

EXECUTIVONERD

PACK DE PROMPTS

Prompts de IA pra Vendas B2B

*31 prompts prontos pra prospectar, contornar objeção e fechar mais —
sem virar spam.*

Antes de usar: as 3 regras de um prompt que presta

A maioria dos vendedores usa IA da forma errada: joga o nome do prospect num prompt genérico e torce. O resultado é aquele email que começa com "espero que esteja bem" e o prospect deleta na primeira linha.

IA é boa em transformar informação em texto. Ela só entrega algo relevante se você der contexto relevante. Todo prompt deste pack segue três regras:

1. **Contexto explícito.** Diga quem você é, o que vende, pra quem, e qual dor resolve. "Você é vendedor B2B enterprise de [produto] pra [ICP]" vale mais que qualquer adjetivo.
2. **Output específico.** Não peça "escreva um email". Peça "3 variações de 80 palavras, assunto curto, CTA de baixo atrito, sem clichê". Você recebe o que pedir.
3. **Dados reais.** LinkedIn do prospect, notícia da empresa, post recente, número da última call. Prompt sem dado real produz texto sem alma real.

Como usar este pack: cada prompt tem os campos entre [COLCHETES] — troque pelo seu contexto. Não use os 31 de uma vez. Pega o que resolve o gargalo mais urgente da sua semana, roda por alguns dias, anota o que soou genérico, refina. Com o tempo isso vira o seu playbook, não o meu.

Uma nota de honestidade que vale por todo o pack: IA acelera o drafting e a personalização, não o julgamento. Ela não sabe que o VP que você vai abordar demitiu metade do time ontem. Valide sempre antes de enviar. Quem usa IA como alavanca fecha mais; quem usa como piloto automático manda spam em escala — exatamente o que mata cold outbound em 2026.

Parte 1 – Inteligência antes do toque

O trabalho de prospecção que dá resultado acontece antes do primeiro email. Estes seis prompts te fazem chegar sabendo mais sobre o prospect do que ele espera.

1. Pesquisa rápida de empresa

QUANDO USAR: antes de qualquer contato, pra entender o momento do negócio.

Você é especialista em vendas B2B. Com base nas informações abaixo sobre a empresa [NOME], identifique:

- 1) O momento atual do negócio (crescimento, crise, expansão?)
- 2) Os 3 problemas mais prováveis que ela enfrenta na área de [SUA SOLUÇÃO]
- 3) Um ângulo de abordagem específico que um vendedor poderia usar

Seja direto, sem suposição vaga.

Informações: [COLE SITE, LINKEDIN OU DESCRIÇÃO DA EMPRESA]

POR QUE FUNCIONA: força a IA a raciocinar sobre o contexto específico da empresa, não cuspir hipótese genérica.

2. Análise do decisor no LinkedIn

QUANDO USAR: antes de ligar ou mandar mensagem pra um VP ou C-level.

Analise o perfil de LinkedIn abaixo e me diga:

- 1) As prioridades profissionais aparentes dessa pessoa
- 2) A linguagem e abordagem que provavelmente ressoam com ela
- 3) Um ponto de conexão genuíno pra iniciar conversa

Não invente informação — use só o que está no perfil.

Perfil: [COLE O TEXTO DO LINKEDIN]

POR QUE FUNCIONA: você entra na conversa falando a língua do prospect, não a língua do seu produto.

3. Mapa do comitê de compra

QUANDO USAR: em deal enterprise, pra não travar por falar só com o champion.

Estou vendendo [SOLUÇÃO] pra [EMPRESA], setor [SETOR], porte [PORTE].

Com base no perfil da empresa, monte o provável comitê de compra deste deal:

- 1) Quem são os stakeholders típicos (cargo e papel: champion, decisor econômico, técnico, jurídico, procurement, usuário)
- 2) O que cada um teme e o que cada um valoriza numa compra dessas
- 3) Uma pergunta que eu deveria fazer pra mapear quem mais decide

Formato: papel | cargo provável | dor | o que valoriza

POR QUE FUNCIONA: deal enterprise se perde no fim do funil por stakeholder ignorado. Isso te obriga a mapear cedo.

4. Gatilhos de compra (trigger events)

QUANDO USAR: pra priorizar a lista e achar o momento certo de abordar.

Você é analista de sinais de compra B2B. Vendo [SOLUÇÃO] pra [ICP].

A partir das informações abaixo sobre [EMPRESA], liste os gatilhos de compra que indicam que agora é um bom momento pra abordar (ex: contratação de líder da área, nova rodada, expansão, mudança regulatória, troca de ferramenta).

Pra cada gatilho, dê a frase de abertura que eu usaria pra conectar o gatilho à dor que resolvo.

Informações: [COLE NOTÍCIAS, VAGAS ABERTAS, POSTS, RELEASES]

POR QUE FUNCIONA: abordagem ancorada em gatilho real tem taxa de resposta muito maior que "vi que sua empresa é legal".

5. Validação de fit com o ICP

QUANDO USAR: antes de gastar energia num lead — vale a pena perseguir?

Meu ICP é: [DESCREVA ICP: setor, porte, cargo do decisor, dor, gatilho].

Avalie o lead abaixo contra esse ICP e devolva:

- 1) Score de fit de 0 a 10 com justificativa em 1 linha
- 2) Os 2 sinais que mais puxam o score pra cima
- 3) O maior risco/red flag deste lead
- 4) Veredito: perseguir agora, nutrir, ou descartar

Lead: [NOME, EMPRESA, CARGO, CONTEXTO]

POR QUE FUNCIONA: qualificar antes de prospectar economiza as horas que você gastaria correndo atrás de quem nunca vai comprar.

6. Briefing a partir da call anterior

QUANDO USAR: antes de um follow-up ou segunda reunião, pra chegar afiado.

Abaixo está a transcrição/anotação da última conversa com [PROSPECT].

Me devolva um briefing de 1 página:

- 1) Dores e prioridades que ele declarou (com a frase dele quando houver)
- 2) Objeções ou hesitações que apareceram
- 3) Quem mais ele mencionou que participa da decisão
- 4) Os 3 próximos passos mais lógicos e a pergunta de abertura pro follow-up

Transcrição: [COLE A TRANSCRIÇÃO OU AS NOTAS]

POR QUE FUNCIONA: você retoma a conversa exatamente de onde parou, com as palavras do prospect — sinal claro de que prestou atenção.

Parte 2 — Cold email que não parece template

Pesquisou (Parte 1)? Agora escreve. Estes prompts transformam o insight da pesquisa em email que o prospect responde.

7. Cold email com ângulo específico

QUANDO USAR: o email principal, depois de pesquisar com os prompts 1 e 2.

Escreva um cold email B2B pra [NOME], [CARGO] da [EMPRESA]. O email deve:

- ter no máximo 5 linhas no corpo
 - ter assunto que não pareça automático
 - usar este ângulo específico: [INSIGHT DA PESQUISA]
 - terminar com uma pergunta que convide à resposta, não um pedido de reunião
- Tom: direto, sem bajulação, sem "espero que esteja bem".

POR QUE FUNCIONA: o ângulo específico é o que separa o seu email de todos os templates que o prospect já recebeu.

8. Três assuntos de e-mail pra testar

QUANDO USAR: quando o corpo está pronto e você quer maximizar abertura.

Abaixo está o corpo de um cold email. Gere 6 opções de assunto:

- 2 curiosos (provocam abertura sem clickbait)
- 2 diretos (dizem o valor de cara)
- 2 ancorados numa referência específica do prospect

Máximo 6 palavras cada. Nada de "parceria", "oportunidade" ou "solução".

Corpo: [COLE O EMAIL]

POR QUE FUNCIONA: assunto decide se o email é aberto. Testar 3 ângulos diferentes vale mais que apostar tudo num só.

9. Reescrever um email genérico

QUANDO USAR: você tem um template morto e quer torná-lo pesquisado.

Este cold email está genérico e parece template. Reescreva pra que pareça escrito à mão pra [NOME] da [EMPRESA]. Use este dado real do prospect: [INSIGHT/GATILHO]. Corte todo clichê, toda bajulação e qualquer frase que caberia em qualquer empresa. Mantenha abaixo de 90 palavras.

Email atual: [COLE O EMAIL]

POR QUE FUNCIONA: às vezes o problema não é começar do zero, é tirar a cara de robô do que você já tem.

10. Personalização em escala

QUANDO USAR: lista de 20 a 30 prospects do mesmo segmento.

Vou te dar uma lista de empresas do segmento [SEGMENTO], com nome e site.

Pra cada uma, devolva:

- 1) Um insight específico sobre o momento do negócio
- 2) Um ângulo de abordagem personalizado

Formato: empresa | insight | ângulo. Máximo 2 linhas por empresa.

Lista: [NOME - SITE / NOME - SITE / ...]

POR QUE FUNCIONA: personalização real em escala, sem passar a tarde pesquisando empresa por empresa.

11. Pedido de referral interno

QUANDO USAR: você chegou na pessoa errada e quer o decisor certo.

Escreva um email curto pra [NOME], [CARGO] da [EMPRESA], que provavelmente não é o decisor de [SUA ÁREA]. Objetivo: descobrir educadamente quem cuida disso e conseguir o encaminhamento — sem soar como se eu estivesse pulando por cima dele. Máximo 4 linhas. Tom respeitoso e direto.

POR QUE FUNCIONA: transforma um contato "errado" num atalho pro decisor, em vez de um beco sem saída.

Parte 3 – Follow-up e cadência

Metade dos deals mora no follow-up. Estes prompts mantêm a sequência viva sem virar perseguição.

12. Sequência de follow-up em 3 toques

QUANDO USAR: o prospect não respondeu ao primeiro email.

Crie uma sequência de 3 follow-ups pra um prospect que não respondeu ao email abaixo. Cada follow-up deve:

- ser mais curto que o anterior
- trazer um ângulo diferente (não repetir o mesmo argumento)
- o terceiro é um breakup email que deixa a porta aberta

Tom: profissional e direto, sem pressão.

Email inicial: [COLE O EMAIL QUE VOCÊ ENVIOU]

POR QUE FUNCIONA: sequência que varia o ângulo responde muito mais que repetir a mesma mensagem em voz mais alta.

13. Breakup email

QUANDO USAR: último toque de uma cadência esgotada.

Escreva um breakup email pra [NOME], que não respondeu a [N] toques sobre [SOLUÇÃO]. Deve: assumir o silêncio sem culpa nem ironia, dar um motivo real pra ele responder agora se ainda houver interesse, e fechar a porta com elegância. Máximo 4 linhas. Sem "última tentativa" dramático.

POR QUE FUNCIONA: o breakup bem feito costuma ter a maior taxa de resposta da cadência — cria urgência sem pressão.

14. Reativar lead frio

QUANDO USAR: deal que morreu há meses e você quer reabrir.

Vou reabrir contato com [NOME] da [EMPRESA]. A gente conversou há [TEMPO] sobre [ASSUNTO] e esfriou por [MOTIVO, se souber]. Escreva um email de reativação que:

- 1) traga um motivo novo e legítimo pra falar agora (novidade, dado, gatilho)
- 2) não cobre o silêncio anterior
- 3) peça um passo pequeno, não uma reunião de 1h

Contexto novo: [O QUE MUDOU DESDE ENTÃO]

POR QUE FUNCIONA: lead frio reabre com pretexto legítimo, não com "passando pra saber se ainda tem interesse".

15. Follow-up pós-conteúdo ou evento

QUANDO USAR: o prospect baixou material, foi a um webinar ou curtiu um post.

[NOME] da [EMPRESA] interagiu com [CONTEÚDO/EVENTO: qual e quando]. Escreva um follow-up que conecte esse interesse a uma conversa, sem parecer que estou vigiando cada clique. Ancore na dor que aquele conteúdo tratava e ofereça algo de valor (não uma demo de cara). Máximo 5 linhas.

POR QUE FUNCIONA: usa um sinal de interesse real como ponte, transformando engajamento passivo em conversa.

Parte 4 – LinkedIn e cold call

Nem tudo é email. Estes prompts cobrem os canais onde o tom conta ainda mais.

16. Conexão + primeira mensagem no LinkedIn

QUANDO USAR: social selling, antes de qualquer pitch.

Quero conectar com [NOME], [CARGO] da [EMPRESA], no LinkedIn.

Escreva:

- 1) Uma nota de conexão de no máximo 2 linhas, sem pitch, ancorada em algo real do perfil ou da empresa dele
- 2) Uma primeira mensagem pra mandar alguns dias depois de aceitar, que abre conversa sobre [DOR/TEMA] sem empurrar reunião

Tom: de colega de mercado, não de vendedor caçando.

POR QUE FUNCIONA: conexão sem pitch é aceita; mensagem que abre conversa (não que vende) é respondida.

17. Comentário de social selling

QUANDO USAR: pra entrar no radar do prospect antes de abordar.

[PROSPECT] publicou o post abaixo. Escreva 2 opções de comentário que:

- agreguem uma ideia real (não "ótimo post!")
- mostrem que entendo do assunto de [TEMA]
- não mencionem meu produto

Máximo 3 linhas cada. Tom de quem tem repertório, não de quem quer aparecer.

Post: [COLE O POST]

POR QUE FUNCIONA: aquecer com presença inteligente faz a abordagem seguinte chegar a um nome já conhecido.

18. Abertura de cold call

QUANDO USAR: antes de discar, no lugar de improvisar.

Vou fazer uma cold call pra [NOME], [CARGO] da [EMPRESA]. Me dê:

- 1) Uma abertura de 2 frases que não pareça script
- 2) As 3 perguntas de qualificação mais importantes pra entender se há fit
- 3) As 2 objeções mais prováveis e como responder a cada uma de forma natural

Contexto da empresa: [COLE INFORMAÇÕES]

POR QUE FUNCIONA: você chega na ligação com estrutura, mas sem parecer que está lendo roteiro.

19. Perguntas de qualificação sob medida

QUANDO USAR: pra montar seu roteiro de discovery inicial por deal.

Vendo [SOLUÇÃO] pra [ICP]. Quero qualificar [PROSPECT] sem soar como interrogatório. Gere 6 perguntas abertas, na ordem em que eu faria numa conversa, que revelem: dor atual, impacto/custo dessa dor, quem decide, urgência e orçamento — sem perguntar "qual seu budget?" diretamente. Pra cada pergunta, diga o que estou tentando descobrir com ela.

POR QUE FUNCIONA: qualificação vira conversa natural quando cada pergunta tem intenção clara por trás.

20. Voicemail e mensagem curta

QUANDO USAR: caiu na caixa postal ou vai mandar áudio/mensagem.

Escreva um voicemail de no máximo 20 segundos pra [NOME] da [EMPRESA]. Deve: dizer quem sou e por que estou ligando em 1 frase, ancorar num motivo específico ([GATILHO/DOR]), e terminar com um próximo passo claro (não "me retorne quando puder"). Natural, como se eu falasse, não lesse.

POR QUE FUNCIONA: voicemail genérico é ignorado; 20 segundos com motivo específico gera callback.

Parte 5 — Objeções e negociação

Objeção não é obstáculo, é informação. Estes prompts transformam o "não" em próximo passo.

21. Interpretar a objeção

QUANDO USAR: recebeu uma objeção e quer entender o que ela significa de verdade.

Recebi esta objeção de um prospect: "[COLE A OBJEÇÃO]".

Vendo [SOLUÇÃO] pra [PERFIL DO CLIENTE]. Me dê:

- 1) A interpretação real dessa objeção (o que ela costuma significar de fato)
- 2) Duas formas de responder — uma mais direta, uma mais consultiva
- 3) Uma pergunta de qualificação que me ajude a entender a situação antes de responder

POR QUE FUNCIONA: transforma a objeção em informação, não em parede.

22. Resposta a "está caro"

QUANDO USAR: a objeção de preço, que quase nunca é sobre preço.

Prospect disse que [SOLUÇÃO] está cara. Contexto: [TICKET, CONCORRENTE, DOR QUE RESOLVO, ROI ESTIMADO]. Me dê:

- 1) As 3 coisas que "tá caro" pode realmente significar aqui
- 2) Uma pergunta pra descobrir qual delas é
- 3) Uma resposta que reancora a conversa em valor/custo da inação, sem dar desconto reflexo

Tom: firme e consultivo, não defensivo.

POR QUE FUNCIONA: preço é o sintoma; a resposta certa investiga a causa antes de ceder margem.

23. Resposta a "já uso [concorrente]"

QUANDO USAR: o prospect tem solução incumbente.

Prospect já usa [CONCORRENTE]. Eu vendo [SOLUÇÃO] e meu diferencial real é [DIFERENCIAL]. Escreva uma resposta que:

- 1) não ataque o concorrente de frente
 - 2) plante uma dúvida legítima sobre uma limitação conhecida daquela categoria
 - 3) peça uma conversa curta pra comparar, não pra substituir já
- Uma pergunta de fechamento que abra espaço pra próximo passo.

POR QUE FUNCIONA: deslocar incumbente é sobre criar insatisfação legítima, não sobre falar mal do concorrente.

24. Resposta a "me manda material"

QUANDO USAR: o brush-off educado que mata deal.

Prospect pediu "manda um material que eu vejo depois". Traduza isso no que costuma significar e escreva uma resposta que:

- 1) ofereça algo específico e curto (não um PDF genérico de 40 páginas)
- 2) amarre o envio a um próximo passo com data
- 3) mantenha a porta da conversa aberta

Contexto: [ONDE ESTAMOS NO PROCESSO]

POR QUE FUNCIONA: "manda material" costuma ser fuga educada; a resposta certa troca o PDF por um compromisso.

25. Reframe de objeção em pergunta

QUANDO USAR: treino rápido pra qualquer objeção nova.

Me dê 5 objeções mais comuns de quem compra [SOLUÇÃO], e pra cada uma:

- 1) o medo real por trás da objeção
- 2) uma pergunta de reframe que devolve a conversa pro valor

Quero usar como treino antes das minhas próximas calls.

POR QUE FUNCIONA: antecipar objeção com pergunta pronta te tira do modo defensivo na hora H.

Parte 6 – Discovery e demo

Prospecção abre a porta; discovery e demo é onde o deal se decide. Três prompts pra chegar preparado.

26. Preparo de discovery por hipótese

QUANDO USAR: antes da call de discovery, pra não improvisar.

Vou fazer discovery com [PROSPECT], [CARGO] da [EMPRESA], setor [SETOR].

Minha hipótese de dor é [HIPÓTESE]. Monte um roteiro de discovery com:

- 1) 1 pergunta de abertura que estabelece contexto sem ser óbvia
- 2) 4 perguntas que testam a hipótese de dor e quantificam o impacto
- 3) 2 perguntas que revelam processo de decisão e urgência

Ordene como numa conversa real, do amplo ao específico.

POR QUE FUNCIONA: discovery com hipótese testável rende insight; discovery improvisado rende checklist chato.

27. Agenda de demo personalizada

QUANDO USAR: antes da demo, pra mostrar só o que importa pra aquele prospect.

Vou fazer demo de [SOLUÇÃO] pra [EMPRESA]. As dores que eles declararam no discovery foram: [LISTE AS DORES]. Monte o roteiro da demo:

- 1) A ordem das funcionalidades a mostrar, começando pela que ataca a maior dor
 - 2) Pra cada uma, a frase que conecta a feature à dor específica deles
 - 3) O que deixar de fora pra não diluir o foco
- Objetivo: demo de 25 min que fala do problema deles, não do meu produto.

POR QUE FUNCIONA: demo que segue as dores do prospect converte; demo-tour do produto inteiro entedia.

28. Resumo pós-demo com próximos passos

QUANDO USAR: logo após a demo, enquanto está fresco.

Abaixo estão minhas notas da demo com [EMPRESA]. Me devolva:

- 1) Um resumo de 4 linhas do que foi discutido e do interesse demonstrado
 - 2) Os sinais de compra e os sinais de risco que apareceram
 - 3) Os 3 próximos passos mais lógicos, com quem faz o quê e até quando
- Notas: [COLE AS NOTAS OU A TRANSCRIÇÃO]

POR QUE FUNCIONA: próximo passo definido na hora é o que impede o deal de esfriar no dia seguinte.

Parte 7 – Transformar conversa em avanço

Os dois últimos prompts fecham o ciclo: pegam o que aconteceu na sala e transformam em algo que faz o deal andar sozinho na cabeça do champion.

29. Follow-up pós-demo que o champion reencaminha

QUANDO USAR: email depois da demo, pensado pra circular internamente.

Escreva o email de follow-up pós-demo pra [CHAMPION] da [EMPRESA].

Contexto da demo: [DORES DISCUTIDAS, O QUE ANIMOU, PRÓXIMOS PASSOS].

O email deve:

- 1) recapitular o problema deles em 2 linhas (na linguagem deles)
- 2) amarrar como [SOLUÇÃO] resolve cada dor, com 1 bullet por dor
- 3) trazer um próximo passo claro com data
- 4) ser reencaminhável: escrito de um jeito que o champion possa repassar pro chefe dele sem editar nada

Tom: direto, sem adjetivo de folheto.

POR QUE FUNCIONA: o champion vende por você quando você entrega um email que ele só precisa repassar — não reescrever.

30. Mini business case pro comitê

QUANDO USAR: quando a decisão sobe pra quem não estava na sala.

Preciso de um mini business case de 1 página que o champion leve pro comitê.

Solução: [SOLUÇÃO]. Cliente: [EMPRESA, dor, contexto]. Dados que tenho:

[CUSTO ATUAL DA DOR, GANHO ESTIMADO, TICKET, PRAZO].

Estruture em: problema, custo de não agir, solução proposta, retorno esperado (com a conta explícita), e o pedido claro. Linguagem de quem aprova orçamento, não de quem usa a ferramenta. Sem hype, com números.

POR QUE FUNCIONA: deal enterprise trava quando o decisor econômico não vê número. Isso dá o número mastigado.

Bônus — 31. Transforme seu processo repetitivo numa skill

QUANDO USAR: quando um desses prompts vira parte fixa da sua semana e você quer parar de copiar e colar.

Vou te descrever um processo de vendas que repito toda semana. Quero transformá-lo numa skill/automação reutilizável. A partir da descrição:

- 1) Liste as variáveis de entrada (o que muda a cada vez)
- 2) Aponte as regras fixas (o que nunca muda)
- 3) Escreva o passo a passo que a automação deve seguir
- 4) Diga que dados de apoio eu preciso separar em arquivo (templates, cases, regras de pricing)

Processo: [DESCREVA SEU PROCESSO PASSO A PASSO]

POR QUE FUNCIONA: prompt bom você usa; processo transformado em skill trabalha por você toda vez. Foi assim que baixei o tempo de gerar proposta de 30 minutos pra 2 — a regra vive na skill, não na minha cabeça. É o próximo nível depois de dominar os prompts deste pack.

Por onde começar amanhã

Não tente usar os 31. Pega **um** — o que resolve o gargalo mais chato da sua semana — e usa na próxima abordagem. Só um. Vê o que acontece, refina, e aí parte pro próximo. Em um mês você tem um punhado de prompts calibrados pro seu jeito de vender, que é o único playbook que importa: o seu.

Quem usa IA como alavanca — com processo, dado real e julgamento — fecha mais e fecha grande, sem precisar gritar.

PAULO LAMEGO É FUNDADOR DO EXECUTIVONERD E VENDEDOR B2B ENTERPRISE, TIME FUNDADOR DA LINKANA. VENDEU PRA MAIS DE 140 DAS MAIORES EMPRESAS DO BRASIL. TODA SEMANA, UM ARTIGO SOBRE VENDAS B2B TECH, IA APLICADA E O QUE REALMENTE FUNCIONA — EM EXECUTIVONERD.COM.BR.