

orb  
sh  
Re

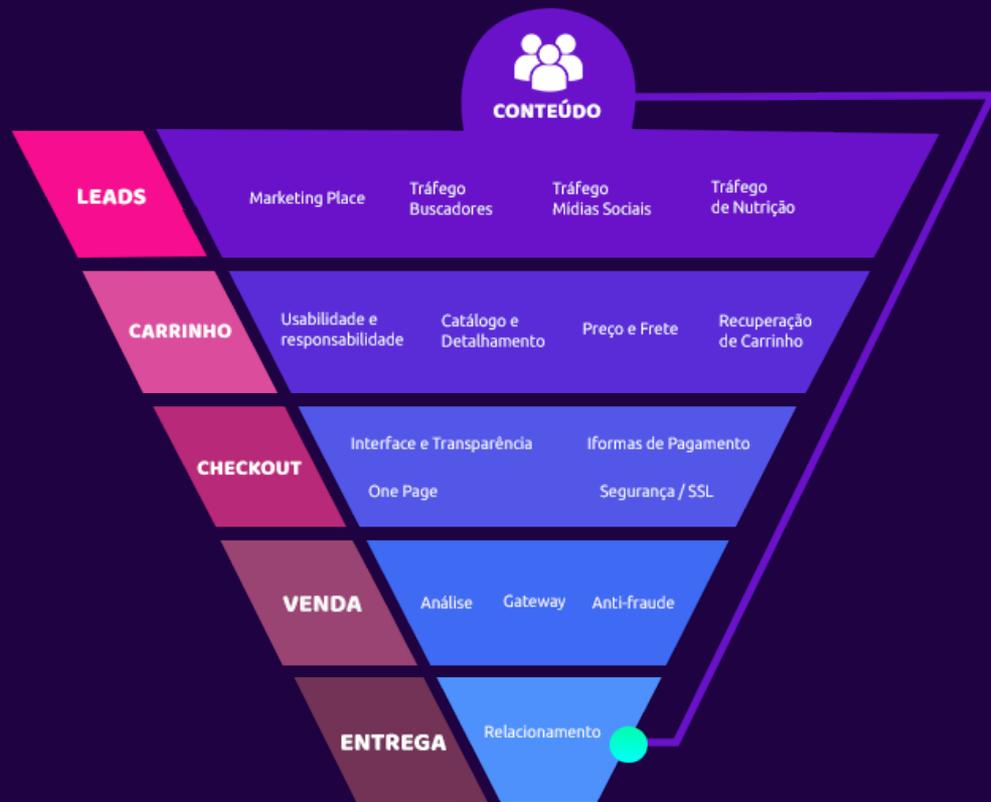
The image features a stylized logo on a dark blue background. The word 'shRe' is rendered in a bold, white, sans-serif font. The letters 'sh' are positioned above 'Re'. The letters 's', 'h', 'R', and 'e' are all outlined with a thin, light blue line, giving them a three-dimensional, blocky appearance. Above the 'sh' portion, the word 'orb' is written in a smaller, white, sans-serif font.



**ORB.DIGITAL**

O que é e para que serve o funil de vendas?





Etapas de um compra no ecommerce:  
Visitar o site, Visualizar o produto,  
Adicionar o produto ao carrinho,  
cadastro, comprar e entrega



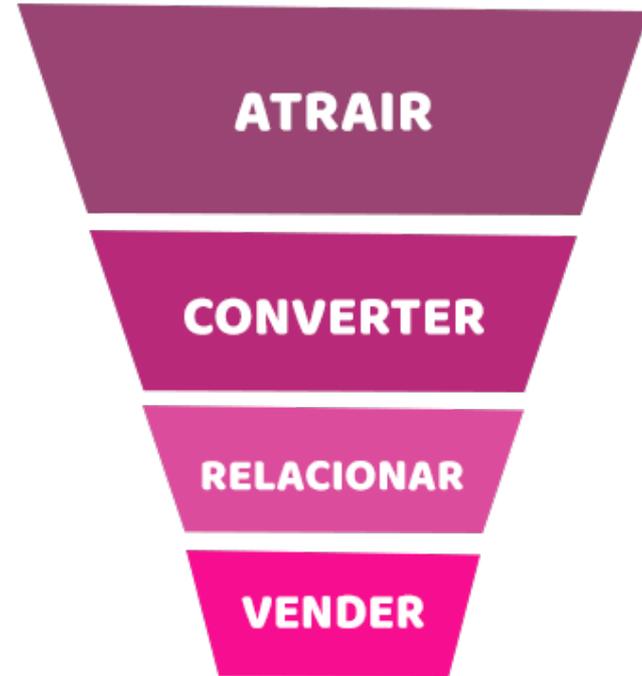


Diferentes  
"tipos de funis"

# AIDA



# Visão do Marketing e Vendas



## Visão do Cliente



AIDA

Visão do  
Marketing e Vendas

Visão  
do Cliente

**ATENÇÃO**

**ATRAIR**

**DESCOBERTA**

Topo do Funil  
de Venda

**INTERESSE**

**CONVERTER**

**RECONHECIMENTO  
DO PROBLEMA**

Topo do Meio  
de Venda

**DECISÃO**

**RELACIONAR**

**BUSCA DE  
SOLUÇÕES**

Fundo do Funil  
de Venda

**AÇÃO**

**VENDER**

**COMPRA**

# O que é jornada de compra?

ZMOT



# A jornada do cliente é composta por 4 etapas:



## Etapa 1: aprendizado e descoberta

Em um primeiro momento, o consumidor ainda não descobriu ou não enxergou a necessidade de um produto. Também pode não ter percebido uma oportunidade de negócio. Na primeira etapa da jornada, é preciso despertar, naquele consumidor, o interesse por determinado assunto. Dessa forma, será mais fácil guiá-lo até o produto final.

# A jornada do cliente é composta por 4 etapas:



## Etapa 2: reconhecimento do problema

Após algumas influências de aprendizado e descoberta, o consumidor percebe que ele precisa solucionar um problema que até então não sabia que era tão grande ou não compreendia que existia. Ele começa a perceber que aquela demanda possui algumas soluções simples. Nessa etapa, surge um interesse maior da parte do comprador em potencial, fazendo com que ele pesquise mais sobre o assunto.

# A jornada do cliente é composta por 4 etapas:



## Etapa 3: consideração da solução

Sabendo que ele possui um problema e precisa resolvê-lo, o consumidor começa a considerar a solução ideal para sua demanda. Depois de algumas pesquisas on-line, é natural ter se deparado com inúmeras soluções viáveis. É aqui que a empresa encerra a educação do cliente, mostrando que apresenta o melhor recurso para o problema. Assim, a ideia é que, na terceira etapa, o consumidor já saiba que possui um problema e qual é a sua devida solução. Se não houver uma relação apropriada com ele, o consumidor não vai buscar o produto que você colocou no mercado e a história do seu potencial cliente vai acabar aqui.

# A jornada do cliente é composta por 4 etapas:



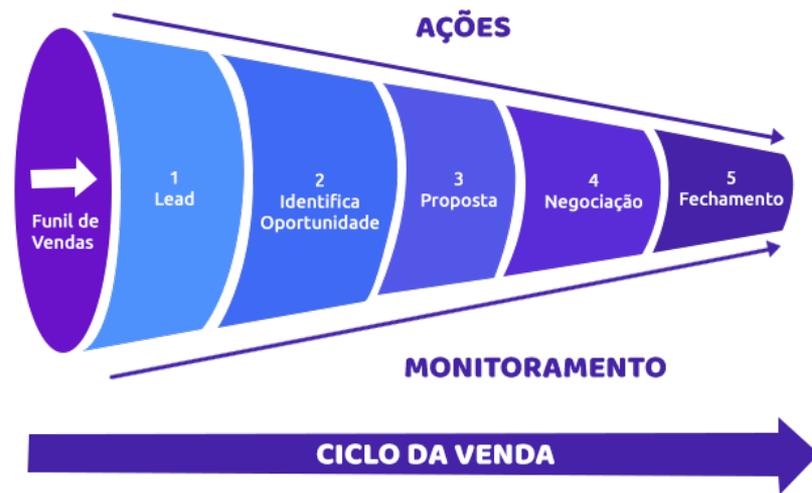
## Etapa 4: decisão de compra

Quando o consumidor chega à quarta etapa da jornada de compra, significa que está bastante interessado em adquirir a solução que a empresa apresenta. O ideal é mostrar as vantagens competitivas em relação ao mercado para conseguir conquistar esse consumidor.

VAMOS  
CONSTRUIR

# Onde nosso cliente muda de estágio?

Definir as etapas do processo de venda (pipeline/funil)



# Fluxo de cadência e Follow Up

Etapa	Pré-Conexão	MQL	SQL
Objetivo	Conseguir realizar a conexão com o prospect e qualificá-lo por perfil	Nutrir e educar o lead (qualif. por maturidade) e apresentar uma proposta	Fechar o negócio
Situação	Não houve contato prévio recente (3 meses ou menos) com o lead	Conexão realizada, perfil qualificado, necessita educação e apresentação de proposta	Já recebeu proposta, deve decidir entre assinar ou não
Fluxo de Cadência	2 dias	3 dias	7 dias
Duração	7 contatos	5 contatos	6 contatos

# Fluxo de cadência e Follow Up



# Estruturando/Definindo as etapas do funil de vendas

## Qualificação de leads

**SQL (Sales Qualified Lead)** - Bons Leads que estão com intenção de compra clara

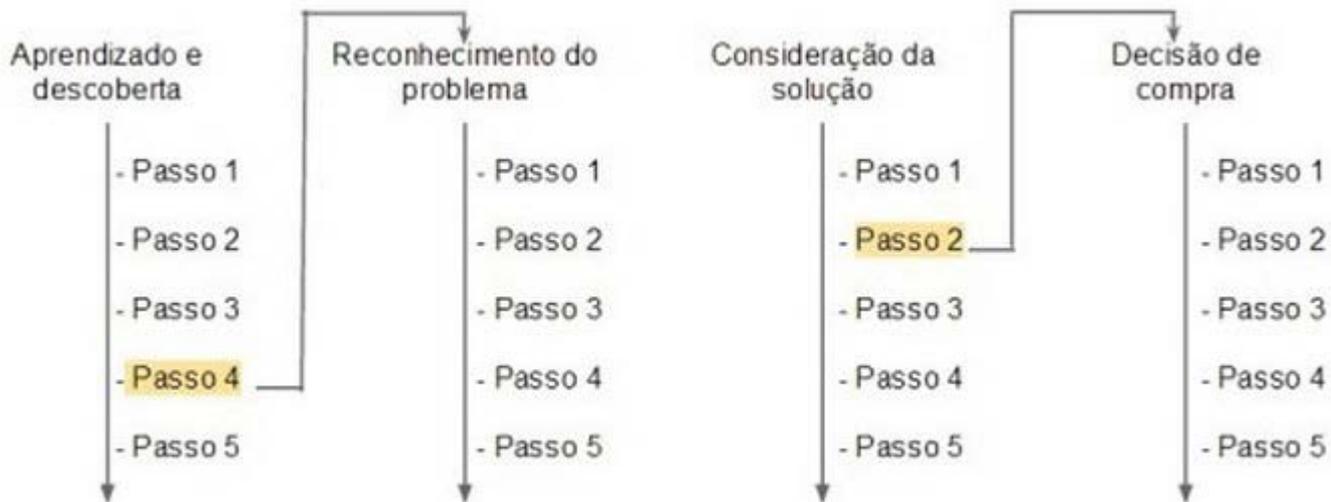
**MQL (Marketing Qualified Lead)** - Bons Leads que ainda não estão no momento certo da compra

**Leads ruins** para vendas (geralmente pessoas que apenas estão interessadas no seu conteúdo mas que não conseguiriam aproveitar seu produto)



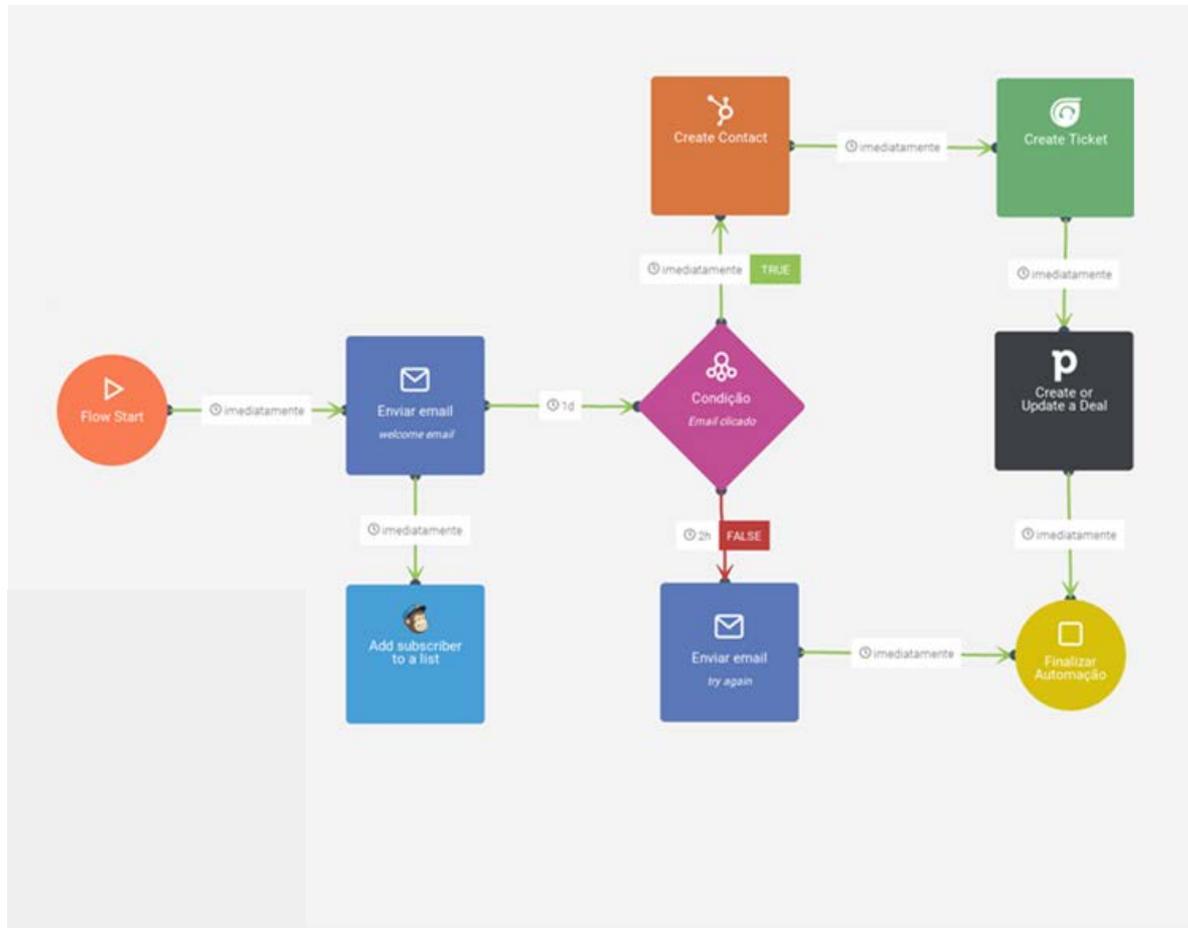
# Nutrição de leads

Fluxos de automação



# Nutrição de leads

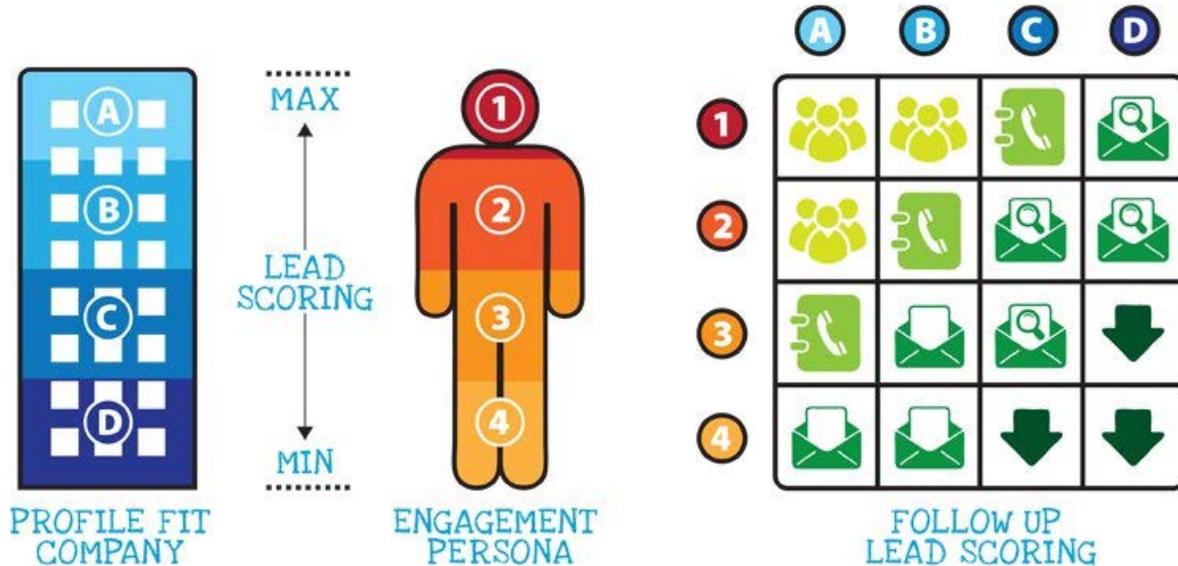
Fluxos de automação



# Nutrição de leads

Lead Score

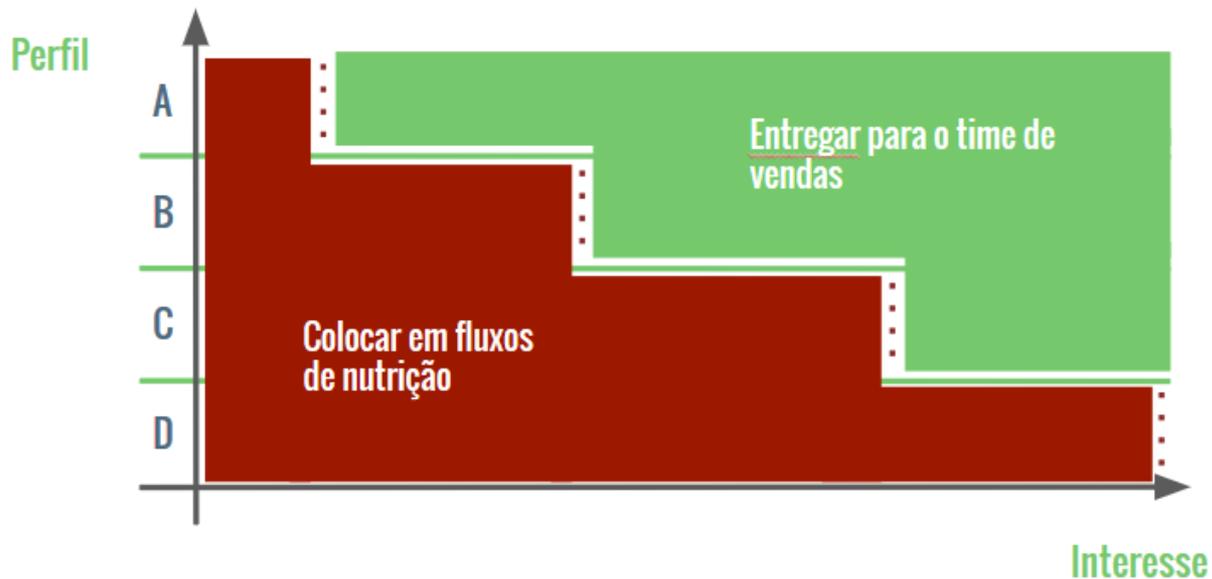
## LEAD SCORING MODEL



# Nutrição de leads

Lead Score

## O que fazer com cada perfil de Lead



DANDO  
VIDA

# Obrigado!



ORB.DIGITAL