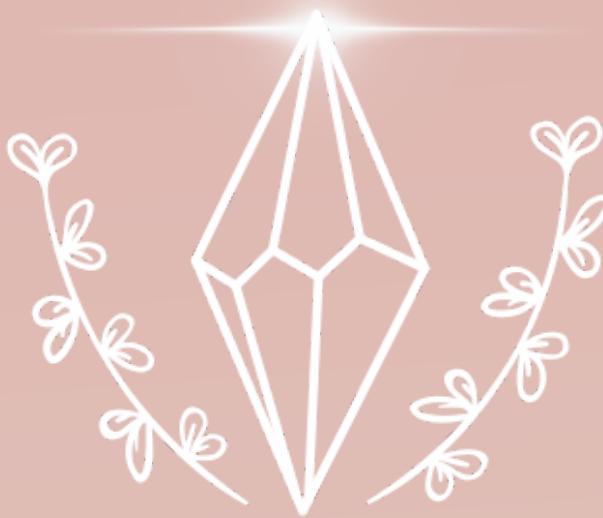


Aula 27/04

Funil de vendas descomplicado

Carolina Lucchetti _____



O que é funil de vendas?

Como você viu no módulo 5 do curso:

São as etapas que o cliente passa dentro de uma empresa. Ele começa na parte de ser atraído pela marca, depois se relaciona com ela e, finalmente, efetua a compra.

Vou usar o exemplo de uma loja no shopping para ficar mais claro!

Pense em um shopping

que você frequenta na sua cidade. Pense em um shopping.

Como você decidiu em qual loja ia entrar? Olhou a vitrine, certo? Esse é o topo do funil: a vitrine, o que chama atenção.

Depois de entrar na loja, você olha as opções, prova algumas peças. Esta se relacionando com a marca, conhecendo-a melhor. Esse é o meio do funil.

Agora, você decidiu comprar as peças que mais gostou. Esse é o fundo do funil.

Na internet, funciona da mesma forma. Só que a loja é o seu perfil do Instagram.

Etapas do funil de vendas

Então, o funil de vendas é composto por 3 etapas:

- Topo: atração de novas pessoas;
- Meio: relacionamento com a marca;
- Fundo: compra ou cadastro em uma lista (a pessoa se convenceu a tomar uma ação).

Por que aplicar o funil de vendas

Seja no Instagram ou em outra rede social, precisamos aplicar o funil de vendas na produção de conteúdo para não nos tornarmos aquele vendedor chato, que só fica empurrando um produto.

Outro exemplo que deixa clara a importância do funil: um relacionamento amoroso. Você não aceita um pedido de casamento de alguém que acabou de conhecer, né? Pro casamento sair, o casal precisa se sentir atraído um pelo outro (topo), se conhecer melhor (meio) para, finalmente, decidirem se vão passar o resto da vida juntos ou terminar (fundo).

Funil de vendas e os formatos de posts!

Cada etapa do funil de vendas tem um formato de post mais adequado, vou recomendar aqui pra vocês. Mas nada impede que você teste outras combinações, ok?

O importante é que você entenda o raciocínio por trás do funil. Sabendo como ele funciona, consegue brincar com os formatos.

Antes de eu sugerir as combinações, quero te perguntar uma coisa pra ver se você já entendeu o funcionamento do funil:

Funil de vendas e os formatos de posts!

Um vídeo de 3 minutos, postado ali na aba "Vídeos" do Instagram, é indicado para qual etapa do funil de vendas? Pode escolher mais de uma:

- Topo
- Meio
- Fundo

Funil de vendas e os temas dos posts!

- Topo de funil aborda temas que todo mundo concorda muito ou discorda muito. Exemplo: signos, memes, polêmicas (podem ser leves, como chocolate branco não é chocolate).
- Meio de funil é pra ensinar sobre o seu tema, tirar dúvidas e mostrar a pessoa por trás da marca. Exemplo: livro que estou lendo, em qual ordem fazer a entrega do pacote social media.
- Fundo de funil é pra falar sobre o seu produto, sobre um material gratuito ou sobre a lista de espera do seu serviço.

Funil de vendas e os temas dos posts!

Apesar das recomendações, a maioria dos temas podem ser abordados nas 3 etapas do funil. A etapa exata em que ele vai se encaixar depende mais do desenvolvimento do post do que do tema em si.

Claro que isso só se aplica aos temas relacionados ao seu trabalho. Se o post for sobre memes, signos, ou livro que você está lendo, não da pra fazer fundo de funil, né?

Funil de vendas e os temas dos posts!

Mas se for sobre o seu trabalho, é possível encaixar nas 3 etapas! Por exemplo, vamos fazer um post para uma fotógrafa. O tema será: luz natural ou artificial?

- Topo de funil: Pare de usar ring light!;
- Meio de funil: Passo a passo para uma iluminação perfeita nos seus stories;
- Fundo de funil: Fotos no estúdio ou ao ar livre? Você escolhe!

Onde postar topo de funil

Por ser um conteúdo que visa atrair muitas pessoas, ele precisa ser rápido!
Nada de se aprofundar aqui, ok?

O reels é a melhor opção para esse formato, pois entrega pra muitas pessoas.

Posts estáticos (com somente uma imagem) também caem super bem.
Mas pense em uma imagem que as pessoas vão querer compartilhar, ok?
Nada de postar uma selfie e esperar que as pessoas compartilhem!

Onde postar meio de funil

Nem só de feed vive o Instagram! Para o meio de funil, o story é o melhor lugar para postar. Você consegue se relacionar com a sua audiência e mostrar a pessoa por trás do perfil. Use as ferramentas de interação, como caixinha de perguntas e enquete.

No feed, posts carrossel performam super bem para ensinar mais sobre o seu tema e fazer com que a sua audiência queira saber mais sobre o seu conteúdo. Vídeos também podem ser uma boa opção!

Onde postar fundo de funil

O fundo de funil pode ser feito de todas as formas: vídeo, stories, post estático, carrossel. Até o reels vale o teste! Também pode ser feito tanto de forma direta quanto de forma indireta, falo mais sobre isso na aula de vendas e prospecção (módulo 10).

Venda direta: ofertar o produto. Você pode fazer um post sobre os benefícios, abrir uma caixinha de perguntas tirando dúvidas...

Venda indireta: mostrar feedback do cliente (sempre com autorização) ou contar um caso que aconteceu com algum cliente (sem citar nomes).

Onde postar fundo de funil

Importante lembrar que o fundo de funil nem sempre significa venda, ok? Você vai pedir que o cliente tome uma ação e, pra isso, ele precisa estar pronto, no fundo do funil.

Mas essa ação pode ser se cadastrar em uma lista de e-mails, por exemplo.

Falando em ação... E as CTAs?

Como casar a CTA com o funil de vendas?

Essa foi uma dúvida que uma aluna da 1ª turma trouxe e pediu pra eu incluir na aula, então aqui está!

Antes, precisamos deixar claro o que é CTA: chamada para ação (call to action em inglês, por isso a sigla). É o pedido que você faz ao leitor no final do texto. O que ele precisa fazer depois de ler: compartilhar, marcar um amigo, salvar, comentar, clicar em um link?

Falando em ação...

CTA topo de funil

Lembra que o topo de funil tem o objetivo de atrair novas pessoas? Com isso claro, qual CTA você acha que é adequada para esse objetivo?

Temos 3 opções de pedidos ao leitor:

- Compartilhar o conteúdo nos stories para que outras pessoas vejam o post;
- Marcar alguém que vai gostar daquele post;
- Enviar o post para um amigo.

Percebe que, nas 3 opções, estamos atingindo pessoas que não nos seguem? Ou seja, cumprindo o objetivo do topo de funil: atrair novas pessoas.

Falando em ação...

CTA meio de funil

Qual é o objetivo do meio de funil? Fazer com que as pessoas conheçam melhor a marca. Lembra do exemplo do shopping? Nessa etapa, a pessoa está provando as peças, vendo se gosta, entendendo como funciona... Qual CTA é adequada para esse objetivo?

Para aprofundar o relacionamento, temos algumas opções:

- Perguntar se o leitor tem alguma dúvida e pedir pra que ele deixe nos comentários;
- Falar que ele pode salvar o post para consultar quando necessário;
- Perguntar qual é a opinião dele sobre determinado assunto;
- Contar uma situação que aconteceu conosco e se ele já passou por algo parecido.

Falando em ação...

CTA meio de funil

No meio de funil, as perguntas podem ser das mais diversas! Vai depender do tema do post. Se for um post do tema pessoal, podemos falar que lemos tal livro, por exemplo, e perguntar se a pessoa já leu ou qual outro livro recomenda.

É essencial que a gente, social media, crie uma CTA específica para o tema de cada post, ok? Nada de copiar e colar a mesma CTA só porque o post é meio de funil.

Falando em ação...

CTA fundo de funil

No fundo de funil, o objetivo é que a pessoa clique em um link e faça alguma coisa: compre, efetue o cadastro, baixe um material gratuito...

Para deixar claro o que o leitor precisa fazer, você pode falar assim:

- Comente **#euquero** que vou te mandar mais informações por direct;
 - Clique no link da bio;
 - Me manda um direct.

SEMPRE adaptando para o tema do post, ok?

A CTA exige cuidados

Pense se a pessoa vai querer se expor e comentar o que você está pedindo ou se cabe pedir a ela enviar esse post para uma amiga.

Se o post tiver um tema mais delicado, como divórcio, prefira CTAs mais abertas. Por exemplo: se você quiser conversar sobre esse tema, estou à disposição no direct.

Funil de vendas no pacote social media

No briefing, o cliente te falou qual é o objetivo dele com o Instagram, certo? De acordo com a resposta dele, você vai criar um calendário que o ajude a atingir o que ele deseja.

Vamos supor que ele quer que mais pessoas conheçam o trabalho: vamos fazer bastante topo de funil!

Agora, se ele quer aumentar o engajamento, vamos focar no meio de funil.

Mas sempre use as 3 etapas, ok? 1 mês somente com uma etapa não é uma boa estratégia, precisamos mesclar.

Funil de vendas no pacote social media

Quantos posts de cada etapa? De novo: depende do objetivo!

Mas vou sugerir uma quantidade padrão para você ter uma ideia. Em um pacote de 16 posts, faço essa distribuição por SEMANA:

1 ou 2 posts topo de funil

1 ou 2 posts meio de funil (se tiver 1 post de topo, serão 2 de meio e vice-versa)

1 post fundo de funil

Existe regra para a ordem das etapas?

Não existe regra para a ordem dos posts, eu só tenho uma preferência de não fazer fundo de funil depois de um post topo de funil.

Porque, se o post viralizar, as pessoas vão ter a impressão que eu só quero vender alguma coisa. Preciso me relacionar com esses novos seguidores antes de fazer uma oferta.

Por isso, o funil de vendas é uma das funções mais importantes da social media. O cliente não tem essa percepção e, muitas vezes, esse é o motivo dele não ter um perfil engajado e não fazer vendas.

Checklist da semana

- Criar uma lista de 16 posts (4 por semana) respeitando o funil de vendas.
- Fazer 1 post de cada tipo no seu feed: 1 topo de funil, 1 meio de funil, 1 fundo de funil.
- Explore novos formatos: apareça nos stories, grave um vídeo, poste um reels...