

#EBOOK5

DESAFIO

METAMORFOSE DIGITAL



O FUNIL DE VENDAS COMO
ESTRATÉGIA PARA INSTAGRAM

**"VENDER NÃO É ALGO QUE VOCÊ
FAZ PARA ALGUÉM.
É ALGO QUE VOCÊ FAZ POR
ALGUÉM."**

Serumaninho,

vender é um obstáculo pra você? Te dá vergonha? Você trava na hora de expor seu preço? Você se sente inseguro de negociar? É comum que você não se sinta confortável vendendo, como se fosse uma coisa “errada”?

No passado, no começo da minha trajetória profissional, eu também sentia muita insegurança. Faltava confiança pra mim principalmente pra saber passar meu preço. Eu não gostava de vender, por achar invasivo. Mas, hoje, toda a minha percepção mudou e eu encaro esse processo como solução e prosperidade, pra você e pra quem você vende. As pessoas que te admiram querem ser ajudadas, elas precisam do seu produto.

Por isso é tão necessário que você saiba a importância do processo de vendas e de como utilizar isso a seu favor, atraindo as pessoas que precisam de você na vida delas. Vender no Instagram não é uma arte restrita a poucas pessoas: todos nós precisamos ser os maiores divulgadores do nosso trabalho, e isso não é tão difícil quanto parece. Você só precisa seguir o método, ter energia e dedicar muito amor para seu Instagram, que é a sua casa!

Você precisa sair do casulo, expandir a sua mentalidade e sentir prazer em oferecer seu trabalho! Vender não é e nem deve ser tabu. Muito pelo contrário: a venda te liberta.

Se você domina um assunto, não se sinta envergonhado e venda sua habilidade. As pessoas querem ser ajudadas e não é errado ser próspero: a venda é o mecanismo que une essas duas pontas.

Se você confia no seu produto, se é bom em algo, venda! Os resultados financeiros do seu trabalho te proporcionam muitas coisas maravilhosas pra você, pra sua família, pra sua comunidade, sua igreja ...

O poder da venda é gigante e impacta direta e indiretamente muitas pessoas, então não se sinta envergonhado e não encare a venda como algo invasivo.

Sabendo da importância dessa relação comercial, é igualmente necessário saber que, não importando o que você vende, existe um processo para que você complete a venda de forma efetiva. Esse processo pode ser “desenhado” no que a gente chama de funil de vendas. Conhecendo ele, você vai ter mais clareza sobre como atingir as pessoas de forma efetiva.

Vamos lá?!

A DEFINIÇÃO DO NICHÃO NO PROCESSO DE VENDA

Antes de qualquer coisa, pra que você tenha vendas direcionadas, é importante saber em que lugar você está instalado dentro do setor de comércio. Existem quatro categorias e você pode pensar dentro de quais você se encaixa. Isso é importante porque, sabendo exatamente o que você faz, você sabe melhor a que público você atende e que tipo de pessoas você deve atrair.

• **MERCADO:** É a categoria mais ampla em que um produto ou serviço pode ser ofertado/oferecido.

EXEMPLOS:

- **Construção**
- **Saúde**
- **Alimentício**

• **SEGMENTO:** São as pequenas divisões e diferentes caminhos que podem ser seguidos dentro de um mercado.

EXEMPLOS:

• Dentro do mercado de Construção, temos, por exemplo, estes segmentos:

- **Arquitetura**
- **Loja de Materiais de Construção**
- **Imobiliárias**
- **Incorporadoras**

* **NICHÃO:** É um recorte ainda menor dentro desse grupo de segmentação que você escolheu.

EXEMPLOS:

* Dentro do mercado de Construção e do segmento de Arquitetura, temos, por exemplo, estes nichos:

- **Projetos de Interiores**
- **Loja de Adornos**
- **Paisagismo**
- **Iluminação**

• **MICRONICHO:** É um recorte ainda menor dentro do nicho que você escolheu.

EXEMPLOS:

• Dentro do mercado de Construção, do segmento de Arquitetura e do nicho de Projetos de Interiores, temos, por exemplo, estes micronichos:

- **Projetos Infantis**
- **Projetos de Banheiros**
- **Especialista em Revestimento**

Você, serumaninho, é livre para escolher um nicho ou micronicho. Inclusive, é livre para optar por nem ter um micronicho. Definir um micronicho só é bacana porque a especialização costuma te proporcionar mais possibilidades e te destacar no meio de gigantes que atuam em segmentos mais amplos, mas você pode optar também por ampliar sua área de atuação, se preferir.

Essa escolha só depende de você, a partir de uma avaliação das suas inclinações, tem que avaliar seus gostos, suas habilidades...

E lembre que isso não é fixado. Sempre é possível fazer uma transição. Não se cobre por “acertar” de primeira, porque não tem problema algum em mudar de rota. Definir um nicho não é ser refém dele pro resto da vida.

FUNIL DE VENDAS

Quando eu comecei, eu não fazia ideia de como funcionava um processo de vendas no Instagram ou como funcionava uma estratégia de retenção de seguidores. Tudo que eu atingi foi conquistado porque dediquei muita energia.

Mas a boa notícia é que, hoje, esse trajeto já está mais do que validado e você pode percorrer o mesmo caminho de uma forma bem mais rápida! Pra isso, você precisa entender que o Instagram é um meio, não uma finalidade, e que através dele você precisa potencializar sua voz, sua marca, direcionando conteúdo específico para cada grupo de pessoas do funil de vendas.



O que você está fazendo de errado?

- “Compre meu produto”
- “Compre meu produto”
- “Compre meu produto”
- “Compre meu produto”
- “Compre meu produto”

O que você está fazendo certo?

- “Olha essa dica!”
- “Vem conhecer minha história!”
- “Vou te ajudar com esse problema”
- “Eu também tive essa dificuldade; vá por esse caminho!”
- “Compre meu produto”

Se você conseguir equilibrar essa distribuição de conteúdo sem focar em vender o tempo inteiro, as pessoas que se atraem pelo seu produto vão chegar até você sem que você precise ser invasivo ou ficar forçando a barra.

Então, vamos às fases do funil?!



SEGUIDORES NOVOS

ATRAIR/ATENÇÃO

ATRAIR, CRESCER
SER ENCONTRADO
AUMENTAR A SUA
BASE DE SEGUIDORES



TOPO DO FUNIL

Aqui ficam as pessoas que acabaram de chegar ao seu perfil, que ainda estão te conhecendo, ainda estão inconscientes sobre o que você faz.

PROMOTORES

Esse é o momento ideal de atrair e chamar atenção, então tenha em mente que é importante ser visto, ser encontrado. Aplicando isso ao Instagram, você precisa ver, por exemplo, se seu nome de perfil e seu username estão adequados. Eles facilitam alguém a te encontrar? Buscando na lupa eu consigo te achar pelo serviço/produto que você oferece?

O topo do funil é como se fosse uma paquera de balada, que você avista de longe. Aqui, a primeira impressão é muito importante e ela precisa impressionar pra que a pessoa tenha interesse em continuar te acompanhando. É aqui que você precisa analisar se o seu perfil é bonito, se o seu conteúdo é relevante...

VISITANTES

RETENÇÃO

LEADS

CONVERTER

APROFUNDAR, GERAR
VALOR, ENGAJAR E
FIDELIZAR



OFERECER SEUS PRODUTOS,
SERVIÇOS, SOLUÇÕES



MEIO DO FUNIL

Ainda no exemplo da balada, aqui é onde você começa a construir um relacionamento, é quando você conversa por mais tempo, quando tem os primeiros encontros... Se o papo for ruim ou as ideias forem muito conflitantes, você, ou a pessoa, deve decidir se afastar.

Ou seja, nessa etapa do funil você realmente filtra as pessoas que devem estar com você. Não queira seguidores a todo custo. Respeite os processos e não busque atalhos, porque eles geralmente são frágeis e te trazem falsas sensações de sucesso.

FIDELIZAR

SEGUIDORES QUE PROPAGAM
E AMPLIFICAM A SUA MARCA,
SUA VOZ, SEUS PRODUTOS OU
SERVIÇOS

FUNDO DO FUNIL

Aqui é onde você fideliza e cria laços, é onde o relacionamento é mais sério, onde a conexão é mais forte.

Nessa etapa do funil, você precisa captar leads. Os leads são os seus clientes em potencial, são as pessoas que ainda não são seus alunos, seus clientes, seus consumidores, mas que tem todo o potencial pra se tornarem, porque já estão num nível de conexão mais forte com você.

Captar leads significa que você precisa buscar uma outra forma de contato com a pessoa, que você precisa gerar outro ponto de contato. O mais comum é pedir email e/ou whatsapp. Sabe quando alguém oferece um ebook, uma aula gratuita ou um desafio e, pra se inscrever, você deixa seu email numa página de cadastro? Ou quando alguém te convida pra entrar num grupo do whatsapp ou do telegram e pede seu email ou telefone? Isso é captar leads. A pessoa já se interessou por alguma coisa que você deu de graça e já permitiu que você tenha outro contato dela além do Instagram.

Reunir essas informações sobre seus leads é uma maneira de qualificar, uma maneira de dar a eles atenção especial. É uma forma de filtrar, entre os seus seguidores, as pessoas que estão mais propensas a comprar de você.

As informações que você colhe vão depender do seu negócio, então pode ficar livre. E-mail e celular são as mais comuns.

O fato é: muitas vezes as pessoas já te vêem como borboleta e só você não se enxerga assim. As pessoas não compram seu produto só pelo seu produto: elas compram o seu produto por se identificarem com você, então aposte nessa conexão verdadeira.

Lembre também que faturamento e prosperidade não estão diretamente ligados à sua quantidade de seguidores. Não se apegue a essa métrica, porque isso muitas vezes se torna só uma crença limitante. Tudo depende da sua forma de monetizar. O @aluguelfamiliar é um bom exemplo de perfil que fatura bem com poucos seguidores.

Seja sempre caprichoso e não espere crescer em número para dar o seu melhor. Faça o seu melhor agora!

Para manter as pessoas que chegaram no fundo do funil lá, você precisa saber que a hora de fidelizar o seu público é no pós-venda. Cuide do seu cliente mesmo após ele se tornar cliente. Ele é o que existe de mais importante porque é o resultado do seu trabalho, porque vivenciou a transformação que você pode proporcionar. Além disso, uma pessoa está mais propensa a comprar uma coisa de você quando já é sua cliente: é mais fácil manter alguém no fundo do funil do que trazer alguém lá do topo.

OS TIPOS DE CONTEÚDO PARA CADA ETAPA DO FUNIL

É importante equilibrar os conteúdos de acordo com as demandas do funil. Não espere quantidade, para investir em qualidade. Se você fizer uma boa distribuição de conteúdo, sem fazer uma venda agressiva, os resultados vão vir.

Então, tenha sempre em mente quais os conteúdos adequados para cada etapa do funil. Dessa maneira, você pode ser bem mais estratégico!

• **TOPO DO FUNIL:** Se é aqui que você tem que atrair, chamar atenção, aposte em conteúdos mais compartilháveis, mais virais, mais leves.

- > **divulgue frases de motivação, frases que impulsionam as pessoas**
- > **faça montagem criativas ou conteúdos mais divertidos, que chamem atenção**
- > **mostre suas roupas, estilo, a forma como você enxerga o mundo**

• **MEIO DO FUNIL:** Como aqui é onde você começa a construir relacionamento, não tenha vergonha da sua história. Isso faz parte de quem você é e dos relacionamentos que você constrói. Mostrar suas vulnerabilidades e suas superações vai te tornar uma pessoa mais confiável pra quem está te acompanhando.

- > **compartilhe suas superações**
- > **fale de coisas que você ama e com que o público pode se identificar**
- > **trate de transformações importantes para você**
- > **fale sobre suas conquistas e os caminhos que levaram a elas**

• **FUNDO DO FUNIL:** Como nessa etapa a conexão já existe, invista em conteúdos que tenham o objetivo de conversão para as pessoas que estão preparadas para se tornarem seus clientes. Nessa etapa, as pessoas já estão tão bem nutridas com os seus conteúdos e já acreditam tanto na transformação que o seu produto/serviço pode oferecer que vender fica muito mais fácil e as pessoas não se ofendem com o preço porque realmente reconhecem o valor do que você oferece.

> **mostre sua história, quem é você**

> **dê ensinamentos valiosos**

> **distribua conteúdos/materiais de valor, como e-books e desafios**

Em nenhuma etapa, mas nessa em especial, você deve ser mesquinho. Entregue um ebook realmente caprichoso, faça as melhores lives que puder, crie um material bonito e cheio de conteúdo interessante! As pessoas vão valorizar sua dedicação.

A VENDA COMO CANAL DE TRANSFORMAÇÃO

O medo de vender é um dos grandes inimigos no digital, mas ele não teria todo esse poder se a gente entendesse de verdade o poder de uma venda.

Talvez você tenha muito medo porque não encara a venda como ela realmente é: uma aliada. Ela é sua melhor amiga no processo de gerar transformação nas pessoas através do seu produto ou serviço.

O medo só se instala quando você perde essa clareza de propósito e começa a duvidar de você mesmo ou do potencial do que você oferta. A maioria das pessoas que não vendem não têm um bloqueio externo: elas sentem um bloqueio em si mesmas.

Por isso, acredite na transformação que você vende pras pessoas e, mais do que isso, tenha orgulho dela! Os grandes vendedores são aqueles que transmitem verdade e paixão pelo que vendem.

Se esse medo te paralisa, comece a exercitar sua inteligência emocional, estude mais, se aprimore mais, desenvolva ainda mais o seu produto/serviço e ganhe mais autoconfiança.

Vender não é errado. É um meio maravilhoso pra que você possa ajudar mais pessoas e colher os frutos do seu trabalho de forma justa. Vender não é algo que você faz **PARA** alguém. É algo que você faz **POR** alguém.

Voltando nossos olhos pro que realmente importa, gerando conteúdo de valor e criando conexões verdadeiras, vender nunca mais vai ser um medo: vai ser uma esperança de gerar transformação real!

DESAFIO

METAMORFOSE DIGITAL

