E-BOOK GRATUITO

D Discover · descobrir



# Escave o seu mercado

Inteligência de mercado para PMEs: como usar dados públicos para encontrar as empresas com mais chance de comprar de você.

Development Inovation Growth
Discover · Innovate · Grow

Versão 1.0 · novembro de 2026

# Sumário

Por que escavar o mercado . . . . . 3

Defina o seu cliente ideal . . . . . 4

Onde estão os dados públicos . . . . . 5

Do dado à lista . . . . . 6

Sinais de que é a hora certa . . . . . 7

Da lista ao funil . . . . . 8

Sua lista está pronta para prospectar? . . . . . 9

Fontes . . . . . 10

**Antes de começar**

Todo mercado guarda clientes ideais que ainda não conhecem você: empresas com o perfil certo, no momento certo. Encontrar essas empresas é trabalho de escavação. Neste e-book, nós mostramos como definir o seu cliente ideal, onde estão os dados públicos que ajudam a achá-lo, como transformar dado em lista e lista em funil de vendas.

É um guia prático, pensado para quem vende para outras empresas. As fontes oficiais citadas estão no fim.

CAPÍTULO 1

# Por que escavar o mercado

Quem tenta vender para todo mundo gasta energia com quem nunca vai comprar. A equipe liga para a lista errada, a proposta chega na hora errada e o funil enche de contatos frios.

Inteligência de mercado é o contrário disso: olhar abaixo da superfície e entender quem compra de você, por que compra e quando compra. Com essas respostas, a prospecção deixa de ser tentativa e erro e passa a ter alvo.

## O que muda na prática

- A equipe sabe quais empresas abordar primeiro e por quê.
- A mensagem fala da dor daquele tipo de cliente, não de uma lista genérica de serviços.
- O funil mostra onde as vendas avançam e onde travam, e a próxima lista já sai melhor.

> **Descobrir é a primeira letra**
> Na DIG, o D vem de Discover, descobrir. É por onde começamos: antes de construir software ou automatizar qualquer coisa, escavamos o mercado e a operação até achar onde está a próxima venda.

CAPÍTULO 2

# Defina o seu cliente ideal

O cliente ideal é o tipo de empresa que mais ganha com o que você vende e que você atende melhor. O ponto de partida está na sua própria carteira: olhe para os melhores clientes de hoje.

## Perguntas para escavar a sua carteira

- Quais clientes compram mais, pagam em dia e indicam você?
- Em que segmento eles atuam, qual é o porte e onde ficam?
- Quem decide a compra: dono, diretor, gerente de área?
- O que fez esses clientes procurarem você naquele momento?
- Quanto tempo leva do primeiro contato ao fechamento, e qual é o valor médio?

## Modelo de perfil do cliente ideal

| Campo | O que anotar |
|---|---|
| Segmento | Atividade da empresa, de preferência pelo código CNAE |
| Porte | Faixa de faturamento ou de número de funcionários |
| Região | Cidades ou estados que você consegue atender bem |
| Quem decide | Cargo de quem aprova a compra e de quem influencia |
| Gatilho | O que acontece na empresa que gera a necessidade |
| Valor e ciclo | Valor médio do negócio e tempo médio até fechar |
| Fora do perfil | O que faz uma empresa não ser boa cliente para você |

CAPÍTULO 3

# Onde estão os dados públicos

Boa parte do que você precisa para encontrar empresas com o seu perfil está em fontes públicas. As principais:

## Cadastro de empresas (CNPJ)

A Receita Federal publica como dados abertos o Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica, o banco de dados com as informações cadastrais das empresas. Nele estão informações como a atividade econômica (CNAE), a natureza jurídica, o porte, a data de início das atividades, a situação cadastral, o endereço e o quadro de sócios. Os arquivos ficam no Portal de Dados Abertos do governo federal, com a descrição dos campos.

## Compras públicas

Se você vende para o governo, o Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), instituído pela Lei nº 14.133/2021, reúne planos de contratações anuais, editais, avisos de contratação, atas de registro de preços e contratos.

## O que a própria empresa publica

Sites, páginas de vagas, redes sociais profissionais e notícias mostram o que a empresa está fazendo agora: abrindo filial, contratando, lançando produto. Use essas fontes respeitando os termos de uso de cada plataforma.

> **Dado público não é dado sem regra**
> Os dados cadastrais de empresas são públicos, mas os dados de pessoas, como nome, telefone e e-mail de um contato, são dados pessoais protegidos pela LGPD (Lei nº 13.709/2018). Trate esses dados com finalidade clara, use só o necessário e ofereça sempre a opção de não receber mais contato.

CAPÍTULO 4

# Do dado à lista

Dado solto não vende. A lista que vende nasce em quatro passos:

**01** **Filtre pelo perfil.** Comece pelo cadastro de empresas: atividade (CNAE), região, porte e situação cadastral ativa. Esse filtro já tira da frente quem não tem o seu perfil.

**02** **Enriqueça.** Para cada empresa, encontre o site, o canal de contato e o cargo de quem decide. Anote de onde veio cada informação.

**03** **Confira.** Tire duplicados, empresas baixadas e contatos desatualizados. Dê a cada contato um nível de confiança: alto, médio ou baixo.

**04** **Priorize.** Some o quanto a empresa se parece com o seu cliente ideal e os sinais de momento do próximo capítulo. Comece pelas notas mais altas.

> **Lista viva, não planilha esquecida**
> Empresas abrem, fecham, mudam de endereço e de atividade. Marque uma rotina, mensal ou trimestral, para atualizar a base e retirar o que ficou velho.

CAPÍTULO 5

# Sinais de que é a hora certa

Perfil certo é metade do caminho; a outra metade é o momento. Alguns sinais indicam que uma empresa pode estar pronta para comprar:

- abriu há pouco tempo ou acabou de abrir uma filial;
- mudou de endereço ou ampliou a estrutura;
- está contratando para a área que o seu produto atende;
- venceu uma licitação ou fechou um contrato grande;
- lançou um produto, entrou em um mercado novo ou trocou de sistema;
- publicou uma vaga ou uma notícia que revela uma dor que você resolve.

Nenhum sinal garante a venda, mas eles ajudam a decidir quem abordar primeiro e o que dizer na primeira conversa.

> **Abordagem com contexto**
> Use o sinal na mensagem: em vez de começar apresentando a sua empresa, comece pelo que mudou no cliente e por um problema que essa mudança pode trazer.

CAPÍTULO 6

# Da lista ao funil

Com a lista pronta, a prospecção vira processo. Três cuidados fazem diferença:

- **Cadência:** defina quantos contatos fazer, em quais canais e com que intervalo, antes de dar a oportunidade por encerrada.
- **Registro:** cada contato, resposta e próximo passo vai para o CRM, mesmo que seja uma planilha. Negociação sem registro é negociação esquecida.
- **Medição:** acompanhe quantas oportunidades chegam a cada etapa e quantas passam para a seguinte. A etapa que mais perde é a próxima a melhorar.

A planilha gratuita Funil de vendas simples, na página de materiais da DIG, organiza as oportunidades por etapa e calcula a receita prevista e a conversão de cada etapa.

> **O ciclo recomeça**
> O funil devolve aprendizado para a lista: as empresas que fecharam mostram o perfil que mais compra, e as que não avançaram mostram o que ajustar. A cada volta, a escavação fica mais precisa.

CHECKLIST

# Sua lista está pronta para prospectar?

Marque o que já está feito. Cada item em branco é uma camada a mais para escavar antes de ligar.

- [ ] O perfil do cliente ideal está escrito, com segmento, porte, região e quem decide.
- [ ] O perfil nasceu da análise dos melhores clientes atuais.
- [ ] A lista foi filtrada por atividade, região, porte e situação cadastral ativa.
- [ ] Cada empresa tem site ou canal de contato conferido.
- [ ] Cada contato tem a origem anotada e um nível de confiança.
- [ ] Duplicados e empresas baixadas foram retirados.
- [ ] As empresas estão priorizadas por perfil e por sinais de momento.
- [ ] Os dados pessoais têm finalidade clara e opção de descadastro.
- [ ] Existe uma cadência de contatos definida.
- [ ] Cada oportunidade será registrada no CRM, com etapa e próximo passo.

FONTES

# Fontes

Fontes oficiais conferidas em 2 de novembro de 2026.

**Receita Federal: dados abertos do CNPJ (o endereço da Receita leva ao Portal de Dados Abertos)**
https://www.gov.br/receitafederal/pt-br/acesso-a-informacao/dados-abertos/cadastros/cnpj

**Portal de Dados Abertos: conjunto Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ)**
https://dados.gov.br/dados/conjuntos-dados/cadastro-nacional-da-pessoa-juridica---cnpj

**Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP)**
https://www.gov.br/pncp/pt-br

**Lei nº 13.709/2018, Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)**
https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm

Este conteúdo é informativo e não substitui a orientação de um profissional da área.

PRÓXIMO PASSO

# Quer uma lista viva de empresas com o perfil do seu cliente ideal?

No diagnóstico, nós escavamos o seu mercado com você e mostramos onde está a próxima venda.

**Aplicar ao meu negócio**

No site da DIG, toque em “Aplicar ao meu negócio” e responda ao diagnóstico. Sem compromisso.