

eBook

Passo a passo como fazer **Prospecção no LinkedIn**

Vendas
B2B
Digital

Como Fazer Prospecção no LinkedIn

Copyright @ 2025 Maxuel Sousa

Edição

Maxuel Sousa

Capa e diagramação

Maxuel Sousa

Produção editorial

Maxuel Sousa

Vendas B2B Digital

Sumário

Introdução	04
-------------------	-----------

1	<u>Por que fazer a prospecção por LinkedIn?</u>	06
----------	--	-----------

2	<u>[7 dicas] Como prospectar pelo LinkedIn?</u>	10
----------	--	-----------

3	<u>Exemplos de mensagens de prospecção por LinkedIn</u>	15
----------	--	-----------

Aprendizados	22
---------------------	-----------

Introdução

Você sabia que o LinkedIn **tem 71 milhões de usuários apenas no Brasil?** Estamos atrás apenas dos Estados Unidos e da Índia (214 e 120 milhões, respectivamente).

São números astronômicos para uma rede social essencialmente profissional. E eles demonstram que, se bem explorada, essa plataforma é um excelente canal de prospecção B2B.

Agora, **como explorar o LinkedIn para localizar e se relacionar com potenciais clientes?** É o que vamos te mostrar ao longo deste guia.

Nos capítulos que seguem, você vai ver:

- por que o LinkedIn é um canal importante na sua estratégia de prospecção;
- como aproveitá-lo para essa finalidade;
- quais táticas potencializam resultados;
- e muito mais.

Boa leitura!

1

Por que fazer a prospecção por LinkedIn?

O LinkedIn é a rede social que revolucionou a maneira como profissionais de mais de 200 países se conectam. Ele reúne desde pessoas em início de carreira a executivos que decidem os rumos dos negócios, sendo extremamente importante no ecossistema B2B.

Lançada em 2002, rapidamente essa plataforma se estabeleceu como um ambiente exclusivamente voltado para negócios, conexões profissionais e networking. Ela reúne perfis ricos em informações relevantes sobre formação, experiência laboral e habilidades o que fornece um contexto valioso para a **prospecção de leads B2B**.

Neste sentido, seu alcance global e sua capacidade de conectar pessoas de diferentes setores e indústrias tornam-no um terreno fértil para encontrar **leads qualificados**.

Vantagens de gerar leads B2B pelo LinkedIn

Segmentação precisa

Uma das principais vantagens do LinkedIn é a capacidade de **segmentar seu público-alvo com extrema precisão**.

Ao criar campanhas de prospecção de leads, você pode filtrar as características dos profissionais que deseja alcançar. Isso inclui parâmetros como setor, cargo, localização geográfica, tamanho da empresa e muito mais.

Na prática, a segmentação precisa garante que seus esforços estejam direcionados para as pessoas certas, aumentando a eficácia da **geração de leads**.

Conteúdo relevante e profissional

O LinkedIn é um ambiente onde os profissionais compartilham conteúdo relevante e informações de qualidade. Ele torna mais fácil para as empresas envolverem leads potenciais com conteúdo educativo, artigos informativos e atualizações sobre seus produtos e serviços.

Logo, você pode construir relacionamentos sólidos com seus leads e estabelecer sua companhia como uma autoridade em seu setor de mercado.

Mensagens diretas e personalizadas

Uma das funcionalidades mais poderosas do LinkedIn é a capacidade de enviar mensagens diretas para outros usuários. Ela possibilita iniciar conversas personalizadas com leads em potencial e construir relacionamentos de forma mais direta do que em outras plataformas.

No entanto, é fundamental abordar leads de forma adequada, evitando práticas invasivas ou genéricas como veremos mais adiante.

Networking e parcerias

Além de prospectar leads, o LinkedIn é uma plataforma valiosa para estabelecer parcerias de negócios e expandir sua rede de contatos.

Através da construção de conexões com outros profissionais e empresas, você pode descobrir oportunidades de colaboração e crescimento que podem beneficiar sua empresa a longo prazo.



O curso aprofunda os conceitos, mostra erros comuns e ensina o “como fazer” de forma prática.

Ver como funciona o curso



Tenha em mente

- **75% dos compradores e 84% dos executivos** de negócios B2B usam as mídias sociais para tomar decisões de aquisição de produtos e serviços ([IDC](#)).
- **89% dos vendedores** de melhor desempenho creditam seu sucesso à presença nas redes sociais ([LinkedIn Business](#)).
- O LinkedIn é **277% mais eficaz** na geração de leads do que o Twitter ou o Facebook ([Hubspot](#))
- Os profissionais de marketing digital B2B descobriram que **80% de seus leads** nas redes sociais vêm do LinkedIn ([LinkedIn Business](#))

2

7 dicas

Como prospectar pelo LinkedIn?

Confira, a seguir, um passo a passo de como gerar leads B2B pelo LinkedIn.

1 Desenhe uma estratégia de prospecção via LinkedIn

Tudo começa por estruturar uma estratégia de prospecção exclusiva para o LinkedIn. Isso pode ser feito dentro dos preceitos do **Social Selling**, ou Venda Social — abordagem na qual as **redes sociais são usadas para captar leads, nutri-los, negociar com eles e fechar negócios**.

Na prática, você precisa compreender profundamente o perfil ideal de cliente (ICP), incluindo **setor, tamanho da empresa, cargo dos tomadores de decisão, e desafios enfrentados**.

Além disso, estudar bem o LinkedIn, suas ferramentas e funcionalidades. E estipular objetivos e metas de prospecção a serem alcançadas. Uma boa dica é fazer isso em colaboração com áreas como Marketing e Comunicação, que dominam bem o uso de mídias sociais.

CONTEÚDO QUE NÃO CABE SÓ EM UM

E-BOOK

Vendas B2B Digital

ESTUDE CONOSCO! (62) 99334 - 9317 VENDASB2B.DIGITAL

2 Estabeleça objetivos para o programa de parceiros

Também é preciso garantir que seu perfil no LinkedIn esteja impecável.

Um perfil otimizado não só atrai visitantes, mas também estabelece uma primeira impressão positiva, essencial para converter visitantes em leads.

Isso envolve uma foto de perfil profissional, um banner que reflita sua área de atuação, um resumo envolvente e uma experiência detalhada.

Basicamente, seu perfil deve comunicar claramente **quem você é, o que faz e o valor que você traz para a mesa**. Além disso, inclua palavras-chave relevantes para sua indústria para melhorar a visibilidade nas buscas.

3 Crie conteúdo de valor

O conteúdo é uma ferramenta poderosa para **atrair e engajar leads potenciais**. Por isso, compartilhe insights da indústria, artigos de opinião, análises de tendências e estudos de caso que mostrem sua expertise.

Fazer isso não só estabelece sua autoridade no setor, mas também serve como um ponto de partida para conversas e relacionamentos. Além disso, o conteúdo de qualidade incentiva o compartilhamento, ampliando seu alcance e potencializando a geração de leads.

4 Participe de grupos relevantes

Os grupos do LinkedIn são espaços onde profissionais discutem temas específicos e compartilham conhecimento. Ao se envolver ativamente nesses grupos, você e seu time podem **demonstrar expertise e se posicionar como um líderes de pensamento**.

Isso não só aumenta sua visibilidade, mas também abre portas para novas conexões e oportunidades de negócios. Lembre-se: a participação em grupos deve ser voltada para contribuir de forma significativa, em vez de apenas promover produtos ou serviços.



5 Faça networking estratégico

O networking no LinkedIn deve ser intencional e focado em construir relacionamentos duradouros. Ao se conectar com outros profissionais, **personalize suas mensagens e mostre genuíno interesse em suas atividades.**

Dessa forma, você vai aumentar as chances de estabelecer conversas mais profundas e também encontrar oportunidades de colaboração. Além disso, mantenha-se em contato com sua rede existente, pois esses relacionamentos podem ser uma fonte valiosa de referências e leads.

6 Use o LinkedIn Sales Navigator

O **LinkedIn Sales Navigator** é uma ferramenta avançada que oferece recursos de pesquisa e insights para ajudá-lo a encontrar e se conectar com leads potenciais.

Com ele, você pode **criar listas personalizadas de prospects, receber recomendações de leads e acompanhar as atualizações de empresas e indivíduos.** Isso permite uma abordagem mais direcionada e personalizada na prospecção, aumentando suas chances de sucesso.

Use a pesquisa booleana e IAs para captar contatos decisores do LinkedIn

A pesquisa booleana baseada no Google pode revolucionar sua captação de leads B2B pelo LinkedIn.

Vendas B2B Digital	Curso Prospecção clientes B2B
Gravado ou ao vivo você escolhe	Vá além do e-Book

Quero ir para
o próximo
Nível 🔍

Vendas B2B Digital

3

Exemplos de mensagens de prospecção por LinkedIn

Veja agora algumas dicas de approach para enviar mensagens que abram caminho para uma conversa promissora.

Mensagem de conexão personalizada

Ao enviar um convite de conexão, inclua uma mensagem personalizada explicando por que você deseja se conectar. Mencione interesses ou experiências compartilhadas para criar uma conexão inicial mais forte.

Exemplo:

Olá, [Nome],

Encontrei seu perfil enquanto pesquisava profissionais destacados no setor de [setor do prospect], e fiquei impressionado com sua experiência em [mencionar algo específico do perfil, como um projeto ou posição].

Acredito que poderíamos compartilhar insights valiosos, especialmente em [um tópico de interesse comum]. Gostaria de me conectar com você para acompanhar sua jornada e trocar ideias.

Atenciosamente,

[Seu Nome]





Mensagem de agradecimento após aceitação

Uma vez que a pessoa aceite seu convite, envie uma mensagem de agradecimento. Isso pode incluir uma breve introdução sobre você e um interesse genuíno em saber mais sobre ela.

Exemplo:

Olá, [Nome],

Muito obrigado por aceitar meu convite de conexão. Estou ansioso para aprender mais sobre seu trabalho em [especificar área ou projeto] e também compartilhar algumas das minhas experiências que podem ser de interesse.

Se houver algo específico sobre o qual você gostaria de conversar ou se eu puder ajudar de alguma forma, por favor, não hesite em me avisar.

Atenciosamente,

[Seu Nome]



Mensagem de oferta de valor

Compartilhe conteúdo ou informações que possam ser de valor para o prospect, como um artigo relevante, um estudo de caso ou uma ferramenta útil. Isso demonstra que você tem interesse em agregar valor, não apenas em vender.

Exemplo:

Olá, [Nome],

Espero que esteja bem. Recentemente, me deparei com um artigo sobre [tópico relevante] que pensei ser particularmente relevante para os desafios atuais em [setor do prospect].

Achei que poderia ser uma leitura interessante para você, dada a sua experiência em [área específica].

Aqui está o link: [URL do artigo].

Gostaria de saber sua opinião sobre isso!

Atenciosamente,

[Seu Nome]



Mensagem de consulta ou pergunta

Faça perguntas específicas relacionadas à indústria ou aos desafios do prospect. Isso pode ajudar a iniciar uma conversa significativa e mostrar que você está interessado em suas necessidades.



Exemplo:



Olá, [Nome],

Tenho acompanhado seu trabalho em [área ou projeto], e estou realmente impressionado com o que você conseguiu.

Estou curioso para saber mais sobre como você abordou [um desafio específico mencionado em seu perfil ou em publicações recentes].

Você teria alguns minutos para compartilhar sua experiência sobre isso?

Agradeço antecipadamente.

Atenciosamente,

[Seu Nome]

Mensagem de convite para evento

Se você estiver organizando ou participando de um evento relevante, convide seus prospects. Isso pode ser uma ótima maneira de se conectar pessoalmente e fortalecer o relacionamento.

Vendas B2B Digital



Exemplo:

Olá, [Nome],

Estou entrando em contato para convidá-lo para [nome do evento], um evento que estamos organizando sobre [tema do evento].

Será em [data] e abordará tópicos como [mencionar tópicos relevantes], que acredito serem de seu interesse.

Acredito que é uma ótima oportunidade para nos conhecermos pessoalmente e também para você se conectar com outros profissionais do setor.

Você pode encontrar mais informações e se inscrever aqui: [URL do evento]. Espero vê-lo lá!

Atenciosamente,

[Seu Nome]



Mensagem de apresentação de solução

Após estabelecer uma conexão e entender as necessidades do prospect, você pode enviar uma mensagem apresentando sua solução. Certifique-se de personalizar a mensagem para mostrar como sua oferta pode resolver os problemas específicos deles.



Exemplo:

Olá, [Nome],

Após nossa recente conversa sobre os desafios que você enfrenta em [mencionar o desafio específico], gostaria de apresentar uma solução que acredito que possa ajudar.

Aqui na [sua empresa], desenvolvemos [descrever brevemente a solução], projetada especificamente para lidar com questões como as que você mencionou.

Se tiver interesse, ficaria feliz em organizar uma breve demonstração para você ver como funciona e discutir como podemos adaptá-la às suas necessidades específicas.

Por favor, me avise se isso pode ser útil para você.

Atenciosamente,

[Seu Nome]



Mensagem de follow-up

Se você não receber resposta inicialmente, é importante fazer um **follow-up**. Envie uma mensagem gentil lembrando sua oferta anterior e expressando seu interesse em ajudar. Evite ser insistente e dê espaço para o prospect responder no tempo dele.

Exemplo:



Olá, [Nome],

Espero que esteja bem. Só queria fazer um breve follow-up sobre minha última mensagem, referente a [mencionar o tópico da mensagem anterior].

Entendo que você tem uma agenda cheia, mas gostaria de saber se teve a chance de considerar minha proposta ou se há alguma dúvida ou informação adicional que eu possa fornecer.

Estou à disposição para discutir isso mais a fundo no seu melhor tempo.

Atenciosamente,

[Seu Nome]

Tenha em mente

Cada publicação permite que você alcance uma pequena parcela dos usuários do LinkedIn.

Ao postar regularmente conteúdo de alto valor agregado misturado com postagens mais gerais, você gradualmente conseguirá captar a atenção do seu público-alvo (e melhorar seu alcance!).

Busque variar os formatos entre publicações escritas, fotos, vídeos, enquetes, newsletters internas, lives ou até mesmo criando eventos dedicados (como webinars online).

Aprendizados

- Prospectar no LinkedIn significa utilizar todos os recursos disponíveis na plataforma para desenvolver contatos comerciais, gerar mais leads e potencializar vendas.
- Uma das principais vantagens do LinkedIn é a capacidade de segmentar o público-alvo com precisão, utilizando filtros como setor, cargo, e localização.
- O LinkedIn permite avaliar detalhadamente os perfis dos usuários, facilitando a qualificação de leads antes do contato.
- Compartilhar conteúdo relevante e profissional no LinkedIn ajuda a construir relacionamentos sólidos e estabelecer autoridade no setor.
- A funcionalidade de mensagens diretas do LinkedIn possibilita iniciar conversas personalizadas com potenciais leads.
- O LinkedIn também serve como uma plataforma valiosa para networking e estabelecimento de parcerias de negócios.
- A abordagem de Social Selling, que utiliza redes sociais para captar e nutrir leads, é recomendada para maximizar o sucesso na prospecção via LinkedIn.
- Para prospectar eficazmente pelo LinkedIn, é essencial desenhar uma estratégia de prospecção, otimizar o perfil, criar conteúdo de valor, participar de grupos relevantes, fazer networking estratégico, usar o LinkedIn Sales Navigator, e integrar soluções de Sales Intelligence como a da Vendas B2B.

A consultoria #1 para **Prospecção Outbound B2B**

de ponta-a-ponta

Treinando equipes comerciais para gerar sua própria demanda.

Empresas que dependem da sorte, indicações ou sazonalidade para vender sofrem com resultados instáveis. A **Vendas B2B Digital** mostra como criar um sistema previsível de geração de oportunidades eliminando a dependência de fatores externos e aumentando o controle sobre o pipeline de vendas.

O que oferecemos?

Curso e Treinamento em Prospecção Outbound B2B

- Metodologia prática e testada no mercado B2B.
- Passo a passo para identificar, abordar e converter novos clientes.
- Foco em gerar demanda ativa e previsível.
- Estratégias de contato multicanal (LinkedIn, e-mail e WhatsApp).

Vendas B2B Digital

62 99334-9317

vendasb2b.digital

SIGA A VENDAS B2B

