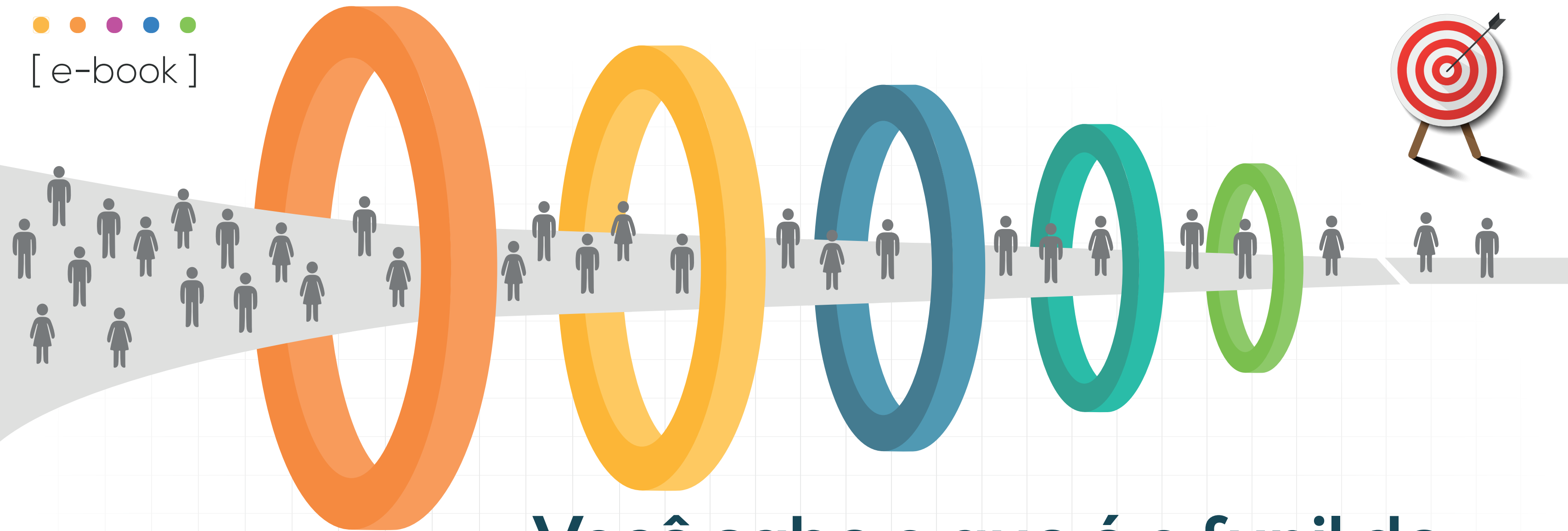


[e-book]



Você sabe o que é o funil de vendas no marketing digital?

Funil de vendas é um conjunto de técnicas com base em produção de conteúdo usado para estimular usuários de plataformas digitais a se tornarem clientes.

Funil de Vendas



Entenda as etapas e o que deve ser feito em cada uma delas:

Sebrae 50 anos
50+50
Criar o futuro é fazer história



Topo do Funil

Essa é a fase da descoberta, aprendizado e reconhecimento do problema. Aqui a produção de conteúdo é direcionada para um cliente em potencial, que ainda não conhece seu negócio, produto, serviço ou marca.

Nesta fase você pode utilizar posts em blog, posts em redes sociais, infográficos, vídeos e podcasts, sempre usando as técnicas de SEO com as palavras-chave adequadas para atingir o público.



Topo do Funil

Cenário inicial

Imagine uma agência de viagens vendendo pacotes para férias na Bahia. Além das informações práticas dos pacotes, o site da agência tem um blog com dicas e roteiros de viagens para diversas cidades e praias na Bahia.

O possível cliente pesquisa na internet sobre praias na Bahia e encontra o blog da agência de viagens.

Ele acessa o post com o roteiro de passeios em várias praias e gosta do conteúdo. Procura por mais dicas e percebe que o blog é de uma agência de viagens que oferece pacotes bem atraentes para a Bahia.

Ele toma consciência de uma possível solução para sua necessidade.



Topo do Funil

Esse é o momento em que ele pode se tornar um lead a ser convertido. Isso acontece quando a pessoa nos dá algum contato, como e-mail ou WhatsApp, e desta forma a permissão para conversarmos com ela.



Meio do Funil

Essa é a fase do reconhecimento do problema (interesses em viajar) e a consideração de solução (adquirir os serviços da agência de turismo).

O objetivo é levar o potencial cliente à sua landing page (página de venda) ou seu site e, em seguida, convencê-lo a preencher um formulário compartilhando com a sua empresa alguns dados.

O potencial cliente fará isso em troca de conteúdo útil ou oferta de qualidade, como um e-book com informações e dicas de conhecedores sobre as praias mais interessantes da Bahia, por exemplo.

Além do uso de landing pages e conteúdos ricos como e-books ou consultorias, o e-mail marketing é um recurso de destaque nesse momento.



Meio do Funil

Cenário mais avançado

Ele pesquisa no site da agência todas as possibilidades de pacotes para a Bahia filtrando por dias, passeios e atrações. Gosta das opções e percebe que precisa tomar uma decisão de compra.

Usa o serviço de chat do site para tirar mais algumas dúvidas.



Fundo do Funil

Essa é a fase da decisão da compra. É onde um cliente em potencial decide fazer negócios com você. Isso é chamado de conversão de vendas. Na maioria dos casos, as conversões são a forma como você mede o sucesso do seu funil.

Você pode utilizar e-mail personalizado, demonstrações do produto, reuniões, área exclusiva em site, relacionamento via redes sociais e newsletter.



Fundo do Funil

Cenário de conversão e fidelização

Ele decide por um pacote. No site, vê depoimento de clientes satisfeitos com a agência. Pesquisa sobre a agência nas redes sociais e adquire o pacote escolhido.

Após a compra ele recebe por e-mail a confirmação do pacote e um e-book com dicas de passeio em Salvador e um guia com informações sobre o que pode fazer nestes dias e mais ideias para visitar outras praias na Bahia.

Satisfeito com a experiência, ele deixa uma avaliação positiva no site e passa a indicar a agência para amigos e conhecidos.



Você sabe o que é o funil de vendas no marketing digital?

QUER SABER MAIS?

Central de Relacionamento

0800 570 0800

www.sebrae.com.br

Sebrae 50 anos
50+50
Criar o futuro é fazer história

SEBRAE