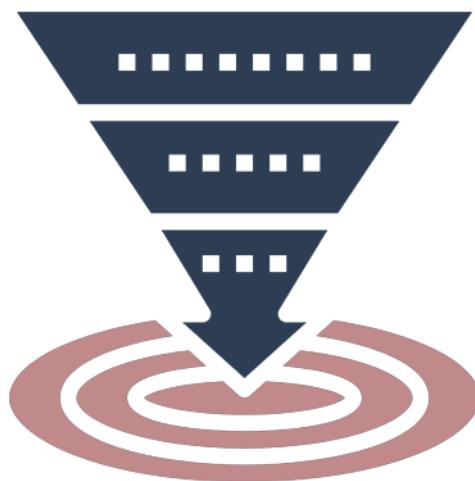


100 PASSOS 3.0

FUNIL DE *Vendas*



RESUMO

Não precisamos dificultar muito quando se trata de conversão em rede social. Pensar em três etapas do funil são mais que suficientes para o conteúdo.

Quando pensamos em estruturar o conteúdo seguindo o modelo do funil de vendas, estamos querendo aumentar o nível de consciência do cliente. Tem muita gente que chega ao seu perfil sem nenhum conhecimento do assunto que você aborda. Trabalhar o funil é elevar o nível de consciência dessas pessoas para quando você oferecer a sua oferta elas estejam prontas para comprar. Toda essa preparação para a venda você vai fazendo ao longo do seu conteúdo.

Estruturas do Funil:

TOPO DE FUNIL:

Conteúdo que chama gente nova para o seu perfil. São conteúdos mais leves, mais virais que ajudam o seu perfil crescer organicamente. São conteúdos que estimulam os seguidores a marcarem outras pessoas ou a compartilharem com outras pessoas. É uma maneira de fazer o seu conteúdo, que estava restrito a somente às pessoas que te seguem, circularem para outras pessoas também.

Os reels tem sido ótimos para isso, pois o algoritmo está empenhado em trazer gente nova para o seu perfil. Posts que viralizam são aqueles que ou as pessoas concordam ou discordam muito. Usar signo tem sido muito bom para topo de funil.

► Exemplo de topo de funil para um advogado:

Conteúdo: Saiba se você tem direito ao auxílio emergencial.

CTA: Encaminhe para alguém que você conhece que tem direito ao auxílio emergencial.

► Exemplo de topo de funil para psicóloga:

Conteúdo: Você conhece os sinais da depressão?

CTA: Compartilhe com alguém que possa ter interesse nesse conteúdo.

► Exemplo de topo de funil para cabeleireira:

Conteúdo: O tratamento mais eficiente para o cabelo loiro que está danificado.

CTA: Marque sua amiga loira que vai amar saber disso.

► **Exemplo de topo de funil para uma loja:**

Conteúdo: Por que ruiva combina com verde?

CTA: Marque a sua amiga ruiva que fica um escândalo quando está usando uma roupa na cor verde.

► **Exemplo de topo de funil para quem trabalha com comida:**

Conteúdo: Por que algumas pessoas odeiam coentro?

CTA: Marque aqui embaixo alguma pessoa que odeia coentro.

MEIO DE FUNIL:

Conteúdo que cria e aprofunda relacionamento. É onde você vai gerar valor, vencer objeções, mostrar porque o que você vende é maravilhoso. É onde você vai construir mais relacionamento e preparar a pessoa para a compra.

Normalmente, a CTA no meio de funil é querendo saber alguma coisa da sua audiência. Faça perguntas interessadas que vão te ajudar a criar conteúdo e fazer mais vendas. Deixe sua audiência saber o porquê você está perguntando. As pessoas têm preguiça com a interação, mas para ajudar elas são muito solícitas. Peça ajuda nos stories, diga que está fazendo uma pesquisa e pergunte abrindo caixinha. As pessoas amam dar palpite/ajudar.

No meio de funil você trabalha tanto com o algoritmo que vê que tem engajamento na sua conta e distribui mais seu conteúdo, quanto você reforça o seu relacionamento com sua audiência. Meio de funil é o conteúdo mais fácil de fazer. É quando você fala sobre seus bastidores, suas referências, seus estudos, fala sobre o que você tem aprendido.

Não julgue se sua audiência vai ter interesse em determinado conteúdo ou não, vai lá e faz, antes de fazer não dá para dizer se interessa ou não à sua audiência.

► **Exemplo de meio de funil para loja de acessórios:**

Conteúdo: Como conservar suas peças? Como fazer combinações de colar curto com longo? Que tipo de colar favorece mais para seios grandes e pequenos? Que tipo de decote é ideal para cada colar? Dá para misturar prata com dourado?

CTA: Você costuma ter alergia com as peças? Tem algum truque que você usa para conservar mais as suas peças?

► **Exemplo de meio de funil para nutricionistas:**

Conteúdo: O glúten é ou não é um vilão?

CTA: Você sente alguma diferença na sua digestão? Você sente que melhora quando você come ou não come glúten?

► **Exemplo de meio de funil para confeiteira:**

Conteúdo: Qual a diferença do glacê para uma outra cobertura? Coberturas para bolo de cenoura.

CTA: Você gosta do bolo de cenoura com cobertura mais durinha ou mais cremosa?

► **Exemplo de conteúdo para dentista:**

Conteúdo: Fale sobre botox, preenchimento, colágeno, bichectomia.

CTA: Conhece alguém que fez uma bichectomia e se arrependeu? Por que você tem medo de fazer bichectomia? Você sente que atrapalha alguma coisa na sua mastigação?

FUNDO DE FUNIL:

Você já tem um relacionamento, conhece bem o seu cliente, seu cliente já conhece bem você, você já captou as necessidades dele, você já entendeu qual é a dor que resolve e já mostrou pra ele, chega então o momento de apresentar a sua proposta, a sua oferta, ou seja, é chegado o momento de fazer a venda.

O fundo de funil para quem vende produtos e serviços, no geral, é fácil de fazer. Coloque fotos boas. CTA: Faça sua encomenda. Faça seu pedido. Link na Bio.

Médicos, dentistas, advogados, psicólogos terão um pouco mais de dificuldade para fazer o fundo de funil, pois não podem fazer uma chamada para a ação estratégica. É preciso ler o seu código de ética. Poste fotos suas bem bonitas no seu escritório/consultório mostrando o seu trabalho, mostrando que está atendendo. O seu fundo de funil é bem subliminar, deixando uma leve vontade/curiosidade no seu cliente, mostrando seu trabalho de forma indireta, sutil.

Lembre-se: Esse é um modelo que serve para você fazer a montagem do seu conteúdo, considerando os níveis de consciência do seu cliente, mas não significa que necessariamente quem chegar no topo de funil vai passar por toda a trajetória. Não é todo mundo que entra no seu perfil que vai comprar de você.