



CRC DOURADOS

**CURSO DE CAPACITAÇÃO E
APERFEIÇOAMENTO PROFISSIONAL**

Marketing Digital

Aula 4

MINISTÉRIO DAS
COMUNICAÇÕES



**PÁTRIA AMADA
BRASIL**
GOVERNO FEDERAL



INSTITUTO FEDERAL
Mato Grosso do Sul
Campus Dourados

4

Processo do Inbound Marketing e o Funil de marketing

Uma das principais vantagens do funcionamento do Inbound Marketing é sua simplicidade. O processo é dividido em quatro etapas principais, conforme mostrado na Figura 1. A figura ainda apresenta o objetivo de cada uma das etapas e também como operacionalizar esta estratégia.

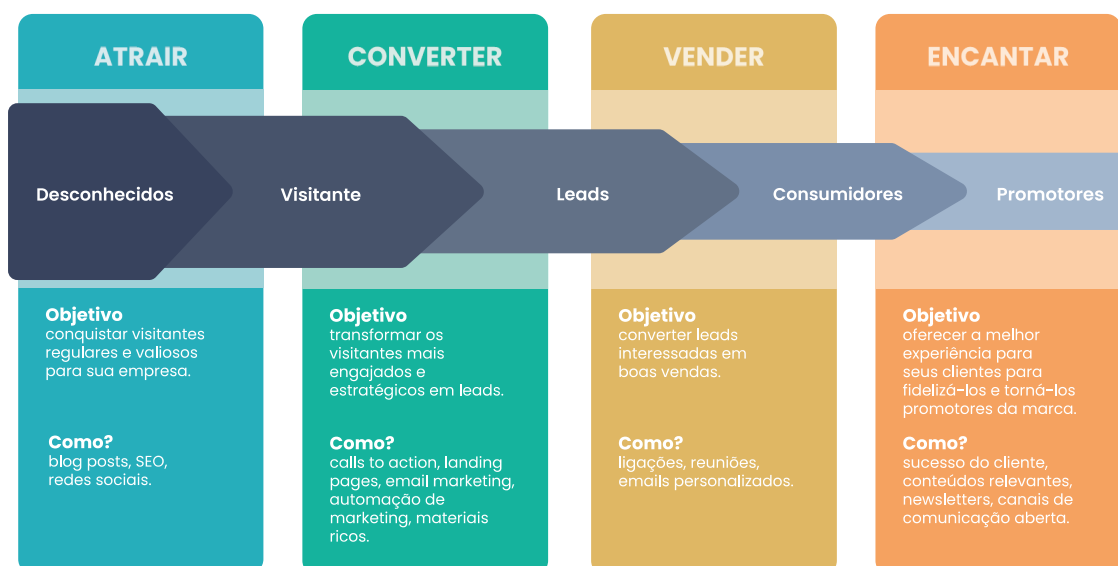


Figura 1 – O processo de Inbound Marketing. Fonte: baseado em Rock Content (2019)

A primeira etapa deste processo já demonstra a grande diferença entre o inbound e o outbound: atração. Como já explicado, o inbound desenvolve suas estratégias para atrair as pessoas, ao invés de ir atrás delas.

Conforme a pessoa vai avançando nas etapas do processo de inbound marketing, ela também vai recebendo diferentes papéis. Em um primeiro momento, essa pessoa é uma desconhecida que chega ao seu site, blog ou rede social. A partir do momento que essa pessoa é atraída e entra no seu conteúdo, ela passa a ser um visitante. Quando esse visitante demonstra ainda mais interesse pelo seu conteúdo, ele pode ser levado a compartilhar alguma informação dele com você, como nome, e-mail ou telefone, se

convertendo em um *lead* (que também pode ser entendido como um cliente potencial). A próxima etapa é vender e quando esse *lead* efetiva a compra, ele se torna um consumidor. O cliente comprou, acabou? Não, vender não é a última etapa do processo do inbound marketing, é também preciso encantá-lo, não somente por meio do produto ou serviço, mas em todos os aspectos que podem gerar valor para o cliente, como atendimento pré e pós venda. Esse cliente que se encanta pelo seu produto acaba por se tornar um promotor da sua marca, podendo levar outros desconhecidos a se tornar visitante, visitantes a se tornar *leads*, *leads* a se tornar consumidores.

A figura de funil também é utilizada para representar essa jornada do cliente ao longo do processo de marketing, ilustrando o caminho percorrido por “seu cliente a partir do momento em que ele toma conhecimento de uma solução vendida pela sua empresa até o fechamento do negócio” (MOREIRA, 2018).

A figura do funil é utilizada pois, no início do processo é onde está maior parte do seu público e por consequência, é para essa etapa que a maior parte do seu conteúdo será direcionada. Fontes (2016) aponta que 80% do seu conteúdo deverá ser produzido para o topo do funil, enquanto os demais 20% para o meio e fundo. A representação do funil de vendas, com suas etapas está na Figura 2.



Figura 2 – Funil de vendas de marketing. Fonte: Insideout (2018)

Como mostrado na Figura Y, o funil de vendas — a jornada de compra — é dividido em três partes. O Topo é a fase onde há o aprendizado do usuário sobre a sua dor e na sequência o reconhecimento de que há uma necessidade a ser atendida. O Meio do funil de vendas é a fase onde a sua persona está em busca da melhor solução, para no Fundo do funil ela tomar a decisão de compra e de quem comprar. O mais importante é entender que em cada etapa é preciso utilizar de diferentes estratégias para que ele avance para a próxima etapa.

REFERÊNCIAS

FONTES, F. Como analisar a estratégia de conteúdo de um cliente?. Talentnetwork, 2016. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/talent-blog/como-analisar-a-estrategia-de-um-cliente/>. Acesso em 20 jul. 2021.

INSIDEOUT. Como acompanhar um funil de marketing? Insideout, 2018. Disponível em <https://www.agenciainsideout.com/como-acompanhar-um-funil-de-marketing/>. Acesso em 12 de julho de 2021.

MOREIRA, Bruna. O que é e como desenvolver um Funil de Vendas?. RockContent, 2018. Disponível em <https://rockcontent.com/br/blog/funil-de-vendas/>. Acesso em 12 de julho de 2021.

ROCK CONTENT. Segredos da conversão de leads: saiba como criar conteúdos para o fundo de funil. Rockcontent, 2019. Disponível em <https://rockcontent.com/br/blog/fundo-de-funil/> Acesso em 28 de jul de 2021.