

## Vídeo 5.

### Lettering:

### Funil de conversão

#### Edney Souza - Diretor Acadêmico da Digital House

Agora vamos pensar como podemos nos conectar estrategicamente com nossa audiência, para alcançar nosso objetivo de negócio.

No Marketing Digital, você vai ouvir muito o termo funil de conversão, que representa cada etapa do processo de conversão de um usuário.

#### O funil é dividido em 5 etapas:

Descoberta: é o estágio em que nossos usuários estão navegando nas redes ou na web, e veem os nossos anúncios ou conteúdos. Esse estágio é muito utilizado para executar campanhas de branding, com o objetivo de levar o usuário a considerar a marca ou produto.

Consideração: é a etapa em que o usuário está pensando em executar uma ação, que pode gerar uma conversão. Eles fazem isso pesquisando no Google, visitando diferentes páginas e depois decidindo executar ou não essa ação. Caso decida seguir em frente, esse usuário vai para a fase de conversão. Vale destacar que a conversão é tudo que dá valor ao nosso negócio (pode ser uma compra, preencher formulário, ler notícia, visitar o certo número de páginas do nosso site ou assistir o vídeo).

Depois de convertido, o usuário passa para a fase de retenção, onde nosso objetivo estratégico é fazer com que ele permaneça como usuário ou cliente, consumindo nossos produtos e serviços, sem cancelar sua assinatura ou voltando a comprar novamente nossos produtos.

A próxima fase é mais difícil é a fidelização, que se dá quando o usuário sente que faz parte da nossa marca e nos recomenda para outros consumidores. Não importa o que aconteça, ele sempre nos escolhe novamente para cada uma dessas etapas. Para isso, temos de que estabelecer objetivos claros e mensuráveis que nos conduzirão para uma estratégia de sucesso.