MATERIAL GRATUITO · PARA DONOS DE CLÍNICA E EQUIPES DE RECEPÇÃO

PROCESSO, NÃO SCRIPT DECORADO

Playbook de Vendas da Secretária

O processo que a recepção segue para transformar quem chama no WhatsApp em paciente na agenda. Sem empurrar nada e sem depender da memória de ninguém.

Luiz Enderle
Co-founder da Assessoria OST e criador da centr

centr. | OST

Para quem é este material e como usar

Um playbook é o combinado da clínica escrito. Serve para quem atende hoje e para quem entrar amanhã.

Se você é o dono ou a dona

Leia as partes 1, 7 e 8. Decida as três coisas que só você decide: o tempo máximo de resposta, até quando a equipe insiste e como funciona a reserva da consulta. Entregue o resto para a equipe e acompanhe pelos seis números da parte 8.

Se você atende

As partes 2 a 6 são o seu dia a dia. Imprima o checklist da parte 9 e deixe na recepção. Adapte as frases ao seu jeito de falar. O que não muda é a ordem e o critério.

O que este playbook não é

Não é roteiro para empurrar procedimento. Quem não precisa, não agenda. A venda aqui é consequência de um cuidado bem feito: responder rápido, entender o que a pessoa precisa, dar o próximo passo com clareza e não abandonar quem pediu ajuda.

Quando a recepção escreve em nome do médico, vale a regra de publicidade médica da Resolução CFM 2.336/2023: sem promessa de resultado, sem garantia e sem superlativo que não se possa provar. O que a secretária escreve no WhatsApp é comunicação da clínica.

> **Um bom médico que não vende não está protegendo o paciente. Está deixando ele cair na mão de um médico ruim que vende.**
>
> Luiz Enderle, em resposta a uma médica que disse não gostar de empurrar nada para o paciente

PARTE	O QUE RESOLVE
1. Onde o dinheiro se perde	O mapa do contato ao caixa e o custo de cada vazamento
2 a 6. As regras da conversa	Velocidade, abertura, qualificação, oferta da consulta, comparecimento e follow-up
7. Objeções	O que responder quando a pessoa trava
8 e 9. Números e checklist	O que medir toda semana e o que fazer todo dia

O dinheiro da clínica se perde entre o anúncio e o caixa

O marketing paga para o paciente chamar. A recepção decide se esse contato vira consulta ou vira receita do concorrente.

Anúncio, conteúdo ou indicação	Aqui a clínica já pagou pelo contato
Mensagem no WhatsApp ou no Direct	Vaza quando ninguém responde no primeiro minuto
Primeira resposta	Vaza quando abre com "como posso ajudar?" e recebe "quanto custa?"
Entender o que a pessoa precisa	Vaza quando a resposta é preço e lista de serviços
Oferecer a consulta	Vaza na pergunta aberta demais e no "vou pensar" sem resposta
Confirmar e lembrar	Vaza na falta sem remarcação
Consulta, plano e pagamento	O dinheiro entra
Retorno e base de pacientes	Vaza quando ninguém chama de volta quem já confia na clínica

7x

mais chance de qualificar o contato quando a empresa tenta falar com ele em até uma hora, em comparação com quem espera a hora seguinte. Contra quem leva um dia ou mais, a diferença passa de 60 vezes.

De onde vem esse número

Oldroyd, McElheran e Elkington, "The Short Life of Online Sales Leads", Harvard Business Review, 2011. Estudo com 1,25 milhão de contatos recebidos pela internet em empresas dos Estados Unidos. No mesmo trabalho, de 2.241 empresas testadas, 24% levaram mais de um dia para responder e 23% nunca responderam.

> "Eu educo o paciente aqui e ele acaba fechando com outro lá."
>
> Dona de clínica, numa reunião de diagnóstico. A primeira resposta da equipe dela levava de vinte minutos a dois dias.

Regra 1. Quem chama hoje é respondido agora

A pessoa está com o telefone na mão e mandou mensagem para mais de uma clínica. Quem responde primeiro conduz a conversa.

DE ONDE VEIO	PRAZO DA PRIMEIRA RESPOSTA	POR QUÊ
Anúncio	Até 5 minutos em horário de atendimento	O contato mais caro e o que esfria mais rápido. Quem veio de anúncio não conhece a clínica e esquece em 24 horas.
Direct ou comentário	Até 15 minutos	Já viu o conteúdo e escolheu agir. Demorou, a temperatura cai.
Indicação	No mesmo turno	Chega com confiança emprestada. O risco é parecer que a clínica não valoriza quem indicou.
Fora do horário	Resposta automática com hora de retorno	Primeiro da fila no dia seguinte, antes de qualquer outra tarefa.
Fim de semana e feriado	Alguém ou algo responde	Plantão, rodízio ou atendimento automático com regra. Pausar o anúncio porque ninguém responde até terça é jogar a verba fora.

Resposta automática que não mata a conversa

MENSAGEM AUTOMÁTICA

Oi! Aqui é a recepção da Dra. [nome]. Agora estamos fora do horário, mas eu te respondo às [hora]. Para adiantar: me conta o que está te incomodando e desde quando?

A automação faz uma pergunta e passa para uma pessoa. Não lista preço nem agenda sozinha sem regra combinada com o dono.

Se a clínica usa inteligência artificial no atendimento

Ela ajuda quando tem regra: função, tom de voz, critério de qualificação, hora de chamar a humana e acesso à agenda. Sem regra, ela vira risco. Já vi atendimento automático tratar um erro de digitação do paciente como ameaça. A regra boa é: responde no primeiro minuto e sabe a hora de chamar a secretária.

Regra 2. Nunca abra com "como posso te ajudar?"

Pergunta genérica recebe resposta genérica, quase sempre "quanto custa?". Abra com o seu nome, de onde veio o contato e uma pergunta sobre o motivo.

VEIO DO ANÚNCIO

RECEPÇÃO

Oi, [nome]! Aqui é a [seu nome], da equipe da Dra. [nome]. Vi que você chegou pelo anúncio sobre [tema]. Me conta: o que está te incomodando hoje?

VEIO POR INDICAÇÃO

RECEPÇÃO

Oi, [nome]! A [quem indicou] me passou seu contato e disse que você queria entender como a Dra. [nome] trabalha com [tema]. É isso? Me conta um pouco da sua situação.

VEIO DO INSTAGRAM

RECEPÇÃO

Oi, [nome]! Sou a [seu nome], da equipe da Dra. [nome]. Vi que você respondeu o conteúdo sobre [tema]. O que te fez mandar mensagem hoje?

CHEGOU SEM NOME

RECEPÇÃO

Oi! Aqui é a [seu nome], da equipe da Dra. [nome]. Recebi seu contato sobre [tema]. Antes de seguir: como você se chama e o que te incomoda hoje?

As quatro regras da abertura

- [ ] **Uma pergunta por mensagem.** Duas perguntas na mesma mensagem recebem meia resposta.
- [ ] **Espere a resposta.** Nunca mande duas mensagens seguidas na mesma janela. Silêncio de minutos não é desistência.
- [ ] **Nada de preço, lista de serviços ou protocolo antes de ouvir.** A venda começa no diagnóstico da dor, não na tabela.
- [ ] **Use o que a pessoa já disse.** Se ela veio do anúncio sobre [tema], a conversa começa por [tema], não do zero.

> Venda é falar pouco e escutar muito. A vendedora consultiva faz diagnóstico. A empurradora joga o produto na cara sem entender a dor.
>
> Luiz Enderle, em palestra para equipes de clínica, 2025

Regra 3. Três perguntas antes de oferecer qualquer coisa

Quem entende o que a pessoa precisa oferece a consulta certa, no tom certo. Quem não entende oferece preço.

1. **"Há quanto tempo você sente isso?"**
   Tempo diz o tamanho do incômodo. Três anos de problema é uma conversa diferente de três dias.

2. **"Já tentou algum tratamento? Como foi?"**
   Quem já tentou e não resolveu está mais perto de decidir, e quer saber o que é diferente aqui.

3. **"O que você mais quer resolver primeiro?"**
   A resposta vira o motivo da consulta, nas palavras da pessoa. Se precisar de urgência, complete: "isso tem atrapalhado o seu dia a dia?"

TEMPERATURA	SINAIS	O QUE FAZER
Quente	Responde rápido, conta detalhes, pergunta horário ou valor, diz "não aguento mais"	Ofereça a consulta agora, com duas opções de horário
Morno	Responde curto, demora, agradece sem aprofundar	Mais uma pergunta e um exemplo do que a consulta resolve. Depois, oferta
Frio	Visualiza e não responde, "só pesquisando", "vou pensar"	Entra na cadência da Regra 6. Não insista na mesma hora

O que anotar de cada contato

- [ ] Origem: anúncio, Instagram, indicação, Google
- [ ] Motivo, nas palavras da pessoa
- [ ] Há quanto tempo e o que já tentou
- [ ] Urgência: quente, morno ou frio
- [ ] Próxima ação, com data

Por que anotar

Se não está anotado, não existe para quem assumir o atendimento amanhã. A pessoa que chamou de novo e teve que repetir tudo descobriu que ninguém era dono dela.

Nunca julgue pela aparência. "Não é porque você olha para a cara da pessoa que você pensa que ela não tem capacidade."

Essas três perguntas são a versão de WhatsApp do SPIN Selling. Tem um material só sobre isso no meu perfil.

Regra 4. Ofereça a consulta como próximo passo, não como produto

Depois das três perguntas, a consulta é a resposta natural. Diga o que acontece nela, o valor quando perguntarem, e feche com opções.

Como apresentar a consulta

RECEPÇÃO

Pelo que você me contou, o próximo passo é a avaliação com a Dra. [nome]. Ela dura cerca de [tempo], olha o seu histórico e os exames que você já tem, e você sai com o direcionamento do seu caso.

SE PERGUNTAREM O VALOR

A consulta é R$ [valor]. É uma avaliação completa, não uma triagem. [Se houver reserva:] A reserva de R$ [valor] garante o horário e entra no valor da consulta.

Reserva: diga a regra antes de pedir

Se a clínica trabalha com reserva, explique o que ela garante, que ela entra no valor da consulta e qual é a regra de remarcação, antes de mandar a chave Pix. Regra dita depois vira contestação. Regra dita antes vira comparecimento.

AS TRÊS FORMAS DE FECHAR

Assumido

Então vou confirmar: terça, 10h, com a Dra. [nome]. Você prefere Pix ou cartão?

A opção é a forma de pagamento, não agendar ou não.

Alternativo

Tenho terça às 10h ou quinta às 15h. Qual encaixa melhor na sua agenda?

Duas datas reais. Escolhe-se entre horários, não entre sim e não.

Com escassez real

Para esta semana só tenho quinta às 14h. Se não servir, o próximo horário é dia [data].

Só quando for verdade. Escassez inventada quebra na primeira remarcação.

> **Vocês dão opções, mas não deixam aberto. "Como fica melhor para você?" Ora, se a pessoa está tirando dinheiro do bolso, nada fica melhor para ela.**
>
> Luiz Enderle, em aula para equipes de clínica, 2025

Regra 5. Agendou não é compareceu

Entre o "confirmado" e a cadeira ocupada existem alguns dias e muitas desculpas. A confirmação é um processo de quatro mensagens, não uma.

QUANDO	O QUE A RECEPÇÃO FAZ
Na hora do agendamento	Confirmação por escrito: dia, hora, local ou link, valor e forma de pagamento, o que levar. Regra de remarcação dita aqui.
Depois do pagamento	Pré-cadastro e pedido de exames, quando houver. Quem já mandou exame compareceu em dobro: investiu tempo.
Um dia antes	Lembrete com dia, hora, local e o que levar. Pedir confirmação com uma pergunta.
Duas horas antes	Lembrete curto. Se não respondeu ao de ontem, ligar.
Faltou	Mensagem no mesmo dia, sem cobrança, com duas opções de horário. Quem faltou e não recebeu mensagem entendeu que ninguém sentiu falta.

CONFIRMAÇÃO

Sua consulta está confirmada: [dia] às [hora], com a Dra. [nome], em [endereço ou link]. [Valor e forma de pagamento]. Se tiver exames recentes, pode trazer. Qualquer dúvida, me chama por aqui.

UM DIA ANTES

Oi, [nome]! Lembrete da sua consulta amanhã, [dia], às [hora], em [endereço ou link]. Chegue 15 minutos antes e traga um documento com foto. Está confirmado para você?

DUAS HORAS ANTES

[Nome], sua consulta com a Dra. [nome] é às [hora]. Te espero em [local ou link].

FALTOU

Oi, [nome], notei que você não conseguiu vir hoje. Tudo bem por aí? Tenho [opção 1] e [opção 2] para remarcar. Qual fica melhor?

Reserva reduz falta

Quem reservou com um valor que entra na consulta falta menos. A regra de remarcação (24 ou 48 horas de aviso) vale para todo mundo, inclusive para a paciente simpática. Exceção vira regra em uma semana.

"Se a pessoa não está disposta a fazer o sinal agora, ela não está disposta a fazer a consulta." Luiz Enderle, em aula para equipes de clínica.

Regra 6. Follow-up é processo, não insistência

Uma tentativa não é comercial, é sorte. A cadência abaixo é o padrão: o dono define até onde a clínica vai, a recepção cumpre sem depender de lembrar.

QUANDO E POR ONDE	O QUE FAZER
Dia 0 · WhatsApp	Primeira resposta no prazo da Regra 1, com a pergunta do motivo.
Dia 0, duas horas depois · Ligação, depois áudio	Sem resposta: ligação curta. Não atendeu: áudio de 20 segundos com o seu nome e o motivo do contato.
Dia 1 · WhatsApp	Retome o que a pessoa contou: "você comentou que [dor]. Ficou alguma dúvida que eu possa tirar?"
Dia 2 · Áudio	Áudio seu ou da médica, pessoal e curto. Nada de texto longo.
Dia 4 · Aviso e ligação	"Vou te ligar em dez minutos, tudo bem?" e liga. Se já existe relação, ligação de vídeo: quebra de padrão.
Dia 7 · WhatsApp	Um conteúdo da médica sobre a dor relatada, ou um relato de paciente autorizado por escrito.
Dia 10 · WhatsApp	Pergunta direta: "ainda faz sentido para você? Posso te ligar cinco minutos?"
Dia 14 · WhatsApp	Encerramento com porta aberta: "quando quiser retomar, é só me chamar." Registre o motivo.

As regras do follow-up

- ☐ **Mude de canal e de formato.** "No WhatsApp você está competindo com um monte de atenção. Na ligação, você isola a pessoa." Detalhe longo: liga. Nunca mande um blocão de texto.
- ☐ **Retome a dor, nunca mande "e aí?".** Cada contato traz algo novo: uma pergunta, um conteúdo, um horário.
- ☐ **Pare quando houver motivo.** A pessoa pediu, disse não com motivo, ou a cadência acabou. Anote o motivo.
- ☐ **Respondeu, a cadência para.** Quem já conversa não recebe cobrança automática.

O dono já pagou por esse contato

Cada contato custou verba de anúncio ou meses de conteúdo. Abandonar no terceiro dia é devolver esse dinheiro para o concorrente. Follow-up é devolver esse dinheiro para a clínica.

Como eu digo no meu perfil: encha o saco do lead. Ele já gastou seu dinheiro mesmo. Com critério, com janela e com saída.

Regra 7. Objeção é sinal de interesse

Quem não quer, some. Quem pergunta o preço já se imaginou com o produto. Trate a objeção como informação, não como ataque.

O QUE A PESSOA DIZ	O QUE A RECEPÇÃO RESPONDE
"Não sabia que era pago." Por trás: faltou clareza antes	"A consulta da Dra. [nome] é R$ [valor]: uma avaliação completa do seu caso, não uma triagem. Quer que eu te explique o que acontece nela?"
"Está caro." Por trás: comparou com o quê?	"Caro comparado com o quê? Quanto você já gastou tentando resolver isso, entre tentativas e exames? A consulta existe para você parar de repetir o que não funcionou."
"Vou pensar." Por trás: uma dúvida não dita	"Claro. Quando você diz que vai pensar, o que costuma te ajudar a decidir com mais clareza?" Ou: "se eu te mostrar algo que elimine essa dúvida, a gente continua agora?"
"Vou ver com meu marido." Por trás: decisão a dois	"Faz todo sentido decidir junto. Quer que eu reserve um horário para vocês dois? Assim ele tira as dúvidas direto com a Dra."
"Só queria tirar uma dúvida." Por trás: ainda não confia	Responda a dúvida. Depois: "se quiser que a Dra. avalie o seu caso, tenho [duas opções de horário]."
"Tenho convênio." Por trás: não viu a diferença	"O convênio cobre a consulta avulsa. Aqui a Dra. faz [descrever o acompanhamento]. São coisas diferentes. Posso te explicar como funciona?"
"Vi mais barato." Por trás: comparou só o preço	"Tem mesmo. Posso te explicar o que está incluído aqui, para você comparar com calma?" E explique, sem falar mal de ninguém.
"Não moro na cidade." Por trás: logística	"A Dra. também atende online quando o caso permite. Prefere presencial ou online?" Só se a clínica atende online.

> Esse "preciso pensar" é o mais fake que tem. A pessoa só quer encerrar a conversa sendo educada.
>
> Luiz Enderle, em palestra para equipes de clínica, 2025

"Estou à disposição": remove do vocabulário

Isso entrega a decisão para o silêncio. "Você não deixa o poder na mão dele. Sempre tem que encerrar por você." Termine com uma pergunta: "o que exatamente você precisa avaliar antes de seguir?", "qual o seu nível de interesse hoje, de 0 a 10?".

Regra 8. A venda continua depois da consulta

O contato mais barato da clínica é quem já confia nela. Retorno, plano e base são responsabilidade da recepção também.

Retorno marcado antes de sair

A paciente sai da sala com o próximo horário marcado, não com "depois a gente vê". Quem sai sem retorno entra na lista de reativação em 30 dias.

Plano apresentado com clareza

Se a clínica tem quem apresenta o plano de tratamento: sala reservada, sentar ao lado e não de frente, apresentar as etapas por escrito, dizer o valor e esperar. Quem apresenta não preenche o silêncio.

Base trabalhada com processo

Quem não voltou em seis ou doze meses e quem agendou e cancelou têm nome, histórico e motivo registrados. É a lista mais barata da clínica, e a mais esquecida.

CADÊNCIA DE REATIVAÇÃO, TOM LEVE

DIA	FORMATO	MENSAGEM
Dia 1	WhatsApp	"Oi, [nome]! Faz um tempo que não conversamos e lembrei de você hoje. Como você está? Conseguiu avançar no que estava buscando?"
Dia 3	WhatsApp	Um conteúdo novo da médica sobre a queixa original. "Lembrei de você na hora."
Dia 7	WhatsApp	"Sei que na época podia não ser o momento. A agenda da Dra. está aberta e tenho datas para você, sem pressão."
Dia 12	Áudio	Áudio curto, tom genuíno: "passando para saber se está tudo bem. Estamos aqui quando você quiser."
Dia 18	WhatsApp	"Vou deixar a porta aberta. Quando chegar a sua hora, é só me chamar."

> Esses contatos você já pagou. E ninguém chama eles há meses.
>
> Luiz Enderle

Os seis números que a recepção acompanha

Sem denominador não existe número. "Agendamos doze" só vale ao lado de "de quarenta contatos".

NÚMERO	COMO MEDIR	A PERGUNTA DO DONO
1. Contatos novos	Por dia e por origem: anúncio, Instagram, indicação, Google	De onde vem o paciente e o que cada origem custa?
2. Tempo da primeira resposta	Minutos entre a mensagem e a resposta, contato a contato	Quantos ficaram fora do prazo da Regra 1? Em que horário?
3. Agendamentos	Consultas marcadas dividido por contatos novos	Em qual etapa a conversa morre: abertura, qualificação ou oferta?
4. Comparecimento	Consultas realizadas dividido por marcadas	A confirmação de quatro mensagens está sendo feita?
5. Follow-ups feitos	Tentativas por contato até o encerramento	Quantos contatos foram abandonados na primeira tentativa?
6. Motivo de perda	Uma palavra por contato perdido: preço, momento, distância, silêncio, convênio	Qual objeção se repete? É de preço ou de processo?

A reunião de 15 minutos da semana

Dono e recepção, uma vez por semana, olhando os seis números e a lista de motivos de perda. Se várias pessoas travam na mesma etapa, revise a etapa antes de cobrar mais tentativas da equipe.

O erro de medir só curtida e lead

Anúncio que gera 400 contatos e nenhuma consulta não é anúncio bom. A recepção fecha o ciclo: o marketing só sabe se funcionou quando a recepção anota a origem de quem compareceu.

Checklist da recepção que vende

Imprima esta página e deixe na recepção. Marque todo dia.

Manhã

- [ ] Zerar o WhatsApp e o Direct pendentes da noite
- [ ] Confirmar as consultas de hoje
- [ ] Enviar os lembretes de amanhã
- [ ] Abrir a fila de follow-up do dia: quem está no dia 1, 2, 4, 7, 10 e 14
- [ ] Separar a lista de reativação da semana

Durante o dia

- [ ] Responder dentro do prazo da Regra 1
- [ ] Abrir sempre com a pergunta do motivo
- [ ] Três perguntas antes de oferecer
- [ ] Oferecer com duas opções de horário
- [ ] Anotar origem, motivo, urgência e próxima ação
- [ ] Registrar o motivo de cada perda

Fim do dia

- [ ] Todo contato com próxima ação e data
- [ ] Faltas de hoje com mensagem de remarcação enviada
- [ ] Os seis números do dia anotados
- [ ] Nada pendente sem dono
- [ ] Agenda de amanhã conferida

Nunca

- [ ] Demorar mais do que a regra combinada
- [ ] Abrir com "como posso te ajudar?"
- [ ] Mandar preço e lista de serviços antes de ouvir
- [ ] Desistir na primeira tentativa
- [ ] Repetir "e aí?" como follow-up
- [ ] Prometer resultado ou garantir cura
- [ ] Encerrar com "qualquer coisa estou à disposição"

Sempre

- [ ] Nome, origem e motivo na primeira mensagem
- [ ] Uma pergunta por vez, e esperar a resposta
- [ ] Duas opções de horário, nunca pergunta aberta
- [ ] Confirmar tudo por escrito
- [ ] Mudar de canal quando o texto não resolve
- [ ] Anotar. O que não está anotado não existe

> **Não existe cliente difícil. Existe vendedor despreparado.**
>
> Luiz Enderle, em palestra para equipes de clínica, 2025

Todo processo de recepção morre do mesmo jeito

Não morre por falta de script. Morre porque depende de alguém lembrar: de mover o card, de preencher a planilha, de olhar quem está no dia 4 do follow-up.

> **"Se eu tenho que mover manualmente e ninguém move, eu tenho uma Ferrari e não ando com ela."**
>
> Dona de clínica com três vendedoras na equipe. Nenhuma atualizava o funil.

> **"Ou ela preenche a planilha, ou faz o trabalho dela."**
>
> Clínica que tentou controlar os contatos numa planilha. Durou pouco.

> **"Eu treino, fica bom, vai embora."**
>
> Dona de clínica que chegou a ter quinze funcionários e hoje opera com o básico.

Três clínicas, na mesma semana, nenhuma delas preguiçosa. O problema nunca foi a ferramenta. É a ferramenta depender de alguém lembrar. Quando o processo mora na cabeça de quem atende, ele vai embora junto. Quando mora no sistema, quem entra herda o processo.

O que o sistema precisa fazer sozinho

- [ ] Registrar cada conversa com a origem do contato
- [ ] Mover a etapa pela própria conversa: novo, em contato, sem resposta, agendou
- [ ] Contar o follow-up e marcar o próximo contato
- [ ] Mostrar a fila do dia: atrasados, de hoje, próximos e sem próxima ação
- [ ] Ler a conversa e sugerir a resposta para quem atende
- [ ] Guardar o motivo de cada perda sem depender de digitação

Foi essa lista que virou a centr

A gente operava clínicas e não conseguia ver a causa e a consequência: o anúncio que virou conversa, a conversa que virou consulta, a consulta que virou dinheiro no caixa. Cada setor tinha a sua planilha, o seu CRM, o seu painel.

A centr coloca marketing, comercial e financeiro num registro só, com o WhatsApp dentro do CRM. O vendedor conversa. O sistema anota.

Quer isso rodando na sua clínica sem depender da memória de ninguém?

A Assessoria OST faz a análise de crescimento do seu negócio: olhamos do anúncio ao caixa, origem por origem, para encontrar onde o dinheiro está vazando e dizer o que dá para implementar nos próximos 90 dias.

1. **Você chama no WhatsApp**
   E responde quatro perguntas: faturamento médio, de onde vem o paciente, quem atende e qual é o gargalo hoje.
2. **A gente analisa o caminho do anúncio ao caixa**
   Com os seus números, não com média de mercado. E marca uma conversa de 30 minutos para mostrar o que encontrou.
3. **Você recebe o diagnóstico e o plano de implementação**
   Com meta e forma de medir combinadas antes de qualquer contrato. Se não fizer sentido, a gente te fala com sinceridade.

Para quem é: clínicas e empresas que já vendem, faturam acima de R$ 100 mil por mês e querem crescer com processo, não com sorte. Se a sua empresa ainda não está nesse ponto, use este playbook: ele resolve a parte que mais vaza.

FALAR NO WHATSAPP

Toque no botão. Ou acesse **getcentr.co** e peça a análise.



Luiz Enderle
Co-founder da Assessoria OST e criador da centr. Mais de R$ 50 milhões gerados estruturando processos que conectam marketing e comercial.
@luizenderle

Os exemplos de conversa são modelos para adaptar à política da sua clínica. Nenhum número neste material é promessa de resultado.