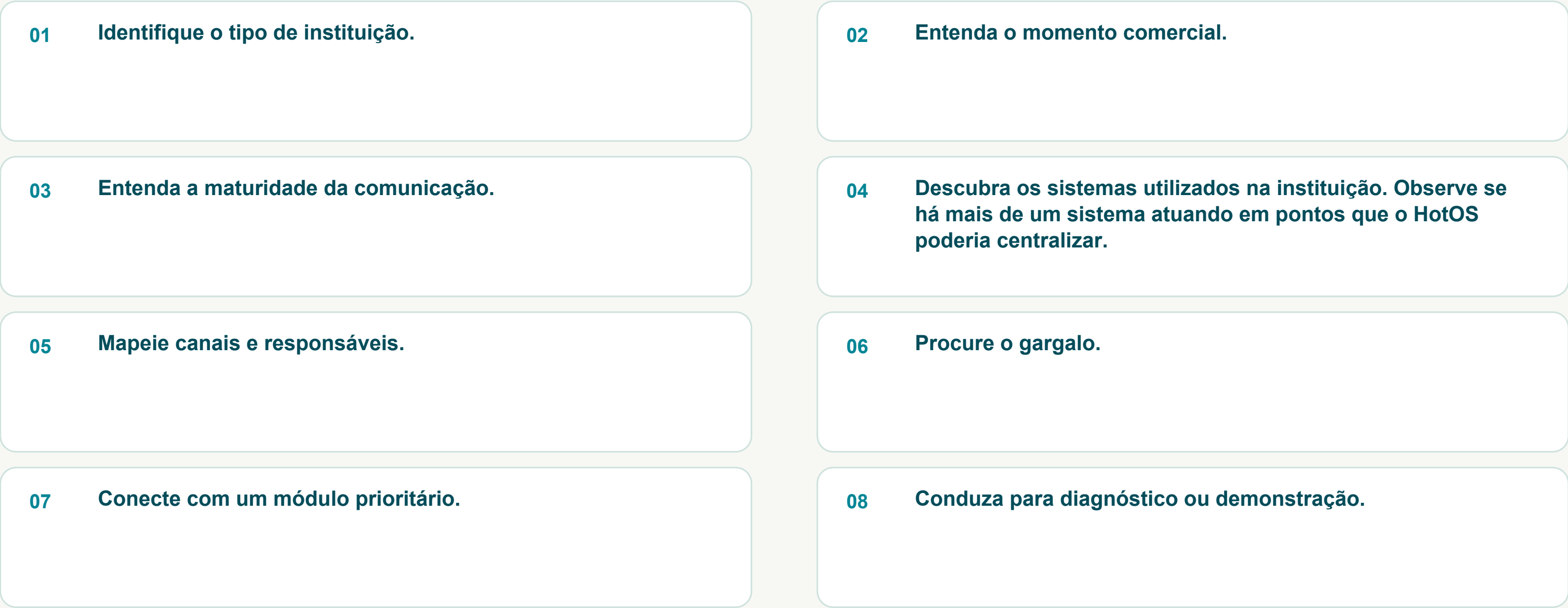
Guia interno de prospecção | 2026



MÉTODO COMERCIAL

A sequência que orienta qualquer abordagem

Use a ordem para descobrir a operação antes de sugerir um módulo.



REGRAS DE ABORDAGEM

Entre pela rotina, não pela ferramenta

O diagnóstico é o caminho para descobrir onde a comunicação e o follow-up deixam oportunidades para trás.

- Comece pela rotina da instituição.
- Não diga que o HotOS substitui o sistema de gestão escolar.
- Não prometa integração sem validação técnica.
- Descubra se captação, cobrança e comunicação usam sistemas diferentes.
- Valorize o atendimento humano: automação organiza e apoia a equipe.
- Diferencie escola, rede, curso livre e IES.

Diagnóstico antes de proposta. Primeiro descubra o fluxo; depois conecte a dor ao módulo.

PERGUNTAS CHAVES

Perguntas que abrem o fluxo

As perguntas estratégicas fazem parte desta mesma página e devem ganhar destaque na conversa.

01 Captação

Por onde chegam os interessados? Quem responde e quanto tempo leva o primeiro retorno?

03 Leads não convertidos

O que acontece com quem pede informação e não fecha? Existe cadência de retomada?

05 Processos internos

Biblioteca, agendamentos ou filas poderiam acionar avisos automaticamente?

02 Matrícula

Quais etapas existem até fechar? Como a equipe lembra documentos, visitas e retornos?

04 Sistemas

Qual sistema de gestão, CRM, agenda ou AVA é usado? Há mais de um sistema no fluxo?

06 Pergunta estratégica

Vocês usam o mesmo sistema para cobrança, captação, acompanhamento do lead e comunicação interna?

PERGUNTAS ESTRATÉGICAS

Aprofunde onde existe dinheiro ou risco

Use estas perguntas depois de entender o fluxo básico.

- O que acontece com interessados que entram pelos canais da instituição, mas não chegam a uma conclusão de matrícula?
- Existe uma jornada ativa de rematrícula ou a comunicação depende de avisos pontuais?
- A cobrança segue uma régua automatizada por data ou depende de ação manual do financeiro?
- A comunicação é pontual ou já está integrada a processos internos da instituição?
- Qual é o custo de deixar leads sem retorno quando o ticket médio de uma matrícula é conhecido?

Pergunta principal: onde a instituição perde continuidade entre interesse, matrícula, cobrança e relacionamento?

DORES IDENTIFICÁVEIS

Sinais de que há oportunidade

Procure fatos observáveis na rotina do prospect.

- Interessados sem resposta rápida.
- WhatsApp concentrado em uma pessoa.
- Campanhas sem visão de funil.
- Leads antigos sem retomada.
- Rematrícula tratada no último momento.
- Cobrança sem cadência clara.
- Secretaria, comercial e financeiro sem histórico compartilhado.
- Comunicação usada só para avisos pontuais.
- Processos internos sem notificação automática.
- Visitas e documentos pendentes sem lembrete.

ONDE PROCURAR BRECHAS

Encontre sinais antes da primeira reunião

A pesquisa prévia ajuda o vendedor a chegar com uma hipótese, não com uma promessa.

- Site, formulário e botão de WhatsApp.
- Campanhas de matrícula, rematrícula, bolsas e open day.
- Comentários públicos sobre atendimento ou comunicação.
- Canais divulgados para pais e alunos.
- Agenda digital sem indício de funil comercial.
- Moodle, AVA próprio ou sistema acadêmico sem comunicação integrada.
- Biblioteca, agendamentos, DCE/DCA, fila ou senha virtual.
- Mais de um sistema para captação, cobrança e comunicação.

Brecha boa aparece quando existe comunicação, mas falta continuidade entre evento, pessoa e próxima ação.

PITCH DE VENDAS

Abertura sugerida

A gente tem atendido instituições de ensino que recebem interessados por vários canais, mas acabam perdendo parte das oportunidades entre WhatsApp, formulário, visita, documento pendente e retorno da secretaria. A ideia não é trocar o sistema de gestão da escola, faculdade ou curso, e sim organizar melhor a comunicação e o follow-up para matrícula e rematrícula. Com quem eu poderia falar para olharmos como esse fluxo funciona hoje aí e ver se faz sentido para vocês?

O objetivo do pitch é abrir o diagnóstico, não concluir a venda na primeira frase.

OFERTA HOTOS

Conecte o módulo à dor mais evidente

Composição oficial sugerida na página de funcionalidades e planos do site.

CRM e Funis

CRM e Funis

Leads, etapas, histórico, próxima ação, matrícula e rematrícula.

Campanhas

Campanhas

SMS, WhatsApp e e-mail segmentados para captação, prazos e relacionamento.

Atendimento

Atendimento

Conversas centralizadas, histórico, produtividade e respostas automáticas.

Financeiro

Financeiro

Eventos de vencimento, atraso, regularização, contratos e comunicação de cobrança.

Automação

Automação

Jornadas por evento, data, condição, espera e próxima mensagem.

Estimativa exibida no site: R\$ 1.696,00/mês. Valores finais dependem de créditos, setup, escopo e integrações.

LINGUAGEM COMERCIAL

Proteja a conversa

A linguagem deve abrir espaço para diagnóstico e evitar promessas que ainda não foram validadas.

Frases boas

Como vocês garantem que nenhum interessado fica sem retorno?
A ideia não é trocar o sistema de gestão; é entender onde a comunicação e o follow-up se perdem.
Hoje secretaria, comercial e financeiro enxergam o mesmo histórico?

Frases de risco

A gente substitui seu sistema escolar.
Nossa IA resolve todo o atendimento.
Integra com qualquer sistema.
Você não precisa mais da secretaria.

PESQUISA PRÉVIA

O que pesquisar antes de abordar

O sistema pode resolver parte da operação e ainda deixar oportunidades de comunicação e automação.

ERP / gestão escolar

O que costuma ter: TOTVS Educacional, Lyceum/Liceum, JVDASA, ActiveSoft, Escolari, Educar, Sponte, Eskolare e i-Educar. Matrícula, contratos, financeiro, documentos, boletos, rematrícula e agenda acadêmica. | HotOS pode explorar: Comunicação multicanal, campanhas, atendimento e régua financeira por evento.

CRM educacional

O que costuma ter: HubSpot, CRM Educacional, RD Station, Results/Resultz, Sigma, Capturama e Mascote/Maskot. Funil, origem do lead, cadências, automações, scoring e dashboards. | HotOS pode explorar: Continuidade do atendimento, recuperação de leads e combinação de canais.

Agenda digital

O que costuma ter: Mascote e outras agendas digitais. Comunicados, eventos, documentos, mensagens para famílias e confirmação de leitura. | HotOS pode explorar: Captação, rematrícula, cobrança e jornada comercial mais ampla.

AVA / LMS

O que costuma ter: Moodle, AVA próprio e ambientes conectados ao sistema da instituição. Atividades, provas, eventos acadêmicos, acesso e participação. | HotOS pode explorar: Notificações multicanal e jornadas disparadas por eventos.

TRATAMENTO DE PREÇO

Preço é conta de oportunidade

Responda a resistência com contexto, evidência e próximo passo.

“Esse valor está caro.”

A composição sugerida para Educação é CRM e Funis + Campanhas + Atendimento + Financeiro + Automação, com estimativa de R\$ 1.696,00/mês. Vamos comparar o investimento com leads que entram, ticket médio ou mensalidade, leads não trabalhados e possíveis matrículas, rematrículas ou cobranças recuperadas.

Conta de oportunidade: leads não trabalhados x ticket médio = valor potencial deixado na mesa.

“Já temos sistema de gestão escolar.”

Perfeito. A proposta não é substituir o sistema. Vamos entender o que ele já resolve e onde o atendimento, o follow-up ou os comunicados ainda ficam espalhados em WhatsApp, planilha ou controle manual.

“Já usamos agenda digital.”

Ótimo. Vamos verificar se a agenda cobre também captação, primeiro atendimento, visita, documentos, cobrança e rematrícula. O HotOS pode complementar os pontos que ela não acompanha.

“Não queremos mais uma ferramenta.”

Faz sentido evitar complexidade. Por isso, primeiro mapeamos os sistemas existentes e só propomos o que centraliza uma etapa descoberta, reduz trabalho manual ou recupera oportunidades.

“Integração é complicada.”

A integração só entra depois de entendermos o cenário. Podemos validar o que é possível tecnicamente e começar por uma jornada prioritária, sem prometer uma conexão antes da análise.

RESPOSTAS COMERCIAIS

Continue a conversa sem perder o diagnóstico

Responda a resistência com contexto, não com promessa genérica.

“Nosso atendimento precisa ser humano.”

Concordo. Em Educação, acolhimento importa muito. A automação apoia a equipe ao responder dúvidas simples, organizar dados, lembrar prazos e direcionar cada pessoa, sem retirar o contato humano.

“Alunos não aderem a novos canais.”

Não é preciso criar um canal por criar. Vamos identificar os canais que alunos, responsáveis e equipe já usam e aplicar mensagens úteis nos momentos certos, como matrícula, cobrança, biblioteca, agendamento e rematrícula.

FECHAMENTO

Transforme diagnóstico em próxima ação

O playbook termina quando o próximo passo fica claro para o vendedor e para a instituição.

01 Agora

Registrar tipo de instituição, canais, sistemas e principal gargalo.

02 Depois

Confirmar se há múltiplos sistemas e onde o HotOS pode centralizar comunicação.

03 Em seguida

Escolher módulo prioritário e validar necessidade de integração.

04 Fechamento

Agendar diagnóstico ou demonstração com a pessoa responsável pelo fluxo.

Registre o diagnóstico, confirme o próximo passo e leve a conversa para uma demonstração aderente à dor encontrada.