



QUALIFIED LEADS

TOP OF FUNNEL

QUALIFIED LEADS



T:36



393

MIDDLE OF FUNNEL

MIDDLE OF FUNNEL



MIDDLE OF FUNNEL



BOTTOM 200

**CAPTURANDO LEADS
ERRADOS? DESCUBRA
COMO RESOLVER ISSO!**

Aprenda como atrair leads
qualificados e aumentar
suas vendas com os
conteúdos certos.



COMO CAPTURAR LEADS QUALIFICADOS COM CONTEÚDO CERTO PARA CASA FASE DO FUNIL.

Tudo começa com a criação de personas. Elas representam seus clientes ideais e te ajudam a falar diretamente com quem realmente importa!

Os exemplos foram criados com base em um catálogo de produtos de um cliente que atua com produtos para organização da casa, eles oferecem uma ampla gama de produtos aramados, soluções de organização e itens decorativos. Essas sugestões de conteúdos para cada fase do funil de marketing, são facilmente adaptados para no mercado brasileiro.



1 - Aprendizagem e Descoberta

Conteúdo:

Artigos de blog, posts em redes sociais ou infográficos sobre a importância da organização no dia a dia e seu impacto no bem-estar e produtividade.

Exemplos:

"Como uma casa bem organizada pode aumentar sua produtividade"

"A importância de produtos aramados na criação de um ambiente minimalista e funcional"

Objetivo:

Educar o público sobre o valor da organização e apresentar os tipos de produtos que a empresa oferece.



2 - Interesse

Conteúdo:

Vídeos explicativos, tutoriais ou estudos de caso mostrando como os produtos da empresa podem ser usados em diferentes ambientes (cozinhas, salas, banheiros, etc.).

Exemplos:

"Transforme sua cozinha com as soluções modulares de organização da nossa empresa"

"Como utilizar prateleiras decorativas para deixar sua sala mais prática e estilosa"

Objetivo:

Despertar interesse demonstrando aplicações práticas dos produtos e os benefícios, como durabilidade e fácil instalação.



3 - Consideração

Conteúdo:

Comparativos, guias detalhados e depoimentos de clientes explicando por que os produtos da empresa se destacam frente à concorrência.

Exemplos:

"Por que escolher prateleiras aramadas em vez de prateleiras tradicionais de madeira?"

"Depoimentos de clientes: Como as prateleiras decorativas da empresa transformaram minha casa"

Objetivo:

Ajudar os potenciais clientes a considerar os produtos da empresa como a melhor opção para suas necessidades de organização e decoração.



4 - Intenção

Conteúdo:

Demonstrações de produtos, promoções por tempo limitado, posts e newsletters focados nas características e vantagens dos produtos.

Exemplos:

"Guia passo a passo para instalar suas prateleiras em menos de 30 minutos"

"Aproveite 10% de desconto na sua primeira compra: Organize sua casa hoje!"

Objetivo:

Estimular a intenção de compra, fornecendo informações detalhadas e ofertas atrativas.



5 - Avaliação

Conteúdo:

Perguntas frequentes (FAQs), comparações detalhadas e avaliações de clientes, abordando preocupações comuns, como capacidade de peso e facilidade de montagem.

Exemplos:

"Quanto peso nossas prateleiras aramadas suportam? Descubra tudo aqui"

"O que dizem nossos clientes sobre as prateleiras decorativas da empresa"

Objetivo:

Superar possíveis dúvidas dos clientes antes da compra.



6 - Negociação

Conteúdo:

Atendimento via chat, consultorias personalizadas e campanhas de email oferecendo pacotes de produtos ou descontos exclusivos.

Exemplos:

"Agende uma consultoria gratuita com nossos especialistas em organização"

"Compre 2 e leve 3: Promoção especial em soluções de armazenamento"

Objetivo:

Facilitar o fechamento da compra oferecendo incentivos ou respondendo a dúvidas finais.



7 - Compra

Conteúdo:

Emails de agradecimento, guias de montagem e pesquisas pós-compra.

Exemplos:

"Obrigado por sua compra! Veja como montar suas prateleiras com facilidade"

"Queremos saber sua opinião: Avalie sua experiência com a empresa"

Objetivo:

Garantir uma experiência de compra tranquila e coletar feedback para melhorias.



8 - Satisfação

Conteúdo:

Emails de acompanhamento com dicas sobre como aproveitar ao máximo os produtos, instruções de cuidado e convites para compartilhar fotos nas redes sociais.

Exemplos:

"5 maneiras criativas de usar suas novas prateleiras"

"Compartilhe fotos de sua organização e seja destaque nas nossas redes sociais!"

Objetivo:

Garantir a satisfação dos clientes e incentivá-los a engajar com a marca após a compra.



9 - Recompra

Conteúdo:

Ofertas exclusivas para clientes recorrentes e recomendações de produtos complementares com base nas compras anteriores.

Exemplos:

"Adorou nossas prateleiras? Conheça agora a nossa linha de organização para cozinhas"

"Desconto de 15% na sua próxima compra como agradecimento por ser um cliente fiel"

Objetivo:

Incentivar a recompra com descontos exclusivos e sugestões de produtos complementares.



10 - Lealdade

Conteúdo:

Programas de fidelidade, bônus por indicação e conteúdos que valorizem a comunidade, como fotos e depoimentos de clientes.

Exemplos:

"Participe do Programa de Fidelidade da empresa e acumule pontos em cada compra"

"Indique um amigo e ganhe um item exclusivo de decoração"

Objetivo:

Construir lealdade à marca e transformar clientes em embaixadores que recomendem a empresa para amigos e familiares.



Essas sugestões têm como foco conduzir o cliente desde o primeiro contato até a fidelização, sempre alinhadas com as soluções de organização e decoração oferecidas pela empresa.

Agora faça um exercício com a sua empresa. Altere os exemplos para sua realidade..

Leads qualificados são a base para o sucesso de uma estratégia de marketing digital. Investir na criação de personas, personalização de conteúdo e uso de automação são passos cruciais para garantir que seus leads avancem no funil de vendas e se convertam em clientes fiéis. A combinação de mídia paga e SEO acelera esse processo, enquanto a mensuração constante das ações assegura que a estratégia permaneça alinhada com os objetivos de negócio.



💬 Ficou com dúvidas sobre como melhorar seus leads?

Fale conosco ou confira o artigo completo no link:

multiestrategia.com.br/bio



CONSULTORIA DE
MARKETING