

Módulo de Captação de Leads (CRM-LEAD)

Guia Completo de Funcionamento

Informação	Valor
Versão	1.0
Data	29/01/2026
Funcionalidades	16

O que é este módulo?

O **Módulo de Captação de Leads** é a porta de entrada do sistema comercial. Ele é responsável por capturar, armazenar e qualificar todos os potenciais clientes (leads) que demonstram interesse em proteção veicular.

Pense nele como uma "rede de pesca inteligente": ele captura interessados de diversos canais (landing page, WhatsApp, Facebook, Google), organiza as informações, e direciona cada lead para o consultor certo. Tudo de forma automática e rastreável.

Por que este módulo é importante?

Sem leads, não há vendas. O módulo garante que:

- **Nenhum interessado seja perdido** — Mesmo quem abandona o formulário na primeira etapa já fica cadastrado
 - **A origem seja rastreada** — Sabemos exatamente de onde cada lead veio (Google, Instagram, indicação, etc.)
 - **O consultor certo receba o lead** — Distribuição automática ou direcionamento por link personalizado
 - **O tempo de resposta seja mínimo** — Notificações em tempo real para o consultor
-

Como funciona na prática?

A Jornada do Lead (do interesse à conversão)

Imagine que Maria está interessada em proteção veicular para seu carro. Veja o que acontece:

ETAPA 1: Maria Encontra a Landing Page

1. Acesso à página

- Maria vê um anúncio no Instagram sobre proteção veicular
- Ela clica e é direcionada para a landing page da TopBrasil
- O sistema já captura: de onde ela veio (Instagram Ads), qual campanha, etc.

2. Formulário em 3 passos

O formulário é dividido em etapas para não assustar o visitante:

Passo 1 — Dados de Contato

- Maria informa: nome, telefone e e-mail
- Ao clicar em "Continuar", o sistema já salva o lead
- Se Maria desistir aqui, já temos como entrar em contato depois

Passo 2 — Dados do Veículo

- Maria seleciona: marca, modelo, ano e placa do veículo
- O sistema busca automaticamente o valor FIPE
- Se o veículo tiver restrições, o sistema avisa

Passo 3 — Localização

- Maria informa: estado e cidade onde mora
- Isso determina quais planos estão disponíveis na região dela

3. Comparativo de Planos

- Após completar o formulário, Maria vê até 3 planos comparados
- Cada plano mostra: valor mensal, cobertura, franquia, se precisa de rastreador
- Maria pode adicionar serviços extras e ver o valor atualizado

4. Consultor é Notificado

- O consultor responsável recebe uma notificação no celular
- Ele vê todos os dados da Maria: nome, telefone, veículo, localização
- Pode ligar ou mandar WhatsApp em poucos minutos

Outros Canais de Captação

Além da landing page, o sistema captura leads de outros lugares:

Via WhatsApp

- Maria clica em um botão "Falar no WhatsApp"
- Se for o link do consultor: vai direto para o WhatsApp pessoal dele
- Se for o link geral da empresa: um chatbot coleta os dados e direciona para a fila

Via Facebook/Instagram Ads

- Maria preenche um formulário direto no Facebook (sem sair do app)
- O sistema recebe o lead automaticamente via webhook
- Em segundos, o consultor já é notificado

Via Google Ads

- Funciona igual ao Facebook: formulário direto no Google
- Lead chega no sistema em tempo real

Via Formulário Embarcado

- Um site parceiro pode ter o formulário da TopBrasil embutido

- O lead é capturado e atribuído ao parceiro automaticamente

Via Cadastro Manual

- O consultor conhece alguém interessado
- Cadastra o lead diretamente no sistema ou app
- Fica vinculado à carteira dele

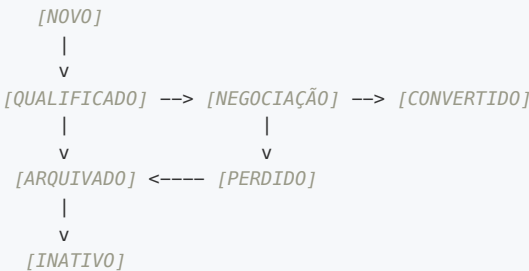
De onde vêm os leads?

O sistema rastreia a origem de cada lead para saber quais canais funcionam melhor:

Código	Origem	Descrição
1	Link Direto	Acesso direto à landing page
2	Influencer Instagram	Publicidade via influenciador
3	Google Ads	Anúncio pago no Google
4	Meta Ads	Anúncio no Facebook/Instagram
5	WhatsApp	Link compartilhado via WhatsApp
6	Indicação	Indicação de associado existente
7	Consultor Próprio	Link personalizado do consultor
8	App Consultor	Cadastro direto pelo app
9	App Associado	Indicação via app do associado
10	Venda Própria	Consultor cadastra manualmente
11	Automação	Cadastro via integração
12	Formulário Embarcado	Formulário em site parceiro

O Ciclo de Vida do Lead

Todo lead passa por estados que mostram onde ele está no processo:



NOVO — Acabou de entrar no sistema, aguardando primeiro contato

QUALIFICADO — Consultor fez contato e confirmou interesse real

NEGOCIAÇÃO — Lead está analisando propostas (passa para o módulo Funil de Vendas)

CONVERTIDO — Fechou contrato e virou cliente

PERDIDO — Desistiu ou fechou com concorrente

ARQUIVADO — Sem interesse agora, mas pode retornar no futuro

INATIVO — Muito tempo sem interação

As Funcionalidades em Detalhes

Parte 1: Captação via Landing Page

A landing page é o principal canal de entrada:

Formulário em 3 etapas — Divide as informações para não sobrecarregar o visitante. Cada etapa já salva os dados, garantindo que mesmo quem abandona fique cadastrado.

Validação inteligente do telefone — O sistema extrai o DDD automaticamente para analytics regionais. Também verifica se o telefone não é de um consultor (evita leads falsos).

Integração com FIPE — Ao informar o veículo, o sistema busca automaticamente o valor de mercado.

Parâmetros de rastreamento — A URL pode conter códigos que identificam a campanha, o consultor responsável e a origem do tráfego.

Parte 2: Comparativo de Planos

Após o formulário, o lead vê os planos disponíveis:

Filtro automático — Baseado no veículo e localização, o sistema mostra apenas planos válidos para aquele perfil.

Até 3 planos comparados — Exibe lado a lado: valor mensal, adesão, franquia, coberturas e se precisa de rastreador.

Serviços adicionais — O lead pode marcar serviços extras e ver o valor atualizado em tempo real.

Seleção simplificada — Um clique em "Quero este plano" e o consultor é acionado.

Parte 3: Dashboard e Analytics

O gestor precisa entender de onde vêm os leads e quais canais funcionam:

Leads por DDD — Mapa de calor mostrando quais regiões geram mais interesse. Ajuda a decidir onde investir em marketing.

Leads por Origem — Gráfico comparando Google Ads, Facebook, WhatsApp, etc. Mostra o ROI de cada canal.

Taxa de Conversão — Quantos leads viraram clientes? E em quanto tempo?

Funil de Captação — Quantos completaram cada etapa do formulário? Onde está o maior abandono?

Parte 4: Captura via WhatsApp

O WhatsApp é o canal preferido dos brasileiros:

Dois modos de operação:

Modo Landing Page Exclusiva:

- O consultor tem sua própria landing page (ex: joao.topbrasil.com.br)
- O botão de WhatsApp vai direto para o número pessoal do consultor
- O lead já fica vinculado a ele automaticamente

Modo Link Direto TopCRM:

- A página principal da empresa (topbrasil.com.br)
- O botão vai para o número oficial da empresa
- Um chatbot coleta os dados e distribui para a fila de atendimento

Cadastro automático — Ao iniciar a conversa, o sistema já cria o lead com os dados do WhatsApp.

Atendimento 24/7 — O chatbot pode atender fora do horário comercial e agendar contato.

Parte 5: Integrações com Ads

Leads direto do Facebook e Google:

Facebook/Instagram Lead Ads:

- O usuário preenche um formulário sem sair do app
- O Meta envia os dados automaticamente para o sistema (webhook)
- Em segundos, o consultor é notificado
- Origem registrada como "ADS_META"

Google Ads (Lead Form Extensions):

- Funciona igual: formulário nativo do Google
- Dados chegam em tempo real
- Origem registrada como "ADS_GOOGLE"

Rastreabilidade completa — Nome da campanha, conjunto de anúncios e anúncio específico ficam gravados.

Parte 6: Gestão de Leads

Funcionalidades para organizar a base:

Importação em massa — Upload de CSV/Excel com leads de outras fontes. Ideal para migração de sistemas ou eventos.

Exportação — Gera planilha com leads filtrados. Para análises externas ou backup.

- Arquivamento** — Leads sem interesse agora podem ser arquivados. Ficam separados da lista ativa, mas não são perdidos.
 - Cadastro manual** — Consultor pode cadastrar leads que conheceu pessoalmente. Fica vinculado à carteira dele.
 - Atribuição a consultor** — O gestor pode direcionar um lead para um consultor específico.
-

Parte 7: Qualificação de Leads

Nem todo lead é igual. O sistema ajuda a identificar os melhores:

Qualificação BANT:

- **Budget (Orçamento):** O lead tem condição de pagar?
- **Authority (Autoridade):** É quem decide a compra?
- **Need (Necessidade):** Tem urgência real?
- **Timing (Prazo):** Quando pretende fechar?

O consultor responde essas perguntas e o sistema calcula um score de 0 a 100.

Parte 8: Inteligência Artificial

Funcionalidades avançadas com IA:

Enriquecimento de Dados:

- APIs externas complementam informações do lead
- Dados do veículo, histórico de multas, perfil de crédito
- Ajuda o consultor a se preparar melhor para a abordagem

Score Automático (Machine Learning):

- O sistema aprende com leads anteriores
- Calcula automaticamente a probabilidade de conversão
- Leads com score alto são priorizados na fila

Deteção de Duplicados:

- Se o mesmo telefone ou e-mail aparecer novamente
 - O sistema avisa e permite mesclar os cadastros
 - Evita trabalho duplicado e confusão
-

Sistemas que Conversam com este Módulo

Sistema	Para que serve
API FIPE	Buscar valor de mercado do veículo
IBGE	Lista de estados e cidades
WhatsApp Business API	Receber mensagens e criar leads

Sistema	Para que serve
Meta (Facebook/Instagram)	Receber leads de anúncios
Google Ads	Receber leads de anúncios
Google Analytics	Rastrear conversões no site
CRM-Funil-Vendas	Passa leads qualificados para negociação

Regras Importantes

Algumas regras que o sistema sempre respeita:

Para captação:

- Lead é salvo já na Etapa 1 (mesmo se abandonar depois)
- Telefone de consultor não pode ser cadastrado como lead
- DDD é extraído automaticamente para analytics

Para rastreamento:

- Toda origem deve ter um código (`cod_origem`)
- Parâmetros UTM são capturados quando presentes
- Consultor responsável é gravado quando vem de link personalizado

Para qualificação:

- Score BANT varia de 0 a 100
- Leads com score alto devem ser priorizados
- Score ML é recalculado quando novos dados chegam

Para integrações:

- Webhooks do Facebook/Google devem ser processados em até 5 segundos
- Leads de ads recebem origem automática
- Falhas no webhook são registradas para retry

Métricas de Sucesso

Como sabemos se o módulo está funcionando bem:

O que medimos	Meta
Taxa de conversão do formulário	Mais de 25% completam as 3 etapas
Leads por dia	Monitorar tendência
Taxa de qualificação	Mais de 30% são qualificados
Tempo até primeiro contato	Menos de 5 minutos

O que medimos	Meta
Taxa de duplicados	Menos de 5%
Leads por origem	ROI positivo em cada canal

Resumo Geral

Este módulo é essencial para abastecer o funil comercial com leads de qualidade. Ele automatiza todo o processo de captação:

Captação multicanal:

- Landing page com formulário em 3 etapas
- WhatsApp (chatbot ou direto com consultor)
- Facebook/Instagram Lead Ads
- Google Ads Lead Form
- Formulário embarcado em parceiros
- Cadastro manual pelo consultor

Qualificação inteligente:

- Score BANT preenchido pelo consultor
- Score ML calculado automaticamente
- Enriquecimento de dados via APIs
- Detecção de leads duplicados

Rastreabilidade completa:

- Origem de cada lead registrada
- Campanhas e anúncios identificados
- Dashboard com analytics por região e canal
- Histórico completo de interações

Total: 16 funcionalidades que garantem que nenhum interessado seja perdido e que os consultores tenham todas as informações para converter leads em clientes.

Histórico de Versões

Versão	Data	O que mudou
1.0	29/01/2026	Versão inicial do documento de visão