



FRENTE 1

Comercial e agente de IA

Responsável por Qualificação Comercial e Agente de IA

Sua missão em uma frase

Transformar contatos com permissão em oportunidades compreendidas, priorizadas e entregues ao vendedor certo. Pense no agente como uma recepção inteligente: ele identifica, pergunta, registra e encaminha; não promete, negocia nem fecha sozinho.

O jeito mais simples de entender

Pense no agente de IA como um recepcionista criterioso: ele organiza a fila, faz as primeiras perguntas e chama a pessoa certa, sem fechar negócios sozinho.

Na prática: Exemplo: um lead pede preço pelo WhatsApp. O agente confirma perfil, urgência e objetivo; depois entrega ao SDR um resumo pronto para continuar.

Pilar para estudar: Outbound + Estratégico · Regra de ouro: produza evidências pequenas e frequentes antes de ampliar o trabalho.

FRONTEIRA DO PAPEL

Onde você atua e onde entrega o bastão

Teste de responsabilidade

Se a tarefa muda diretamente o resultado desta frente, ela entra. Se depende de outra especialidade, prepare a entrada e faça o handoff.

É sua responsabilidade	Não é sua responsabilidade
+ Definir o roteiro curto de qualificação para os perfis atendidos pela Leadlovers. + Operar o agente de IA, suas regras de segurança, limites e encaminhamento para humanos. + Priorizar contatos por aderência, intenção e momento, com critérios visíveis no cadastro. + Garantir que contexto, consentimento, respostas e próximo passo fiquem registrados. + Controlar velocidade de atendimento, qualidade da conversa e custo por lead qualificado.	- Não comprar mídia nem decidir orçamento de campanha; isso pertence à Frente 2. - Não alterar a definição oficial das métricas; isso pertence à Frente 3. - Não prometer função, prazo ou condição que Produto e Suporte não tenham validado. - Não substituir o vendedor em negociação, proposta, desconto ou fechamento.

Três perguntas antes de aceitar uma tarefa

☐ Esta tarefa produz um dos entregáveis da minha frente?	☐ Eu tenho dados, acesso e prazo para executá-la com segurança?
☐ A prova final poderá ser conferida por outra pessoa?	

Comece pelo que pode interromper o resultado

Meta do dia

Encerrar o expediente sabendo o que mudou, por que mudou e qual prova ficou registrada.

01 · Esvazie a fila de novos contatos em blocos ao longo do dia e marque cada um como priorizar, nutrir, descartar ou revisar.

Por quê: Lead parado esfria. Faça: trabalhe a fila por idade e intenção. Evite: começar pelos nomes mais fáceis. Prova: nenhum contato válido sem responsável e próximo passo.

Ferramenta: Leadlovers para origem, tags e automação; uma visão de fila no sistema comercial (CRM) ou planilha operacional.

Prova: Captura ou exportação da fila com horário de entrada, classificação, responsável e data do próximo passo.

02 · Ouça ou leia uma amostra das conversas do agente e classifique compreensão, utilidade, segurança e encaminhamento.

Por quê: O agente é como um atendente novo: melhora com supervisão concreta. Faça: revise casos fáceis e difíceis. Evite: avaliar apenas conversas bem-sucedidas. Prova: amostra marcada e correções abertas.

Ferramenta: OpenAI Agents kit de desenvolvimento (SDK) com rastreamento; Twilio Voice Insights quando houver voz; planilha de avaliação.

Prova: Amostra diária com nota, trecho problemático, causa, correção proposta e dono.

03 · Acione rapidamente os contatos de alta prioridade que pediram humano ou ultrapassaram o limite do agente.

Por quê: O agente abre a porta; o vendedor atravessa. Faça: entregue resumo e motivo da prioridade. Evite: repassar apenas nome e telefone. Prova: vendedor aceitou o caso com contexto.

Ferramenta: Leadlovers para alerta e automação; sistema comercial (CRM), Slack ou e-mail para confirmação de aceite.

Prova: Registro com horário do pedido, horário do aceite, resumo da necessidade e ação combinada.

Feche a fila e deixe o amanhã preparado

01 · Corrija cadastros incompletos, duplicados, tags conflitantes e motivos vagos de perda.

Por quê: Dados ruins fazem o agente escolher a fila errada. Faça: preserve origem e histórico. Evite: apagar contato para esconder duplicidade. Prova: erros corrigidos sem perder rastreabilidade.

Ferramenta: Leadlovers, sistema comercial (CRM) e uma rotina de deduplicação em n8n ou ferramenta equivalente.

Prova: Lista de registros corrigidos, regra aplicada e contagem antes/depois.

02 · Confira custo, duração, falhas e respostas desconhecidas do agente antes de encerrar o dia.

Por quê: Cada conversa consome dinheiro e reputação. Faça: investigue picos por causa. Evite: cortar qualidade só para reduzir custo. Prova: custo ligado a resultado, não apenas a volume.

Ferramenta: Painel de uso do provedor de IA, rastreamento do OpenAI Agents kit de desenvolvimento (SDK) e custos de telefonia da Twilio.

Prova: Resumo diário de chamadas, minutos ou tokens, custo, leads qualificados, falhas e ação corretiva.

Modelo de fechamento

Hoje observamos X, fizemos Y, o resultado apareceu em Z e amanhã a próxima decisão é W.

☐ Faça: registre a prova no mesmo dia.

☐ Evite: deixar item sem responsável.

☐ Prova: link, número, captura ou decisão datada.

Leia a semana antes de escolher a próxima aposta

Pergunta da semana

O que aprendemos que muda a próxima prioridade, o orçamento ou a experiência do cliente?

01 · Recalibre as regras de aderência e intenção usando resultados reais de oportunidades aceitas e rejeitadas.

Por quê: Pontuação sem retorno do vendedor vira horóscopo. Faça: compare sinais com avanço real. Evite: adicionar pontos por opinião. Prova: regra ligada a comportamento observado.

Ferramenta: Leadlovers, sistema comercial (CRM) e referência de desenho no lead scoring do HubSpot.

Prova: Versão da pontuação com regra alterada, motivo, amostra testada e efeito esperado.

02 · Faça uma clínica de conversas com Comercial, Produto e Suporte e escolha os três maiores pontos de confusão.

Por quê: Uma frase ambígua repetida pelo agente vira problema em escala. Faça: corrigir instrução e teste. Evite: culpar o modelo sem investigar dados e ferramentas. Prova: caso antes/depois.

Ferramenta: Rastreamento do OpenAI Agents kit de desenvolvimento (SDK), gravações autorizadas e quadro de decisões.

Prova: Três achados priorizados, alteração responsável, cenário de teste e resultado.

03 · Teste uma mudança de roteiro por vez, como pergunta inicial, ordem das perguntas ou frase de encaminhamento.

Por quê: Mudar tudo impede saber o que funcionou. Faça: hipótese e grupo comparável. Evite: escolher vencedor só por taxa de resposta. Prova: impacto também na qualificação.

Ferramenta: Versões de instrução no repositório, Leadlovers para segmentação e painel de resultados.

Prova: Ficha do teste com hipótese, versão A/B, volume, resultado e decisão manter/reverter.

Transforme a leitura em compromisso

01 · Audite repasses humanos: contexto completo, aceite no prazo e devolução do resultado ao funil.

Por quê: O bastão precisa chegar à próxima pessoa sem cair. Faça: cobrar aceite e desfecho. Evite: considerar concluído ao disparar uma notificação. Prova: ciclo fechado.
Ferramenta: sistema comercial (CRM), automações Leadlovers e alertas em Slack ou e-mail.
Prova: Tabela de repasses com aceite, recusado, motivo, tempo e etapa posterior.

02 · Publique um resumo de uma página com volume, qualidade, custo, riscos e três decisões para a semana seguinte.

Por quê: O painel deve virar decisão. Faça: mostrar causa e ação. Evite: despejar métricas sem contexto. Prova: cada alerta tem dono e prazo.
Ferramenta: Looker Studio ou painel do sistema comercial (CRM), com dados de Leadlovers, IA e telefonia.
Prova: Resumo semanal datado, compartilhado e com responsáveis confirmados.

Saída mínima da reunião

Uma decisão, um responsável, uma data e a prova que encerrará a tarefa.

Evite: reunião que apenas lê números. Prefira: comparar o planejado, o realizado, a causa e a próxima decisão.

PAINEL DE CONTROLE · PARTE 1 DE 2

K

KPIs que mostram qualidade e velocidade

Como usar: cada número deve responder se a equipe mantém, corrige ou interrompe uma ação. As faixas são pontos de partida e devem ser calibradas com a linha de base da Leadlovers.

KPI	Como calcular	Quando olhar	Sinal saudável
Taxa de qualificação válida	Leads que cumprem os critérios e têm próximo passo ÷ contatos válidos trabalhados × 100.	Diária, com leitura semanal por origem e perfil.	Comece pela linha de base de quatro semanas; busque faixa estável por segmento antes de elevar o corte.
Tempo mediano até o primeiro atendimento útil	Mediana entre entrada do contato e primeira resposta que confirma necessidade ou próximo passo.	Diária, separando horário comercial e fora dele.	Reduza por faixas sem sacrificar consentimento ou qualidade; trate picos como falha de capacidade.
Taxa de repasse aceito	Repasse aceitos pelo vendedor com contexto suficiente ÷ repasses realizados × 100.	Diária e consolidada semanalmente.	A faixa deve subir até que recusas sejam exceção explicada, não rotina silenciosa.

Leia em conjunto

Um KPI mostra um ângulo. Antes de decidir, compare qualidade, velocidade e consequência para o cliente.

KPIs que mostram custo, confiança e resultado

Como usar: leia a fórmula completa, aplique a cadência indicada e calibre o sinal saudável com a linha de base da própria frente.

KPI	Como calcular	Quando olhar	Sinal saudável
Custo por lead qualificado	Custo de IA, telefonia e automação da frente ÷ leads qualificados aceitos.	Semanal, com tendência mensal.	Compare com o valor econômico do pipeline e com canais equivalentes; não persiga o menor custo isolado.
Resolução segura do agente	Conversas concluídas ou encaminhadas corretamente, sem intervenção corretiva ÷ conversas auditadas × 100.	Amostra diária e fechamento semanal.	Defina faixa por tipo de conversa; casos sensíveis devem privilegiar segurança e repasse humano.
Taxa de resposta desconhecida ou falha	Conversas com erro, silêncio, resposta sem base ou ferramenta indisponível ÷ conversas iniciadas × 100.	Diária, com alerta para variação brusca.	Busque queda contínua por causa identificada; qualquer pico relevante exige inspeção antes de escalar volume.

Decisão registrada

Escreva qual número mudou, qual faixa foi cruzada, o que será feito e quando a equipe voltará a medir.

Prepare, confirme e execute

Metáfora do fluxo

Subir a escada pulando degraus parece rápido até a primeira queda. Cada passo abaixo produz a entrada do próximo.



01

Receber com contexto · Capture origem, campanha, consentimento, horário, página e pedido inicial. Se faltar o mínimo, coloque em revisão.

Use: Formulários e automações Leadlovers; avisos automáticos entre sistemas (webhooks) em n8n para validar campos. · Pronto quando: Cadastro contém origem, permissão, identificador único e motivo do contato.

02

Separar aderência de intenção · Avalie aderência ao perfil e sinais de intenção em campos separados. Exemplo: empresa adequada sem urgência vai para nutrição, não para vendedor.

Use: Campos, tags e regras Leadlovers; referência de modelagem no lead scoring do HubSpot. · Pronto quando: O contato tem duas classificações legíveis e o motivo de cada uma.

03

Escolher a próxima fila · Direcione para agente, vendedor, nutrição ou revisão humana conforme critérios publicados.

Use: Automação Leadlovers e fila do sistema comercial (CRM). · Pronto quando: Toda escolha pode ser explicada por uma regra; não há decisão escondida apenas no modelo.

04

Qualificar com poucas perguntas · Pergunte problema, impacto, prazo, autoridade e próximo passo, adaptando a ordem à conversa. Pare quando já houver informação suficiente.

Use: OpenAI Agents kit de desenvolvimento (SDK) para instruções, ferramentas, memória controlada e regras automáticas de segurança (guardrails). · Pronto quando: Resumo curto responde quem precisa, por quê, quando e o que deve acontecer depois.

Comprove, entregue e aprenda

1

Aplicar limites...

2

Entregar o
bastão

3

Fechar o...

05

Aplicar limites e saída humana · Bloqueie promessa comercial, dado sensível desnecessário e ação sem autorização. Encaminhe dúvida de preço, contrato ou produto.

Use: regras automáticas de segurança (guardrails) do OpenAI Agents kit de desenvolvimento (SDK) e regras de transferência. · Pronto quando: Cenários proibidos foram testados e geram recusa clara ou repasse correto.

06

Entregar o bastão · Envie ao vendedor um resumo, evidências, objeções e ação esperada; peça aceite explícito.

Use: sistema comercial (CRM), Leadlovers e notificação operacional. · Pronto quando: Repassado, aceite e agendado aparecem com data, hora e responsável.

07

Fechar o aprendizado · Traga de volta o resultado do vendedor, compare com a decisão do agente e ajuste uma regra por vez.

Use: Rastreamento do OpenAI Agents kit de desenvolvimento (SDK), sistema comercial (CRM) e painel semanal. · Pronto quando: Cada ajuste cita casos reais, versão aplicada, teste e resultado posterior.

Porta de saída

O fluxo termina quando a evidência foi conferida e a próxima pessoa recebeu contexto suficiente para agir.

EXEMPLO RESOLVIDO

E

Qualificar sem transformar o agente em vendedor

Pergunta que chegou
Um contato pediu preço. O agente deve tentar fechar a venda?

Campo	Antes	Depois	Por quê
Objetivo	Responder tudo	Confirmar perfil, objetivo e urgência	Evita prometer o que o humano precisa negociar
Entrada	Mensagem solta	Dados mínimos + consentimento	Dá contexto verificável ao atendimento
Saída	Conversa longa	Resumo + nota + motivo do repasse	O SDR continua sem refazer perguntas



Decisão
Repasse ao SDR com três respostas, nota de qualificação e o trecho que justifica a nota.

IMPACTO

AGIR AGORA Padronizar o resumo	PLANEJAR Maior esforço
AJUSTAR Baixo impacto	EVITAR Muito esforço

MENOR ESFORÇO

MAIOR ESFORÇO

Prova de conclusão: Registro do lead mostra origem, respostas, pontuação, horário e responsável pelo próximo contato.



CONTROLE DE QUALIDADE

Checklist antes de marcar como concluído

Regra do checklist

Marque somente o que outra pessoa consegue conferir por uma evidência, um link, um número ou uma decisão registrada.

☐ Confirmei origem, permissão e motivo de contato antes de acionar o lead.	☐ Separei aderência ao perfil de intenção de compra.
☐ Registrei responsável, próximo passo e prazo em todo contato válido.	☐ Dei ao agente somente os dados e as ferramentas necessários.
☐ Testei perguntas fáceis, ambíguas, adversariais e fora do escopo.	☐ Configurei saída para humano em preço, contrato, risco e promessa de produto.
☐ Revisei conversas malsucedidas, não apenas as melhores.	☐ Entreguei ao vendedor um resumo que dispensa reler toda a conversa.
☐ Confirmei que o vendedor aceitou ou justificou a recusa do repasse.	☐ Relacionei custo de IA e telefonia a leads qualificados aceitos.
☐ Preservei o histórico das regras, instruções e testes.	☐ Transformei cada desvio importante em ação com dono e prazo.

Leitura rápida: 10 a 12 itens marcados indicam prontidão. De 7 a 9, corrija antes de ampliar. Abaixo de 7, volte ao diagnóstico.

O que receber e o que entregar

Metáfora do revezamento

A passagem só funciona quando quem recebe sabe o ponto de encontro, o ritmo e o que vem dentro do bastão.

1

Frente 2 — Mídia paga e aquisição **PARA** Frente 1 — Comercial e agente de IA

Receba: Contato com origem, campanha, anúncio, página, consentimento e identificadores de atribuição.

Entregue: Classificação de aderência e intenção, motivo, responsável e próximo passo.

Prazo combinado: Entrada imediata na fila; prioridade definida no mesmo turno operacional.

2

Frente 1 — Comercial e agente de IA **PARA** Vendas humanas

Receba: Resumo do problema, impacto, prazo, papel do contato, objeções, evidências e ação sugerida.

Entregue: Aceite, agendamento, recusa justificada ou devolução para nutrição.

Prazo combinado: Aceite dentro da faixa combinada para cada prioridade; atraso gera alerta.

3

Frente 1 — Comercial e agente de IA **PARA** Frentes 3 e 5 — Dados; Produto e suporte

Receba: Falhas repetidas, dúvidas sem resposta, motivo de perda e resultado do repasse.

Entregue: Correção de dado, conteúdo, produto ou regra, com retorno ao roteiro.

Prazo combinado: Risco crítico no mesmo dia; melhorias agrupadas na revisão semanal.

ANTIERROS

!

Cinco atitudes que confundem o papel

Use esta página quando surgir dúvida

Se uma ação não cabe no seu escopo, não a abandone: transforme-a em handoff com entrada, saída e prazo.

Cinco erros que confundem o papel

❑ Evitar: Confundir resposta rápida com atendimento útil e premiar mensagens que não resolvem nada.	❑ Evitar: Usar uma única pontuação para todos os segmentos, origens e estágios.
❑ Evitar: Permitir que o agente negocie ou prometa o que um humano precisa validar.	❑ Evitar: Repassar contato sem resumo, evidência, responsável e próximo passo.
❑ Evitar: Medir custo por chamada sem relacioná-lo a qualificação aceita e avanço no funil.	
❑ Faça: descreva a decisão em linguagem comum.	❑ Evite: usar volume como sinônimo de qualidade.
❑ Prova: outra pessoa consegue repetir a conclusão.	

Auditar uma conversa do agente

Antes de copiar

Preencha contexto, período e dados disponíveis. Peça ao assistente para apontar lacunas, sem inventar números.

Auditar uma conversa do agente

Quando usar: Use após remover dados pessoais desnecessários. Cole a instrução vigente, a conversa e o resultado comercial conhecido.

Copie e adapte:

Você é supervisor de qualificação comercial da Leadlovers. Avalie esta conversa sem inventar fatos. Entregue uma tabela com: etapa, o que o agente fez, efeito no contato, classificação faça/evite e prova encontrada. Depois dê notas de 1 a 5 para compreensão, concisão, aderência ao escopo, segurança e qualidade do repasse. Identifique a causa principal entre instrução, dado, ferramenta, modelo ou processo. Proponha somente uma alteração testável, escreva o cenário de teste e o critério para aprovar ou reverter. Se faltar informação, marque como não verificável.

Saída esperada: Tabela de auditoria, causa provável, uma correção testável, cenário de teste e critério de decisão.

Revisão humana: confira fatos, dados pessoais, promessas e decisões antes de enviar ou publicar qualquer saída.

Converter critérios comerciais em roteiro

Boa instrução, boa saída

Diga o objetivo, os limites, os dados disponíveis e o formato final. Uma instrução vaga produz trabalho de revisão.

Converter critérios comerciais em roteiro

Quando usar: Use quando houver definição aprovada de perfil, sinais de intenção, limites e destinos possíveis.

Copie e adapte:

Transforme os critérios abaixo em um roteiro curto para o agente de qualificação da Leadlovers.

Estruture: objetivo em uma frase; dados mínimos; até cinco perguntas em linguagem comum; sinais de aderência; sinais de intenção; condições para nutrir, priorizar, descartar ou pedir revisão; frases de transição; situações que exigem humano; resumo obrigatório para o vendedor. Para cada regra, acrescente um exemplo faça, um evite e a prova que deve ficar registrada. Não permita negociação, promessa de produto, aconselhamento jurídico nem coleta de dado sem necessidade. Termine com oito casos de teste, incluindo ambiguidade e tentativa de desvio.

Saída esperada: Roteiro operacional versionável, matriz de decisão e oito casos de teste.

Revisão humana obrigatória: confira fatos, dados pessoais, promessas e decisões antes de enviar ou publicar qualquer saída.

Comece pela prova que precisa produzir

Estado da arte sem modismo

A melhor ferramenta é a que cabe no fluxo, protege os dados e deixa uma saída verificável. Troque de ferramenta sem trocar o método.

Ferramenta no fluxo	Use para produzir esta prova
Leadlovers para origem, tags e automação; uma visão de fila no sistema comercial (CRM) ou planilha operacional.	Esvazie a fila de novos contatos em blocos ao longo do dia e marque cada um como priorizar, nutrir, descartar ou revisar.
OpenAI Agents kit de desenvolvimento (SDK) com rastreamento; Twilio Voice Insights quando houver voz; planilha de avaliação.	Ouçá ou leia uma amostra das conversas do agente e classifique compreensão, utilidade, segurança e encaminhamento.
Leadlovers para alerta e automação; sistema comercial (CRM), Slack ou e-mail para confirmação de aceite.	Acione rapidamente os contatos de alta prioridade que pediram humano ou ultrapassaram o limite do agente.

☐ Defina a prova antes de abrir a ferramenta.

☐ Use apenas os dados necessários para a tarefa.

☐ Registre fonte, responsável e data da saída.

☐ Revise o resultado antes de compartilhar.

Conecte a ferramenta à rotina da frente

Pergunta de escolha

Esta ferramenta reduz um risco ou apenas adiciona uma tela? Mantenha o método simples e a prova conferível.

Ferramenta no fluxo	Use para produzir esta prova
Leadlovers, sistema comercial (CRM) e uma rotina de deduplicação em n8n ou ferramenta equivalente.	Corrija cadastros incompletos, duplicados, tags conflitantes e motivos vagos de perda.
Painel de uso do provedor de IA, rastreamento do OpenAI Agents kit de desenvolvimento (SDK) e custos de telefonia da Twilio.	Confira custo, duração, falhas e respostas desconhecidas do agente antes de encerrar o dia.
Leadlovers, sistema comercial (CRM) e referência de desenho no lead scoring do HubSpot.	Recalibre as regras de aderência e intenção usando resultados reais de oportunidades aceitas e rejeitadas.

Critério de pronto

A ferramenta cumpriu o papel quando a evidência foi produzida e outra pessoa consegue repetir a conclusão.

F

APROFUNDAMENTO

Documentação oficial e próximo passo

Como ler as fontes

Abra somente a documentação da ferramenta que você usará agora. O método do guia continua válido quando a interface mudar.

Documentação oficial para aprofundar

[OpenAI Agents kit de desenvolvimento \(SDK\) — Voice Agents](#) · Base oficial para agentes de voz com ferramentas, limites, transferências e histórico de sessão.

[OpenAI Agents kit de desenvolvimento \(SDK\) — regras automáticas de segurança \(guardrails\)](#) · Explica como validar ou bloquear entradas, saídas e chamadas de ferramentas antes de executar ações.

[OpenAI Agents kit de desenvolvimento \(SDK\) — rastreamento técnico \(tracing\)](#) · Mostra o registro oficial de gerações, ferramentas, transferências e controles usado na auditoria.

[HubSpot — Build lead scores](#) · Referência oficial atual para separar aderência, engajamento, critérios, limites e testes de pontuação.

[Twilio — Answering Machine Detection](#) · Documenta detecção de pessoa ou caixa postal, avisos automáticos entre sistemas (webhooks), custo operacional e ajustes do fluxo de voz.

[IBM — AI Agents in Sales](#) · Delimita aplicações de agentes em prospecção e qualificação, mantendo o trabalho humano nas etapas decisivas.

Próximo passo

Escolha uma tarefa diária, execute hoje, registre a prova e use o checklist antes de ampliar. O guia completo continua no Portal Educacional Leadlovers 2026.

[Abrir a aula relacionada no portal](#)