

VIGIE EDITAIS · RCDNC PARTICIPAÇÕES

Kit do Representante de Venda

Material de treinamento e prospecção comercial

Uso interno da rede de representantes · v1 — 2026
RCDNC Participações LTDA · CNPJ 27.783.574/0001-30

Diferença para o Kit de POC: aqui o representante não vai a uma prova de conceito agendada — ele **prospecta a frio**, indo pessoalmente ao setor de compras da prefeitura **agendar** uma apresentação. Esforço de ~1 hora; ele **não apresenta** o produto (quem apresenta é a equipe Vigie Editais).

1. A mensagem (copy de WhatsApp) — pronta pra disparar

Texto que vai na coluna de mensagem do Excel de prospecção. Formato estruturado (bullets) — o que converte. Substituir os campos entre { }. Catálogo completo das mensagens (POC + Venda) em [Mensagens-Recrutamento-Representante.md](#).

Olá! Aqui é o Ricardo, da RCDNC Participações LTDA (Vigie Editais). Estou procurando um representante local em {CIDADE}/{UF} – e é por isso que te chamei.

A tarefa é simples, presencial e leva cerca de 1 hora, uma vez só:

- O que fazer: ir pessoalmente ao Setor de Compras/Licitações da Prefeitura de {CIDADE} e apresentar nossa solução de pesquisa de preços – só para AGENDAR uma demonstração (quem apresenta e treina somos nós).
- Por que presencial: por telefone ou e-mail não funciona; o que destrava é a visita.
- Você não precisa dominar nada técnico.

Esse módulo da nossa plataforma é utilizado, inclusive, pelo Tribunal de Contas do Estado de Goiás (TCE-GO), que fiscaliza os municípios – solução já consolidada no setor público.

- Referência de mercado: contratações desse tipo giram em torno de {VALOR_EDITAL}.
- Portfólio (dá pra agendar tudo na mesma visita): Cesta de Preços, Digitalização, Gestão de Contratos e Gestão de Processos.

Remuneração ao representante:

- Honorário fixo a combinar, para deslocamento
- Mais 10% de comissão sobre a contratação que o órgão vier a fechar

Teria interesse e disponibilidade? Caso não possa, conhece algum colega de confiança da cidade que poderia indicar? aguardo retorno. Obrigado!

Sequência usada (a que converte): quem fala (empresa) → cidade da pessoa (pertencimento) → tarefa + esforço de 1h → autoridade (TCE-GO) → âncora no valor do edital → portfólio → recompensa (10% + deslocamento) → CTA com saída por indicação.

Regra de operação: quando o lead responder **qualquer coisa**, o operador **não responde por mensagem** — repassa pro Ricardo, que liga, mapeia objeções e refina o roteiro.

2. Por que esta copy funciona

Gatilho	Como aparece	Por que converte
Quem fala	abre com "Aqui é da Vigie Editais"	mensagem fria sem remetente vira spam; nomear a empresa tira o "quem é você?" e reduz a desconfiança
Identidade local	"representante em {CIDADE}" na 1ª linha	o cérebro acorda ao reconhecer a própria cidade; ativa pertencimento ("isso é comigo") e sinaliza que não é disparo em massa
Clareza do que é	prefeitura, presencial, 1h	concretude derruba o "não" automático do vago; a pessoa consegue se imaginar fazendo
Esforço nomeado	"1 hora, uma vez só"	mata o medo de "virar um segundo emprego"; custo pequeno e calculável vence a inércia
Tarefa mínima	"só agendar, não apresentar"	derruba a objeção nº1 ("não tenho conhecimento técnico") antes de ela aparecer
Autoridade	"usada por um Tribunal de Contas"	prova social máxima no setor público: se quem fiscaliza usa, é sério — terceiriza a confiança
Ancoragem	valor do edital (cheio, não o que vencemos)	o número grande primeiro vira a régua; faz os 10% parecerem pesados e a 1h, minúscula
Recompensa	deslocamento + 10%	pagar deslocamento é boa-fé (empresa assume o risco); 10% herda a âncora do número alto
CTA com saída	disponibilidade? senão, indique	um pedido só converte mais; a indicação tira o peso do "não" e gera lead local qualificado

3. Playbook operacional do representante

3.1. Seu papel: você AGENDA, a gente apresenta

Você não vai apresentar o produto. Não precisa entender de software, de licitação ou de pesquisa de preços. Seu papel é **ir até a prefeitura, pessoalmente, e agendar uma apresentação**.

Você é a pessoa local que consegue ir presencialmente com facilidade e rapidez, por morar na cidade — essa proximidade é a sua vantagem. O acesso ao setor de compras é **sempre pela porta institucional, como qualquer fornecedor**.

- **O que é seu:** ir lá, ofertar, agendar e me avisar.
- **O que é nosso:** a apresentação técnica, a demonstração, a proposta, a negociação e o contrato com o órgão.

Quando o órgão sinalizar interesse em conhecer a solução pelo canal oficial, a Vigie Editais assume a apresentação. **Seu papel se encerra ao registrar esse interesse institucional.**

3.2. O esforço real: ~1 hora, presencial, uma vez

- **1 visita, ~1 hora**, contando deslocamento e a conversa.
- **É presencial.** O atendimento pessoal costuma ser muito mais efetivo que ligação ou e-mail (que viram "depois eu vejo"). Por isso a visita rende — sempre pelo canal de atendimento do órgão, sem furar fila nem dispensar protocolo.
- **É uma vez.** Você não fica responsável por reunião, implantação ou suporte. Agendou, encerrou sua parte naquele órgão.

3.3. Passo a passo da visita

Antes de ir - Horário comercial, de preferência meio da manhã. - Leve um documento seu e o material que a gente te manda (seção 3.4). - Procure o setor de compras pelo **canal de atendimento ao público** do órgão. Se houver protocolo ou agendamento, **siga o procedimento do órgão** — apresentar-se pelo caminho oficial é o esperado de qualquer fornecedor sério.

Ao chegar 1. Na recepção/protocolo: *"Bom dia, eu queria falar com o setor de compras / licitações, por favor."* Se perguntarem o motivo: *"É sobre uma solução de pesquisa de preços de mercado — queria apresentar e agendar uma demonstração."* 2. Quem decide internamente sobre conhecer a solução é o órgão. Você **não precisa identificar nem abordar quem vai conduzir eventual licitação** — apresenta-se ao setor pelo canal de atendimento.

Na conversa - Apresente-se e diga de onde é: *"Meu nome é [nome], sou advogado/representante aqui da cidade e represento a Vigie Editais."* - Faça a oferta neutra (seção 3.4). Vá direto ao ponto: você quer **agendar uma apresentação**.

Fechamento - Com interesse: anote **nome, cargo, telefone/WhatsApp e e-mail** e proponha uma data. *"Perfeito, marco com a equipe e confirmo."* - Se o atendente não puder ajudar: deixe o material pelo canal oficial e pergunte **qual a melhor forma de o órgão receber uma apresentação institucional**. Quem avalia internamente é o órgão. - Anote tudo na hora.

Postura: educado, curto, sem pressa de fechar. Você abre uma porta institucional — não empurra um produto.

3.4. O que você leva e como ofertar (fala neutra)

Leve o material dos quatro produtos (seção 4). Fala que pode ser dita assim:

"Represento a Vigie Editais, que tem soluções para a área de compras públicas — pesquisa de preços, digitalização, gestão de contratos e de processos. A principal é a de pesquisa de preços, que inclusive é usada por um Tribunal de Contas estadual. Estou apresentando comercialmente a empresa e gostaria de agendar uma demonstração, sem compromisso, para que vocês conheçam e avaliem internamente se faz sentido. Quem seria a melhor pessoa para ver isso?"

Tom: você apresenta uma solução de mercado, de forma técnica e neutra. Você **não** orienta o processo de compra do órgão, **não** promete economia/resultados, **não** diz como conduzir licitação. Assuma abertamente que é uma oferta comercial — é mais seguro do que disfarçar.

3.5. O que acontece depois que você agenda

1. **Você me avisa** (WhatsApp): órgão, nome/cargo do contato, telefone/e-mail e a data.

2. **A Vigie Editais assume a apresentação.** Se quiser conhecer melhor o produto, oferecemos um treinamento da solução — mas você **não acompanha nem participa do processo de contratação do órgão**; essa relação é exclusivamente entre a Vigie Editais e o órgão.
3. **A apresentação acontece** com nossa equipe (presencial ou online).
4. **Remuneração:** você é representante comercial da Vigie Editais. Caso o órgão **venha a contratar regularmente** a solução — por decisão própria e processo conduzido exclusivamente pelo órgão — você recebe a comissão combinada (**10%** sobre o valor contratado) + reembolso de deslocamento. **A comissão remunera sua atividade de representação, não influência sobre o órgão.** Não há pagamento por "acesso" nem por agendamento isolado.

3.6. Regras de ouro de conduta (sem exceção)

- **Fale e escreva como se estivesse sendo gravado** — balcão, WhatsApp e e-mail.
- **Você apresenta uma solução de mercado, de forma neutra.** Nunca diga que vai "ajudar a contratar", "facilitar", "agilizar o processo deles" ou "viabilizar" nada.
- **Não prometa resultado nem economia.**
- **Não opine nem interfira no processo do órgão.** Nada de edital, impugnação, especificação ou "como conduzir a compra".
- **Mantenha impessoalidade.** Você oferta à instituição, pelo canal oficial — não faz "favor pra fulano", não oferece brinde/vantagem a servidor, não usa relação pessoal como atalho.
- **Não invente capacidade técnica.** Dúvida de produto: *"Isso quem mostra é a equipe na apresentação — por isso quero agendar."*
- **Qualquer resposta fora do esperado, repasse pra mim.** Não improvise.

4. Portfólio (o que vai "debaixo do braço")

Produto	Ticket aprox.	Pitch neutro (uma frase)
Cesta de Preços (carro-chefe)	—	Solução de pesquisa de preços de mercado, conforme a IN SEGES nº 65/2021, como apoio às pesquisas de preços do órgão.
Digitalização	~R\$ 200 mil	Digitalização de acervo e processos para consulta e organização documental.
Gestão de Processos	~R\$ 100– 130 mil	Acompanhamento e organização dos processos administrativos da área de compras.
Gestão de Contratos	~R\$ 50 mil	Controle de contratos do órgão, com vigências e providências centralizadas.

Em prospecção fria, **não cite cifras de quanto o órgão gastaria** — fale dos produtos de forma genérica e deixe os valores para a apresentação da equipe.

5. Objeções e respostas (já blindadas)

Objecção do advogado	Resposta
Não tenho conhecimento técnico	E não precisa. Você não apresenta nada — só vai à prefeitura e agenda. Quem mostra o produto é a equipe. Dúvida técnica no balcão: <i>"isso quem mostra é a equipe na apresentação, por isso quero agendar."</i>
Não tenho tempo	É ~1 hora, uma vez só, contando deslocamento. Não é projeto nem reunião recorrente. Agendou, encerrou — e se virar contratação, você recebe 10%.
Vão me barrar na prefeitura	Você se apresenta pelo canal de atendimento ao público, pedindo o setor de compras — como qualquer fornecedor. Você joga a favor: é da cidade, é advogado, apresenta uma solução já usada por um Tribunal de Contas.
E se não me derem atenção?	Acontece. Você não precisa convencer ninguém — só ofertar e marcar. Se a pessoa certa não estiver, deixe o material pelo canal oficial e pergunte a melhor forma de o órgão receber uma apresentação. Resposta fora do comum, me repassa.
Isso não é arriscado, mexer com compra pública?	Por isso a regra é simples: você apresenta uma solução de mercado de forma neutra e só agenda. Não ajuda a contratar, não promete resultado, não opina no processo, não fala de edital. Fale como se estivesse sendo gravado e está coberto. A parte comercial e o contrato são nossos.
Quanto eu ganho?	Reembolso de deslocamento + 10% sobre o valor que o órgão vier a contratar. Os produtos vão de ~R\$50 mil a ~R\$200 mil. A venda, a apresentação e o contrato são por nossa conta.
Com quem eu falo lá?	Peça o "setor de compras / licitações" no atendimento. Você não precisa conhecer ninguém antes — é só pedir o setor pelo canal oficial.
Prefiro WhatsApp/e-mail	Não funciona — em prefeitura, mensagem e e-mail viram "depois eu vejo". O que destrava é a visita presencial pelo canal de atendimento. É por isso que 1 hora vale.

6. Fundamentos jurídicos (Lei nº 14.133/2021)

Representação comercial é **lícita**. O que protege a empresa é a **postura e a redação**: - **Art. 5º** — impessoalidade, moralidade, isonomia. Acesso sempre pelo canal oficial; nada de relação pessoal como atalho. - **Art. 9º, §1º** — vedação a interferência na fase preparatória. O representante não opina sobre edital/especificação/valor de referência da contratação do órgão. - **Art. 11** — não frustrar o caráter competitivo. A comissão remunera a representação comercial, não influencia sobre o órgão. - **Art. 155** — responsabilização por atos contra a lisura do certame.

Princípio-matriz (igual ao Kit de POC): **o representante NÃO ajuda a contratar — apenas apresenta uma solução de mercado, de forma neutra, pelo canal institucional.**