

GUIA COMPLETO

Objeções e Redes Sociais B2B

Como investigar a raiz da objeção em vez de contorná-la, e prospectar no LinkedIn sem parecer spam.

Victor Raniery • Wesley Alcântara

Especialistas em Vendas Consultivas B2B

1. Introdução

Esse guia cobre duas frentes que parecem separadas, mas se conectam: como lidar com objeção sem só contornar, e como usar o LinkedIn pra prospectar e nutrir relacionamento sem virar mais um spam na caixa de mensagens.

A conexão entre as duas: objeção bem tratada e prospecção bem feita têm a mesma raiz — investigar antes de empurrar.

2. Objeção Não É o Problema Real

Quando um cliente diz 'está caro', raramente é só sobre o número. Pode ser dúvida de escopo, comparação mal informada com concorrente, ou insegurança sobre prioridade interna. Responder só ao que foi dito, sem investigar o que está por trás, é resolver o sintoma sem tocar na causa.

Na prática:

Duas objeções idênticas na fala ('vou pensar e te retorno') podem ter causas completamente diferentes — e exigem respostas diferentes.

3. As 4 Objeções Mais Comuns em B2B

Objecao	O que costuma esconder
Esta caro	Duvida de escopo ou comparacao injusta
Vou pensar	Falta de urgencia ou decisor ausente
Preciso falar com o time	Ainda nao esta convencido sozinho
Nao e prioridade agora	Problema nao ficou grave o suficiente

4. Como Investigar Em Vez de Contornar

A técnica mais simples e mais eficaz: perguntar antes de responder. Em vez de já sair defendendo o preço ou o produto, pergunte o que exatamente está por trás da objeção.

Exemplo:

'Entendo. Antes de eu te responder, me ajuda a entender: quando você diz que está caro, é o valor em si, ou tem alguma parte do escopo que ainda não ficou clara?'

5. Objeção de Preço

Nunca desconte como primeira resposta. Primeiro, entenda com o que o cliente está comparando mentalmente — geralmente é aí que mora o real desalinhamento.

6. Objeção de Timing - 'Vou pensar'

Costuma ser a objeção mais genérica e menos honesta — o cliente usa pra sair da conversa sem se comprometer. Vale perguntar diretamente o que precisaria acontecer pra decisão avançar.

Exemplo:

'Sem problema. Só pra eu entender melhor: o que precisaria ficar mais claro pra essa decisão avançar agora?'

7. Prospecção no LinkedIn Sem Parecer Spam

O LinkedIn virou terra de mensagem copiada e colada — e é exatamente por isso que uma abordagem genuína se destaca. A diferença entre prospecção que funciona e spam não é a plataforma, é o critério.

- Nunca chame no direct sem antes interagir com o conteúdo da pessoa
- Personalize a mensagem com algo específico do perfil ou da empresa
- Peça algo pequeno primeiro — uma conversa de 15 minutos, não uma reunião de venda
- Evite o pitch completo do produto logo na primeira mensagem

Exemplo:

'Vi seu post sobre [assunto] e concordo bastante com [ponto específico]. Trabalho com [área] e tenho visto empresas parecidas com a sua enfrentando [problema]. Faz sentido trocar uma ideia rápida sobre isso?'

8. Como Nutrir Relacionamento Antes de Vender

LinkedIn funciona melhor como canal de relacionamento de médio prazo, não só de abordagem direta. Comentar, compartilhar e interagir genuinamente com o conteúdo de um lead antes de abordar constrói familiaridade — e familiaridade reduz a resistência natural a mensagem de estranho.

9. Erros Que Pioram a Objeção e a Prospecção

- Responder objeção rápido demais, sem investigar a causa real
- Repetir o mesmo argumento de venda com palavras diferentes
- Mandar pitch completo de produto na primeira mensagem do LinkedIn
- Conectar no LinkedIn e já abordar comercialmente sem nenhuma interação antes

10. Checklist Prático

- ☐ Investiguei a causa real antes de responder a objeção?
- ☐ Evitei descontar ou ceder como primeira reação?
- ☐ Interagi com o conteúdo do lead no LinkedIn antes de abordar?
- ☐ Minha mensagem no LinkedIn é específica, não genérica?

11. Perguntas Frequentes

E se o cliente não quiser explicar a objeção de verdade?

Isso já é informação: objeção que o cliente não quer detalhar geralmente esconde falta de prioridade real. Vale perguntar diretamente se faz sentido continuar a conversa agora ou retomar em outro momento.

Quantas mensagens posso mandar no LinkedIn antes de virar spam?

Não é sobre quantidade — é sobre cada mensagem trazer algo novo. Duas mensagens genéricas incomodam mais que cinco mensagens específicas e espaçadas.

12. Cenário Ilustrativo

Exemplo do tipo de resultado buscado:

Um vendedor que abordava direto no LinkedIn sem interação prévia passou a comentar e interagir antes de prospectar. Resultado esperado nesse tipo de ajuste: taxa de resposta maior e objeções mais fáceis de investigar, por já existir alguma familiaridade prévia.

13. Próximos Passos

Lidar bem com objeção e prospectar bem no LinkedIn são habilidades treináveis — não dependem de carisma. Se seu time trava toda vez que ouve um não disfarçado, ou se a prospecção social não converte, vale conversar com a gente.

Victor Ranieriy • Wesley Alcântara

Especialistas em Vendas Consultivas B2B — RD Machine