

Funil de vendas relacionado à persona

TOPO DO FUNIL –APRENDIZADO E DESCOBERTA

Esse é o início da jornada de compra, nesta etapa é possível que a Persona nem saiba ainda que necessita comprar algo. Nesse estágio de aprendizado e descoberta a intenção da Persona é compreender sobre algum problema que ela está passando. Então irá tirar suas dúvidas, procurar aprender novos conceitos que irão ajudar a entender melhor sobre o tema que está pesquisando.

É a etapa onde o cliente ainda está descobrindo sobre a sua dor, os conteúdos mais indicados para o topo do funil são publicações nas redes sociais, vídeos, posts em blogs e infográficos.

Utilizando da estratégia de conteúdos que sejam fáceis de consumir ficará mais fácil de educar o seu público e ajudá-lo a descobrir o suficiente para querer saber mais. Importante mencionar que no topo do funil você não deve divulgar ainda os seus serviços e produtos, pois a Persona ainda não está pronta para comprar, ela está buscando informações para resolver o seu problema.

MEIODO FUNIL – CONSIDERAÇÃO E INTENÇÃO

Na segunda etapa da jornada a Persona já se interessou pelo assunto e entendeu qual é o seu problema, então ela passará a procurar a melhor solução.

Nesse momento, a sua estratégia de conteúdo deve estreitar a relação com o sua Persona. No meio do funil ela ainda não está preparada para comprar, mas é provável que ela dê um passo à frente na intenção de compra.

Nesta fase vale investir em conteúdos mais elaborados, materiais ricos, como e-books, webinar, e-mails segmentados ou conteúdos

interativos. Utilizar da estratégia de uma landing page, oferecendo uma recompensa que a Persona enxergue valor faz com que ela esteja mais disposta a dar as informações que a sua empresa precisa, assim você terá um lead mais qualificado.

Porém, após conseguir as informações dos leads é preciso manter o interesse da Persona na compra. Uma estratégia pode ser em criar fluxos de e-mails recorrentes e posts nas redes sociais, com isso a intenção de comprar vai aumentar até ir para a última etapa do funil.

FUNDO DO FUNIL – AVALIAÇÃO E DECISÃO.

Chegamos à etapa de decisão de compra. Até aqui você gerou muitos leads e nutriu eles com materiais de qualidade e estão preparados e decididos a realizar a compra, ou, adquirir uma solução para o seu problema.

Nessa etapa ele decidirá qual a melhor alternativa para finalizar a compra e, finalmente, se tornar um cliente. É estratégico que você continue produzindo conteúdos mesmo chegando a etapa

final do funil. Esses conteúdos podem ser demonstrações do produto, pesquisas de mercado, estudos de caso, provas sociais (depoimentos de outros clientes que já adquiriram ou usaram seu produto ou serviço) ou páginas dedicadas a falar do seu produto.

IMPORTANTE: Nessa fase, mostre-se disposto a facilitar a compra do cliente. Não complique o processo de compra com muita burocracia, pedidos de muitas informações ou diferentes etapas que o cliente deve cumprir para comprar o seu produto ou serviço. Lembre-se de facilitar o processo de compra, quanto mais simples e rápido, mais provavelmente o lead irá fazê-lo.