

# Estrutura do funil de conversão

EW  
C\

**ROCKY**  
FULL DIGITAL PERFORMANCE



## Conceitos



**Comportamento  
do cliente**



**Jornada do  
consumidor**

## Estrutura do funil



- **Consciência (Awareness):** o usuário reconhece ou é convencido de que tem um problema
- **Interesse/Favorabilidade:** soluções para sua necessidade
- **Consideração:** considerar alternativas
- **Conversão:** realização da compra
- **Retenção/Recompra:** Manter o bom relacionamento com o cliente após a venda

## Estrutura do funil



Cada negócio um funil



**Cada negócio possui um funil de conversão específico**

**As particularidades influenciam as ações dos consumidores, moldando um comportamento de compra específico**

## Identificando o funil



- **Coloque-se no lugar do seu consumidor:** Tipo de problema, como procura, por quais mídias pode ser impactado, onde navega?
- **Análise:** acompanhar o comportamento do seu usuário. coleta, organização, análise e monitoramento de informações que serão essenciais para tomadas de decisões e alterações.
- **Leve tudo em consideração:** tenha visibilidade completa da jornada do seu usuário.

Atuando no funil



**Consciência  
(Awareness)**

**Favorabilidade/  
Interesse**

**Consideração**

**Conversão**

**Retenção/  
Recompra**

## Atuando no funil



## Atuando no funil



## Atuando no funil



## Atuando no funil



## Atuando no funil



## Definindo etapas - Exemplos



## Alinhamentos



- ✓ Plano de mídias pensado em diferentes etapas do funil
- ✓ Alinhamento de expectativas
- ✓ Mídias adequadas para atingir o usuário no momento ideal
- ✓ Performance de cada mídia

A large, yellow graphic is positioned on the left side of the image. It consists of several interlocking geometric shapes, including circles, triangles, and rectangles, arranged in a circular pattern. The graphic is set against a white brick wall background.

**obrigada**