Central de Treinamento Atendas

Funil de TODOS · guia para vendedores, coordenadores e gestores das unidades

Versão de 25/10/2026, com base no Atendas 2.3.2 demonstrado em 22/10/2026, no contrato VMK × Atendas de 24/06/2026 e no plano de lançamento do funil comercial. Uso interno VMK Holding · Cartão de TODOS.

Índice

Parte 1 · Para todos · O básico

1.1	O que é um CRM e por que usar	3
1.2	O que é um funil comercial	3
1.3	As etapas do funil da unidade	4
1.4	Quando mover o card	5
1.5	Motivos de perda	6
1.6	Acesso e telas do Atendas	6
1.7	Glossário	7

Parte 2 · Vendedor · Atender, registrar e retomar

2.1	Atender pela tela Mensagens	8
2.2	Trabalhar no CRM: quadro e página do contato	8
2.3	Preencher e salvar o formulário do card	9
2.4	Registrar Negócio Fechado	10
2.5	Registrar Negócio Perdido	10
2.6	Retomar contatos sem arriscar o número	10
2.7	Checklists do vendedor	11
2.8	Erros comuns do vendedor	11

Parte 3 · Coordenador · Organizar a equipe e o número

3.1	O papel do coordenador	13
3.2	Rotina de acompanhamento	13
3.3	Histórico de conversas e limite	13
3.4	Conferência de cards	14
3.5	Conectar o número da unidade	14
3.6	Distribuição, filas e configurações	14
3.7	Caminho de um problema	15
3.8	Indicadores e checklists do coordenador	15

Parte 4 · Gestor da unidade · Aderir, acompanhar e decidir

4.1	O papel do gestor	17
4.2	Adesão e implantação	17
4.3	Plataforma de resultados	17
4.4	Indicadores do gestor	18
4.5	Checklist e erros comuns do gestor	18

CENTRAL DE TREINAMENTO · FUNIL DE TODOS

Como usar o Atendas na unidade

Comece pela Parte 1, que vale para todos. Depois siga a parte do seu papel. Cada orientação diz de onde vem:

REGRA VMK obrigatória; definida pela VMK ou exigida pelo sistema

BOA PRÁTICA recomendada; não é obrigatória **EM ANDAMENTO** previsto, ainda não disponível

Os nomes de telas, botões e campos são os do Atendas 2.3.2, conferidos na gravação do treino de 22/10/2026 em Foz do Iguaçu.

PARTE 1 · PARA TODOS

O básico

1.1 O que é um CRM e por que usar

CRM (do inglês *Customer Relationship Management*, gestão do relacionamento com o cliente) é o lugar onde fica registrado cada contato e cada negociação. No Atendas, cada pessoa que fala com a unidade vira um **card**, com a conversa, as anotações, as tarefas e a etapa da venda.

Sem CRM, o histórico mora na memória e no celular de quem atendeu. Com CRM:

- quem atende sabe onde parou, mesmo dias depois;
- outra pessoa da equipe consegue continuar o atendimento;
- a coordenação vê a fila e as negociações da equipe sem pedir print;
- os números da unidade (conversão, meta e premiação) saem do que está registrado. O que fica fora do Atendas não aparece neles.

EXEMPLO

Uma pessoa mandou mensagem às 21h perguntando o valor do Cartão de TODOS. No dia seguinte, quem abre o card vê a pergunta, a resposta enviada, a nota “prefere falar depois das 18h” e a tarefa de retorno marcada para esse horário.

1.2 O que é um funil comercial

O **funil comercial** é a sequência de etapas que uma venda percorre, do primeiro contato até a filiação. Cada card está em uma etapa por vez. No Atendas, o funil aparece como um quadro com uma coluna por etapa.

O funil ajuda a ver **onde as vendas param**. Se muitos cards ficam parados em Triagem, o problema está no primeiro atendimento. Se param em Fechamento, está na documentação. Por isso cada card precisa estar na etapa certa: é isso que transforma o quadro em informação.

1.3 As etapas do funil da unidade

No CRM, escolha no topo o funil **[Sua unidade] Funil CDT**. Ele tem seis colunas:

ETAPA	O QUE SIGNIFICA	O QUE FAZER	MARCO AUTOMÁTICO
Entrada do Lead	Etapa usada pelas automações quando o contato chega.	A boas-vindas automática apresenta o Cartão de TODOS e a unidade e transfere para uma atendente.	MQL
Triagem	Lead que entrou e ainda não foi aceito por vendas.	Responder, confirmar se é da área e se já é cliente, corrigir o nome.	MQL
Negociação	Lead aceito por vendas: o vendedor assumiu e começou a negociar.	Apresentar o Cartão, tirar dúvidas, registrar notas e agendar retorno com tarefa.	SAL
Fechamento	Vendas qualificou e pediu a documentação para a filiação.	Coletar CPF, e-mail e data de nascimento e concluir a filiação.	SQL
Negócio Fechado	Filiação concluída: é a venda.	Registrar matrícula, data de filiação e forma de pagamento e clicar em **Salvar**.	—
Negócio Perdido	A venda não vai acontecer. Pode sair de qualquer etapa.	Escolher o motivo da lista oficial, escrever o detalhe e salvar.	—

> **REGRA VMK**
>
> As definições de Triagem (lead ainda não aceito), Negociação (lead aceito por vendas) e Fechamento (documentação pedida) são as do funil da VMK. Os marcos **MQL**, **SAL** e **SQL** são registrados só por automação quando o card muda de coluna. Ninguém preenche esses campos à mão.

No CSC, o funil se chama “Funil Comercial” e tem a etapa **KYC** entre Fechamento e o ganho, que lá se chama “Negócio ganho”. Na unidade não há coluna KYC: o KYC continua saindo pela conta Atendas original da unidade.

1.4 Quando mover o card

REGRA VMK

- **Triagem → Negociação:** quando o vendedor aceita o lead e começa a negociar. Conversa iniciada, sozinha, não é Negociação.
- **Negociação → Fechamento:** quando o vendedor pede a documentação para a filiação.
- **Fechamento → Negócio Fechado:** quando a filiação foi concluída. O Atendas só aceita com os campos obrigatórios preenchidos.
- **Qualquer etapa → Negócio Perdido:** quando a venda não vai acontecer, sempre com motivo e detalhe.

Situações do dia a dia

SITUAÇÃO NA CONVERSA	ETAPA	REGISTRO
Lead chega do anúncio, pergunta o preço e ainda não foi atendido	Triagem	—
Lead chega com o nome do perfil do WhatsApp (“Brasil”, uma frase)	Triagem	Perguntar o nome completo, corrigir no formulário e salvar
Lead diz que já tem o Cartão	Negócio Perdido	Motivo “Já é cliente” + detalhe; Situação muda para Filiado
Lead mora fora da área atendida	Negócio Perdido	Motivo “Fora da área de atuação” + a cidade no detalhe (ex.: “Lead de Cascavel”)
Vendedor aceita o lead e começa a negociar	Negociação	—
Vendedor pediu a documentação para a filiação	Fechamento	—
Filiação concluída	Negócio Fechado	Matrícula, data de filiação, CPF, e-mail, data de nascimento e forma de pagamento
Lead some depois de duas tentativas	Continua na etapa	Tarefa de retorno com data e hora; retomada pelo filtro Janela fechada

BOA PRÁTICA

Descubra na primeira troca de mensagens se a pessoa já é cliente ou mora fora da área. Esses dois motivos somaram 20,7% das perdas do CSC de agosto a 13/10/2026; descobrir cedo libera tempo para quem pode comprar.

EM DEFINIÇÃO

A VMK ainda não publicou um prazo para encerrar como perdido o lead que parou de responder. Até lá, mantenha o card na etapa com tarefa de retorno e combine com a coordenação quando registrar “Parou de responder” ou “Nunca respondeu”.

1.5 Motivos de perda

REGRA VMK

Toda perda tem um motivo desta lista oficial e um detalhe em texto livre. Os dois campos são obrigatórios para salvar o card em Negócio Perdido.

1. Já é cliente
2. Fora da área de atuação
3. Sem interesse
4. Documentação incompleta
5. Fechou com concorrente
6. Sem especialidade médica
7. Fechou na unidade
8. OPTOUT
9. Sem método de pagamento válido
10. Duplicidade
11. KYC Rejeitado
12. Financeiro
13. Parou de responder
14. Nunca respondeu
15. Outro

BOA PRÁTICA

Escreva no detalhe o que ajuda a agir: a cidade de quem é de fora da área, a especialidade que faltou, o concorrente citado. Use “Outro” só quando nenhum motivo da lista servir. É com esse registro que o time de marketing ajusta as campanhas da praça.

1.6 Acesso e telas do Atendas

Conta	As vendas usam a conta Atendas da VMK. A conta original da unidade continua ativa, e é por ela que sai o KYC. **EM ANDAMENTO** unificar os dois acessos, sem data.
Login	E-mail com “+atendas” antes do @. A senha inicial chega pela coordenação; cada pessoa troca depois.
Menu do vendedor	**Mensagens**, **Modelos**, **Discadora**, **CRM**, **KYC** e **Configurações**. Modelos de e-mail e Gestão de pessoas aparecem bloqueados.
Duas telas	**Mensagens** é onde se conversa. **CRM** é onde ficam o quadro, o card e o formulário. **EM ANDAMENTO** chat ao lado do card, sem data.

BOA PRÁTICA

Se aparecer o aviso **Ação não autorizada!**, mande um print no grupo de suporte dizendo o que você tentou fazer. O aviso apareceu no perfil de vendedor durante a demonstração de 22/10 e a causa ainda não foi informada.

1.7 Glossário

Card	O registro de um contato no CRM, com conversa, notas, tarefas e etapa.
Lead	Pessoa que demonstrou interesse e ainda não comprou.
MQL	*Marketing Qualified Lead*: lead que entrou no funil e ainda não foi aceito por vendas.
SAL	*Sales Accepted Lead*: lead aceito por vendas. Marcado quando o card vai para Negociação.
SQL	*Sales Qualified Lead*: lead qualificado por vendas, com documentação pedida. Marcado em Fechamento.
KYC	*Know Your Customer*: verificação da documentação e do cadastro. Na unidade, sai pela conta Atendas original.
Janela fechada	Situação de conversa usada no filtro para encontrar contatos que esfriaram e precisam de retomada.
Etiqueta	Marcação do contato ou da conversa, definida por unidade (ex.: Urgente).
Provedor	Conexão técnica de um número dentro do Atendas. Cada número tem o seu.
MAU	*Monthly Active User*: pessoa única que interagiu com a unidade em 30 dias. Base de cobrança do contrato.

PARTE 2 · VENDEDOR

Atender, registrar e retomar

2.1 Atender pela tela Mensagens

1. Abra **Mensagens**. A fila mostra as conversas atribuídas a você, com nome, tempo, telefone, e-mail, equipe e última mensagem. O rodapé mostra quantas estão com você.
2. Filtre pela situação. No dia a dia, use **Em atendimento** e **Janela fechada**. Também existem **Pendente**, **Ignorada** e **Finalizada**, além de ordem (mais recentes ou mais antigas), etiquetas e período.
3. Abra a conversa. As abas são **Conversa**, **Detalhes** (canal, origem, abertura, início e fim do atendimento, etiquetas), **Cliente** (telefone, nascimento, CPF, e-mail) e **Histórico** (quem atendeu, quando finalizou, se está pendente).
4. Responda com texto, arquivo, áudio ou emoji. Para usar um modelo pronto, digite **/NOME** ou **/#ID** do modelo e um espaço. **Ctrl+Enter** quebra a linha.
5. Quando o atendimento terminar, finalize a conversa. Conversa encerrada e não finalizada continua contando no limite.
6. Para iniciar uma conversa, use **+ Nova mensagem**. Para cadastrar um contato novo, use o ícone **+**: só o telefone é obrigatório.

A linha do tempo da conversa registra a situação (Pendente, Em atendimento, Finalizada) e as transferências entre atendentes.

> **BOA PRÁTICA**
>
> Comece o dia por **Em atendimento**, para responder quem está esperando, e reserve um horário para **Janela fechada**, para retomar quem esfriou. Foi a orientação do treino de 22/10.

2.2 Trabalhar no CRM: quadro e página do contato

1. Abra **CRM** e escolha no topo o funil **[Sua unidade] Funil CDT**. Cada coluna é uma etapa; o card mostra nome, tempo desde a entrada, telefone, responsável e equipe.
2. Para mudar a etapa, arraste o card para a coluna certa. Outra forma: mude o campo **Etapa** no formulário e salve.
3. Clique no card para abrir a página do contato. As abas são **Tudo**, **Mensagens**, **Notas**, **Tarefas**, **Mídias**, **Eventos** e **Ligações**. Embaixo, você cria Mensagem, Nota, Tarefa ou Ligação.
4. **Nota:** registre o que ajuda no próximo contato. O Atendas também cria notas automáticas, como “Sem resposta por 72hrs no envio do Amor Saúde”.
5. **Tarefa:** informe data, hora, prioridade (Normal, Alta ou Urgente), responsável e descrição. Ela aparece para o responsável na data. A tarefa “Chegou Lead pra você” é criada sozinha a cada lead novo.

6 **Eventos e etiquetas:** os eventos guardam cada mudança de etapa e cada conversa aberta ou encerrada. As etiquetas marcam o contato e a conversa; cada unidade define as suas.

Sem conversa aberta, a página do contato pede para iniciar uma nova com um modelo.

2.3 Preencher e salvar o formulário do card

REGRA VMK

Toda alteração no formulário só vale depois de clicar em **Salvar**. A confirmação é “Contato atualizado com sucesso”.

CAMPO	QUEM PREENCHE	OBRIGATÓRIO EM
Funil, Unidade, País, Celular	Já vêm preenchidos	—
Etapa	Vendedor, no campo ou arrastando o card	—
Responsável	Distribuição automática	—
Nome	Vem do perfil do WhatsApp; corrigir para o nome completo	—
Data de nascimento, CPF, E-mail	Vendedor, durante o atendimento	Negócio Fechado
Matrícula	Vendedor, depois do cadastro da filiação	Negócio Fechado
Data de filiação	Vendedor	Negócio Fechado
Forma de pagamento	Vendedor, entre as opções da unidade (em Foz: crédito, débito e concessionária de energia)	Negócio Fechado
Motivo de perda	Vendedor, pela lista oficial	Negócio Perdido
Detalhe de perda	Vendedor, em texto livre	Negócio Perdido
Origem	Virá sempre como Marketing	—
Situação	Fica “Lead”; muda para “Filiado” só se a pessoa já é ou acabou de se filiar	—
Prospecção, CSC	Automação (na unidade, CSC = Não)	—
MQL, SAL, SQL, Data SQL, KYC	Automação. Não mexer	—

EM ANDAMENTO

Os campos MQL, SAL, SQL e Data SQL vão sair do formulário. A opção “Marketing” ainda não estava na lista de Origem em 22/10.

2.4 Registrar Negócio Fechado

1. Durante o atendimento, preencha **Data de nascimento**, **CPF** e **E-mail** e corrija o **Nome** para o nome completo.
2. Depois de cadastrar a filiação, preencha **Matrícula** e **Data de filiação**.
3. Escolha a **Forma de pagamento** entre as opções da sua unidade.
4. Mude a **Situação** para Filiado.
5. Ponha o card em **Negócio Fechado**, pelo campo Etapa ou arrastando.
6. Clique em **Salvar** e confira a mensagem “Contato atualizado com sucesso”.

> **EM ANDAMENTO**
>
> Registro automático da venda, sem digitar a matrícula. Sem data.

2.5 Registrar Negócio Perdido

1. Ponha o card em **Negócio Perdido**.
2. Em **Motivo de perda**, escolha o motivo da lista oficial (módulo 1.5).
3. Em **Detalhe de perda**, escreva o que explica a perda. Para quem é de fora da área, a cidade: “Lead de Cascavel”.
4. Se a pessoa já é cliente, mude a **Situação** para Filiado.
5. Clique em **Salvar**.

2.6 Retomar contatos sem arriscar o número

No número da unidade, conectado por QR code como WhatsApp Business comum, **não há janela de 24 horas**. O risco é outro: muitas mensagens ativas em pouco tempo podem fazer o WhatsApp banir o número.

> **BOA PRÁTICA**
>
> - Envie de 5 a 6 mensagens ativas de manhã e de 5 a 6 à tarde. É a prática de Ribeirão Preto, citada no treino de 22/10.
> - Para quem pediu para falar depois, crie uma tarefa com data e hora no próprio card.
> - Use o filtro **Janela fechada** para achar quem esfriou e priorize quem estava mais avançado no funil.

2.7 Checklists do vendedor

Primeiro dia

- [ ] Entrar com o login “+atendas” e trocar a senha inicial
- [ ] Conferir no menu as telas Mensagens e CRM
- [ ] Abrir o funil “[Sua unidade] Funil CDT” no CRM
- [ ] Testar os filtros Em atendimento e Janela fechada
- [ ] Conferir quais modelos de mensagem a unidade tem e como chamá-los com /NOME
- [ ] Saber onde fica o grupo de suporte da unidade

Todo dia

- [ ] Abrir as tarefas do dia e o filtro Em atendimento
- [ ] Responder primeiro quem está esperando
- [ ] Corrigir o nome de cada lead novo e salvar
- [ ] Pôr o card na etapa certa a cada avanço
- [ ] Fechou: campos obrigatórios e Salvar. Perdeu: motivo, detalhe e Salvar
- [ ] Retomar a Janela fechada respeitando 5 a 6 mensagens ativas por turno
- [ ] Finalizar as conversas encerradas antes de sair

Os itens de registro (campos obrigatórios, motivo e detalhe, Salvar) são Regra VMK. A ordem e o ritmo da rotina são boa prática.

2.8 Erros comuns e como evitar

Alterar o formulário e não salvar

Nada fica gravado. Clique em Salvar e confira “Contato atualizado com sucesso”.

Mover para Negociação só porque a conversa começou

Negociação quer dizer lead aceito por vendas. Mover antes infla o SAL e distorce o funil.

Deixar conversa encerrada sem finalizar

Ela continua contando no limite e, perto dele, você para de receber conversas novas.

Perda com “Outro” ou detalhe vazio

Ninguém consegue agir sobre isso. Escolha o motivo certo e escreva um detalhe útil.

Manter o nome do perfil do WhatsApp

“Brasil” ou uma frase não identificam ninguém. Pergunte o nome completo e corrija.

Mexer em MQL, SAL, SQL, Data SQL ou KYC

São campos da automação. Seu trabalho é a etapa certa.

Disparar muitas mensagens ativas de uma vez

Pode banir o número da unidade. Siga o ritmo de 5 a 6 por turno.

Tentar fazer o KYC pela conta de vendas

Na unidade, o KYC continua saindo pela conta Atendas original.

PARTE 3 · COORDENADOR

Organizar a equipe e o número

3.1 O papel do coordenador

Responsabilidades descritas no plano de lançamento do funil comercial:

- Garantir que cada atendente tenha login e trabalhe no funil da unidade.
- Conectar o número da unidade com o time de Sales Ops da VMK (módulo 3.5).
- Enviar ao Sales Ops as mensagens automáticas, as etiquetas e as formas de pagamento da unidade.
- Acompanhar a fila e o funil da equipe e garantir que as conversas encerradas sejam finalizadas.
- Responder dúvidas de processo no grupo de suporte e registrar falhas da ferramenta no mesmo dia.
- Conferir a qualidade dos registros da equipe (módulo 3.4).

3.2 Rotina de acompanhamento

BOA PRÁTICA

- **Todo dia, 15 minutos:** filtros Em atendimento e Janela fechada; cards em Triagem sem contato; cards parados.
- **Toda semana, 30 minutos com a equipe:** funil da semana, três cards conferidos juntos e uma ação com dono.
- **No Histórico em colunas:** conferir Pendente e Janela fechada e garantir que as atendentes finalizem as conversas encerradas.

3.3 Histórico de conversas e limite

O **Histórico** mostra todas as conversas em tabela (contato, atendente, origem, etiquetas, equipe, situação, última interação, entregue ou lida) ou em colunas por situação.

Cada conta tem um limite de conversas abertas. Perto dele, o Atendas mostra o aviso “Encaminhe ou finalize algumas delas para voltar a receber novas”. Em Foz, o limite da conta de vendas é de 5.000.

3.4 Conferência de cards

> **BOA PRÁTICA**
>
> Nas semanas 1 e 3 depois da entrada, confira 10 cards por atendente. Erro recorrente vira conversa individual, não bronca no grupo.

- [ ] O card está na etapa que a definição manda? (Negociação só com lead aceito)
- [ ] Toda perda tem motivo diferente de “Outro” e um detalhe útil?
- [ ] Todo Negócio Fechado tem matrícula, data de filiação e forma de pagamento?
- [ ] O lead parado tem tarefa de retorno com data?
- [ ] O nome está completo?

3.5 Conectar o número da unidade

Feito pela coordenação, com o time de Sales Ops da VMK, na implantação.
Passos demonstrados em 22/10:

1. Abra **Configurações** › **Provedores**.
2. Abra o provedor de WhatsApp não oficial **da sua unidade**.
3. Desconecte a sessão anterior.
4. Escaneie o QR code com o WhatsApp da unidade.
5. Mande uma mensagem de teste.
6. Quem fez o teste sai da equipe de atendimento, para não receber leads.

> **BOA PRÁTICA**
>
> Antes de desconectar, confirme que a sessão não é de outra unidade: desconectar a sessão errada derruba o número de outra equipe. O caminho seguro é um provedor por unidade, preparado pela VMK antes da sessão.

3.6 Distribuição, filas e configurações

- Os leads são distribuídos igualmente entre as atendentes da equipe, sem ordem fixa.
- A boas-vindas automática apresenta o número do Cartão de TODOS e a unidade e transfere para a atendente.
- O fluxo com a pergunta inicial (“já é filiado?”) está construído. Nos primeiros dias, a unidade fica em fila única para testar.

- Etiquetas, mensagens automáticas, modelos e formas de pagamento são configurados pelo Sales Ops a partir do que a coordenação envia.

> **BOA PRÁTICA**
>
> O menu da coordenação tem mais telas, como Dashboard, Regras de distribuição, Campanhas, Funis e Fluxo. Faça mudanças nelas só com o Sales Ops, porque algumas valem para toda a conta da VMK.

3.7 Caminho de um problema

1. Quem encontrou o problema registra no grupo de suporte: o que tentou, o que aconteceu e um print.
2. Dúvida de processo: o coordenador responde no próprio grupo.
3. Falha da ferramenta: o Sales Ops classifica como urgente (impede atender, registrar ou vender) ou melhoria.
4. O Sales Ops encaminha à Atendas (correção) ou à tecnologia da VMK (integrações e painel) e informa o status.

Pelo contrato, o suporte técnico da Atendas é feito por chamados abertos na própria plataforma (Cl. 25ª).

3.8 Indicadores e checklists

INDICADOR	REFERÊNCIA	ORIGEM
Negócios Fechados com forma de pagamento	100%	Campo obrigatório (Regra VMK)
Cards parados há mais de 14 dias	14 dias	Referência da VMK para estagnação
Perdas com motivo diferente de “Outro” e detalhe útil	—	Conferência de cards (proposta do plano)
Vendedores com card movimentado a cada dia útil	Todos os escalados	Proposta do plano
Conversas pendentes e com janela fechada	—	Histórico, rotina diária

Antes da sessão de treino

- [ ] Perfis de vendedor e de coordenação testados, sem “Ação não autorizada” e com a coordenação vendo só a própria equipe
- [ ] Provedor próprio da unidade
- [ ] Etiquetas, mensagens automáticas, modelos e formas de pagamento enviados e configurados
- [ ] Logins recebidos e grupo de suporte criado

Depois da sessão

- [ ] Mensagem de teste recebida e quem testou fora da equipe
- [ ] Um a dois dias em fila única; depois, fluxo com a pergunta inicial
- [ ] Acesso ao painel de resultados liberado
- [ ] Semana 1: conferência de 10 cards por atendente

Erros comuns

Desconectar a sessão de outra unidade ao ligar o número

Confirme o provedor antes de desconectar.

Esquecer na equipe quem fez o teste de conexão

Essa pessoa passa a receber leads. Retire-a depois do teste.

Deixar a equipe chegar ao limite de conversas

Confira Pendente e Janela fechada no Histórico e cobre a finalização das conversas encerradas.

Usar a conferência de cards para expor alguém

Erro recorrente se resolve em conversa individual.

Aderir, acompanhar e decidir

4.1 O papel do gestor

- Decidir a adesão da unidade, com a estimativa de investimento da calculadora.
- Garantir que toda a equipe de vendas faça o treino e atenda pelo Atendas. Venda atendida fora dele não aparece nos números da unidade.
- Acompanhar os números da unidade e combinar com a coordenação uma ação por vez.
- Levar à VMK o que atrapalha a venda, pelo grupo de suporte.

4.2 Adesão e implantação

REGRA DO CONTRATO

A VMK informa à Atendas, por e-mail, os serviços a ativar para a unidade e formaliza um aditivo ao contrato. A Atendas só cobra o que foi formalizado (Cl. 3ª, §3). A estimativa de investimento está na calculadora da página de apresentação.

1. **Pedido de adesão** pelo canal indicado na página de apresentação.
2. **Preparação pela VMK:** perfis testados, provedor próprio, etiquetas, mensagens automáticas, modelos e formas de pagamento, logins e grupo de suporte.
3. **Treino com a equipe**, cada atendente no próprio login.
4. **Conexão do número** pela coordenação, por QR code.
5. **Primeiros dias:** fila única por um a dois dias, depois o fluxo com a pergunta inicial; acesso ao painel; conferência de cards na semana 1.

Tenha em mãos

- [ ] Lista de quem vai acessar: vendedores e coordenação
- [ ] O celular com o WhatsApp da unidade, para o QR code
- [ ] As mensagens automáticas padrão e as etiquetas que a unidade usa
- [ ] As formas de pagamento aceitas na unidade

4.3 Plataforma de resultados

A plataforma de resultados (painel Funil CSC) reúne os dados da Central de Vendas e do tráfego local da praça, com investimento e custo por lead na aba

Marketing, nos escopos CSC ou local. O acesso é liberado pela VMK na implantação.

- O gestor vê só a própria unidade e compara com o próprio histórico.
- A conversão é medida pela data de criação do lead; o mês corrente aparece "em maturação".
- As vendas do vendedor contam pela data de filiação.
- O ritmo da meta considera só dias úteis fechados: verde a partir de 100%, âmbar de 85% a 99% e vermelho abaixo de 85%.
- Um selo "dados até DD/MM" mostra até quando os números estão atualizados.

> **EM DEFINIÇÃO**
>
> Hoje o painel lê o export do Kommo. A fonte de dados a partir da virada para o Atendas está em definição pela VMK.

4.4 Indicadores do gestor

INDICADOR	O QUE MOSTRA	ONDE
MQL → SAL → SQL → venda	Em que etapa a unidade perde mais	Painel, comparando com o histórico
Vendas contra a meta	Ritmo verde, âmbar ou vermelho	Painel
Motivos de perda	Quanto é silêncio, já cliente ou fora da área	Registros do Atendas
Investimento e custo por lead	Quanto custa cada lead da praça	Painel, aba Marketing
Cards parados há mais de 14 dias	Negociações esquecidas	Funil da unidade

> **LEITURA CORRETA DO SAL**
>
> Quando a entrada em Negociação passar a refletir o aceite de verdade, a conversão de MQL para SAL tende a cair. É mudança de régua, não de desempenho. Para comparar com meses anteriores, use SQL e vendas por MQL.

4.5 Checklist e erros comuns

- [ ] Simular o investimento da unidade na calculadora
- [ ] Pedir a adesão pelo canal da VMK
- [ ] Separar a lista de acessos, o celular do número, as mensagens, as etiquetas e as formas de pagamento
- [ ] Garantir a equipe inteira no treino
- [ ] Pedir o acesso ao painel de resultados
- [ ] Acompanhar com a coordenação a conferência de cards da semana 1

Ler a queda de MQL → SAL como piora

Pode ser só a régua ficando correta. Compare SQL e vendas por MQL.

Deixar parte da equipe vendendo fora do Atendas

Os números da unidade ficam incompletos e a comparação perde sentido.

Cobrar só volume

Sem motivo de perda e forma de pagamento, a unidade não descobre por que perde nem como vende.

Fontes: treinamentos Atendas de 14/10 e 22/10/2026 (anotações, transcrição e gravação), plano de lançamento do funil comercial, contrato VMK × Atendas de 24/06/2026 e painel Funil CSC. Atualizado em 25/10/2026.