

DOPTEX

SCRIPT SDR - CONFECCIONISTAS E ATACADO

Prospecção e qualificação comercial

Perfis prioritários: Confeccionistas em geral e Atacadistas/Distribuidores

Foco: identificar o modelo de atuação, entender compra, recorrência, necessidade e gerar abertura para o representante Doptex

Versão unificada para prospecção, diagnóstico e desenvolvimento comercial

1. Objetivo do SDR

O SDR atua no início do processo comercial. Seu papel é identificar rapidamente se a conta é uma confecção ou um atacadista/distribuidor, entender o contexto de compra, reconhecer uma necessidade ou oportunidade e gerar interesse para um próximo contato do vendedor ou representante. O SDR não deve negociar, fechar venda nem definir tecnicamente o produto ideal.

- Identificar se a empresa atua como confeccionista ou atacadista/distribuidor de tecidos e malhas.
- Entender aplicação ou carteira atendida, forma de compra, recorrência e volume aproximado.
- Verificar se a empresa compra diretamente da indústria ou participa da decisão da matéria-prima.
- Identificar problemas ligados a disponibilidade, reposição, cores, desempenho, mix ou segurança de abastecimento.
- Medir abertura para conhecer a Doptex como fornecedor, segunda alternativa ou complemento de mix.
- Registrar as informações essenciais e definir sempre um próximo passo com o representante.

2. Identificação do perfil da conta

O primeiro diagnóstico deve classificar a empresa em um dos dois perfis abaixo. A partir dessa identificação, o SDR utiliza as perguntas mais adequadas sem precisar trocar de roteiro.

Perfil	Confeccionista	Atacado / Distribuidor
Atuação	Produz peças de forma recorrente e compra ou influencia a escolha de tecidos e malhas.	Compra da indústria, mantém estoque e revende tecidos/malhas para clientes B2B, especialmente confeccionistas.
Aplicações / carteira	Uniformes, escolar, esportivo, promocional, institucional, peças básicas e outras linhas padronizadas.	Confeccionistas de uniformes, escolar, esportivo, promocional, vestuário básico e outros clientes B2B.
Compra	Recorrente, programada, por contrato ou conforme pedidos.	Em volume, com reposições frequentes e formação de estoque de artigos e cores.
Pontos de atenção	Rendimento, pilling, encolhimento, padronização, cor, prazo, homologação e disponibilidade.	Giro, rupturas, margem, mix, regularidade de fornecimento e disponibilidade.
Baixa aderência	Moda/coleções sazonais, produção artesanal/sob medida, facção sem decisão de compra ou compras muito ocasionais.	Varejo ao consumidor final, pequenas metragens, saldos/retalhos ou foco predominante em moda e tendências.

3. Estrutura da conversa

1. Abertura e identificação do interlocutor.

2. Identificação rápida do perfil: confeccionista ou atacado/distribuidor.
3. Contextualização e pedido de permissão.
4. Perguntas de Situação.
5. Perguntas de Problema.
6. Pergunta de Implicação quando houver uma dor real.
7. Pergunta de Necessidade para testar abertura.
8. Aprofundamento complementar somente se houver aderência.
9. Resumo do diagnóstico e convite para o representante.
10. Registro do histórico e próximo passo.

4. Abertura

Primeira fala

Olá, tudo bem? Aqui é a Aline, da Doptex Tecidos e Malhas. Com quem eu falo, por favor?

Após identificar o contato

Prazer, [nome]. Você é quem cuida das compras de tecidos e malhas ou participa da definição dos materiais / mix aí na empresa?

Se não for o responsável:

Encaminhamento

Sem problema. Quem normalmente cuida das compras ou da definição dos tecidos e malhas aí na empresa?

5. Contextualização e permissão

Modelo recomendado

[Nome], sei que é um contato inesperado, então vou ser breve. A Doptex é uma indústria de tecidos e malhas e estamos ampliando nosso relacionamento com empresas que confeccionam ou distribuem esses produtos. Queria entender rapidamente como vocês trabalham hoje e verificar se existe alguma oportunidade de atendimento. Posso te fazer algumas perguntas rápidas?

Se estiver sem tempo:

Retorno

Sem problema. Qual seria um dia ou horário melhor para eu retornar?

6. Diagnóstico SPIN - SDR

S - Situação

Comece identificando o modelo da empresa e faça apenas as perguntas necessárias.

- A empresa trabalha principalmente com confecção de peças ou com revenda/distribuição de tecidos e malhas?
- Hoje vocês trabalham mais com tecidos planos, malhas ou os dois?
- Quais linhas, peças ou categorias representam maior volume hoje?
- Quais tipos de clientes vocês atendem com maior frequência?
- Vocês compram os materiais diretamente das indústrias?

- As compras são recorrentes/programadas ou variam conforme pedidos, contratos e reposições?

Se for CONFECCIONISTA, aprofundar quando necessário:

- A produção é própria, terceirizada ou mista?
- Vocês compram os tecidos e malhas ou recebem o material já especificado pelo cliente?
- Trabalham com linhas recorrentes, contratos/licitações ou projetos mais pontuais?

Se for ATACADO/DISTRIBUIDOR, aprofundar quando necessário:

- Vocês mantêm estoque próprio?
- Atendem principalmente confeccionistas? De quais segmentos?
- A atuação é mais regional ou atende uma área maior?

P - Problema

- Olhando para os materiais e fornecedores atuais, existe algum ponto que costuma gerar mais dificuldade?
- Vocês enfrentam dificuldade para repor algumas cores, artigos ou categorias de maior giro?
- Acontece de algum fornecedor não conseguir manter determinado artigo com regularidade?
- Existe alguma linha em que vocês gostariam de encontrar uma alternativa melhor?
- Já tiveram problema de qualidade ou desempenho depois que o material entrou em uso?
- Existe algum tecido ou malha que os clientes procuram e vocês poderiam atender melhor?

I - Implicação

Utilizar somente quando houver uma dificuldade real. Escolher uma pergunta e não dramatizar.

- Quando falta um artigo ou uma cor, isso atrasa a produção ou faz o cliente comprar em outro fornecedor?
- Quando é necessário substituir o material, isso exige nova aprovação, ajuste de ficha/modelagem ou retrabalho?
- Quando há problema de desempenho, isso gera reclamação, reposição ou perda de margem?
- Quando ocorre ruptura de estoque, vocês acabam perdendo vendas ou recorrência do cliente?

N - Necessidade

- Nesse cenário, faria sentido conhecer uma segunda alternativa de fornecimento?
- Se existisse uma linha com boa aderência às aplicações ou à carteira de vocês, faria sentido avaliar?
- Ter mais segurança de reposição de artigos e cores ajudaria a operação?
- Faria sentido conhecer melhor algumas opções da Doptex para esse ponto que você comentou?

7. Aprofundamento complementar

Aprofundar apenas se houver aderência e abertura. Aceitar respostas aproximadas.

- Sem precisar de um número exato, qual é aproximadamente o volume mensal movimentado em tecidos e/ou malhas?
- Quais artigos, peças ou categorias têm maior giro/consumo hoje?
- As compras são feitas por metro, rolo, quilo, lote ou programação?
- Vocês mantêm artigos e cores padrão durante bastante tempo?
- Costumam avaliar novas indústrias ou trabalham praticamente sempre com os mesmos parceiros?
- Além de você, mais alguém participa da aprovação de novos fornecedores ou novos tecidos?

8. Resumo e convite ao próximo passo

Resumo

Então, pelo que entendi, vocês atuam como [confeccionista/atacado], trabalham principalmente com [linhas/categorias], compram de forma [modelo/frequência] e hoje existe uma oportunidade relacionada a [necessidade/problema]. Está correto?

Convite

Pelo perfil que você me passou, acredito que vale uma conversa mais direcionada com o representante da Doptex responsável pela região. Faria sentido ele entrar em contato para conhecer melhor a operação de vocês e avaliar quais linhas podem ter maior aderência?

9. Tratamento de objeções

Objeção	Resposta recomendada
Já temos fornecedores	Perfeito. A proposta não precisa ser substituir os parceiros atuais. Podemos avaliar a Doptex como segunda alternativa, para uma linha específica ou para complementar o mix.
Estamos satisfeitos / não queremos mudar	Ótimo. O primeiro passo pode ser apenas conhecer e comparar alternativas, sem qualquer mudança imediata.
Só compramos de distribuidor	Entendi. Isso acontece mais por volume, facilidade logística ou condição comercial?
Já temos tecidos homologados	Perfeito. A Doptex pode ser avaliada para novos projetos/contratos ou como segunda opção previamente conhecida.
Não queremos aumentar estoque	Faz sentido. A avaliação deve considerar giro e demanda real, e não simplesmente ampliar variedade.
Mande catálogo	Claro. Para não enviar material genérico, qual linha, aplicação ou categoria tem maior interesse para vocês?
Agora não posso falar	Sem problema. Qual seria um dia ou horário melhor para eu retornar?
Não tenho interesse	Entendo. Posso apenas confirmar se é porque vocês não avaliam novos fornecedores ou porque este não é o momento? Se a recusa continuar, agradecer e encerrar.

10. Handoff obrigatório para o representante

O SDR deve registrar um resumo objetivo que permita ao representante continuar a conversa sem reiniciar o diagnóstico.

Campo	Orientação
Empresa	Nome, cidade/UF e CNPJ quando disponível.
Contato	Nome, cargo, telefone/WhatsApp e e-mail.
Perfil	Confeccionista ou atacado/distribuidor.
Operação	Produção/estoque, principais linhas, peças ou categorias e perfil de clientes atendidos.
Materiais / Mix	Tecidos e malhas utilizados/comercializados e artigos citados.
Compra	Compra direta/indireta, frequência, formato e volume aproximado.
Necessidade	Problema, oportunidade, projeto, categoria ou razão do interesse.
Informação específica	Confeccionista: contratos/homologação quando aplicável. Atacado: estoque, giro e região de atuação quando relevante.
Próximo passo	Contato autorizado, melhor canal e melhor período.

11. Regras de condução

- O script é guia de conversa, não texto para leitura mecânica.

- Fazer uma pergunta por vez e não repetir informações já obtidas.
- No primeiro contato, priorizar no máximo seis perguntas de diagnóstico, salvo se o cliente estiver receptivo.
- Não aprofundar tecnicamente além do necessário para gerar contexto e interesse.
- Não prometer preço, margem, estoque, prazo, desempenho, laudo, exclusividade ou condição comercial sem confirmação.
- Não criticar fornecedores atuais.
- Não insistir mais de uma vez diante de recusa clara.
- O objetivo do SDR é gerar uma boa próxima conversa com o representante, não fechar a venda.
- Nenhum lead deve ficar sem histórico e próximo passo registrado.