

A Internet e o marketing digital

- ✓ principal ferramenta de marketing para empresas
- ✓ democratização das informações
- ✓ maior exposição em nichos específicos



- »»» Cliente em potencial
- »»» Oportunidade de negócio

O que é
um lead?



Desafios e Problemas



Etapas da conquista

Da prospecção à conversão em cliente de fato

Para além do marketing: uso de ferramentas

Gerenciamento do processo de atração

Tópicos Fundamentais

- »»»»» Acesso a leads qualificados e interessados nas propostas de negócio
- »»»»» Centralização das informações
- »»»»» Rastreamento do processo de conversão de leads em clientes de fato

Prospecta

Acesso a formulários
objetivos para captação de
dados e interesses de leads
de todo o Brasil

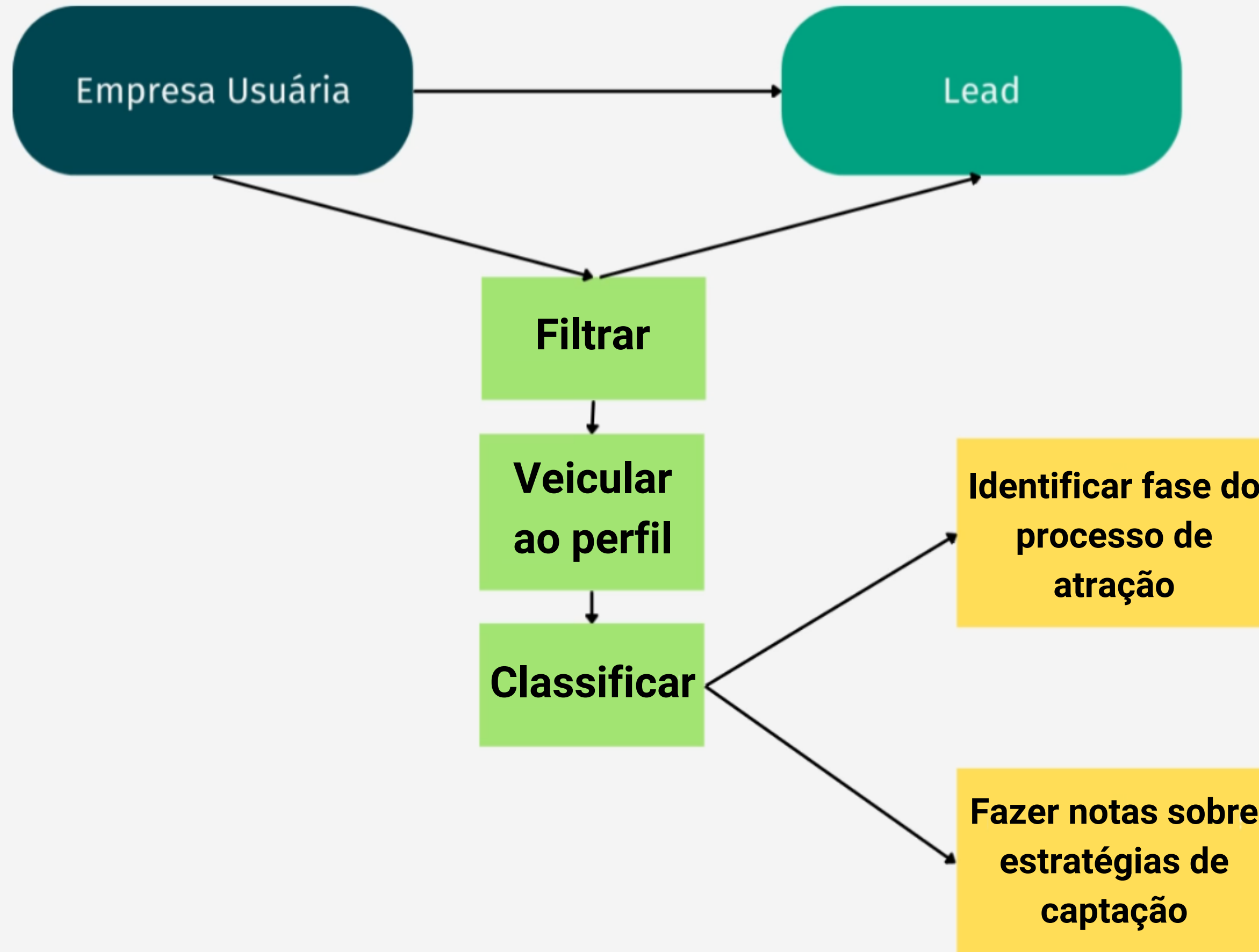


Interação com a aplicação

Acesso a informações sobre os leads a partir de filtros como:

- Localização
- Tipo de pessoa (física ou jurídica)
- Serviço ou produto de interesse





Metas



Eficiência

Conversão de Leads em Clientes

Melhorar a experiência do cliente

Otimização de Recursos

Especificidades

Modelo de Negócios	Disponibilidade	Modelo de Venda
Software as a Service	Em navegadores web	B2B

Nosso time

Tecnologia em Análise e
Desenvolvimento de Sistemas

PUC MINAS



Orientador:
Professor Doutor José Wilson da Costa

Arthur Zebral

Carolina Mascarenhas

Carolina Moraes

Laila Martins

Lídia Fonseca