



Scorecard de Qualificação de Leads

Avalie cada lead em 5 critérios e saiba onde investir o seu tempo | Ideias e Desafios

Porque Precisa deste Scorecard

A maioria dos comerciais perde tempo com leads que nunca vão comprar. Este scorecard permite-lhe avaliar rapidamente a qualidade de cada lead e concentrar a sua energia onde realmente vale a pena. Em 2 minutos, sabe se deve investir tempo naquele contacto ou passar ao próximo.

Como Funciona

Avalie cada lead em 5 critérios, atribuindo uma pontuação de 0 a 20 pontos em cada. A soma total (0-100) indica a prioridade de atuação.

Critério	O que Avaliar	0-5 pts	6-10 pts	11-15 pts	16-20 pts
Necessidade	O prospect tem um problema real?	Sem necessidade clara	Necessidade vaga	Necessidade identificada	Urgência clara e definida
Orcamento	Existe budget aprovado?	Sem orçamento	Em fase de aprovação	Orcamento previsto	Orcamento aprovado
Autoridade	Esta a falar com o decisor?	Sem acesso ao decisor	Influenciador	Co-decisor	Decisor final
Timeline	Quando pretende implementar?	Sem prazo definido	> 12 meses	3-12 meses	< 3 meses
Fit	Encaixa no seu perfil ideal?	Fora do perfil	Parcialmente	Bom encaixe	Cliente ideal

Interpretação dos Resultados

Pontuação	Classificação	Ação Recomendada
80-100 pontos	PRIORIDADE MAXIMA	Agende reunião imediatamente. Este lead tem todas as condições para fechar.
60-79 pontos	ALTA PRIORIDADE	Lead quente. Invista tempo a desenvolver a relação e a preparar uma proposta.
40-59 pontos	QUALIFIQUE MAIS	Potencial real mas faltam elementos. Faça mais perguntas antes de investir tempo.
20-39 pontos	NURTURE	Coloque em nurture automatico. Envie conteúdo relevante e reavalie em 30-60 dias.
0-19 pontos	DESQUALIFICAR	Não perca tempo. Agradeça o contacto e siga em frente.

Dica prática: Preencha o scorecard DURANTE a conversa com o prospect, não depois. As suas impressões no momento são mais fiáveis do que a memória pos-reunião. Se não conseguir responder a um critério, isso por si só já é um sinal de alerta.

Template de Perguntas por Critério

Necessidade

- "Qual é o maior desafio que enfrenta nesta área?"
- "O que acontece se não resolver este problema nos próximos 6 meses?"
- "Já tentou resolver isto antes? O que aconteceu?"

Orcamento

- "Tem um investimento previsto para este tipo de projeto?"
- "Quem aprova este tipo de investimento na sua empresa?"
- "Qual seria o retorno esperado para justificar o investimento?"

Autoridade

- "Além de si, quem mais está envolvido nesta decisão?"
- "Como funciona o processo de decisão na sua empresa para este tipo de projeto?"
- "Conseguimos reunir com todos os decisores numa próxima sessão?"

Timeline

- "Quando gostaria de ter isto implementado?"

- "Ha algum evento ou deadline que torne isto urgente?"
- "O que precisa de acontecer antes de avançar?"

Fit

- "Quantas pessoas estao na equipa comercial?"
- "Qual e o vosso ciclo médio de venda?"
- "Que formação ja tiveram nesta area?"

Boas Práticas de Utilização

- Use o scorecard em TODAS as primeiras reuniões, sem exceção.
- Partilhe os resultados com a equipa — cria linguagem comum e alinhamento.
- Reveja os critérios trimestralmente para os ajustar a realidade do mercado.
- Não inflacione pontuações por otimismo — seja honesto consigo proprio.
- Um lead com 90 pontos vale mais que dez leads com 30.