

## Passo 1

Defina a regra da campanha:

Envie e-mail personalizados para os seus leads, parabenizando e oferecendo cupons de desconto.

Novos leads na segmentação > Visitantes da URL planos e preços

## Passo 2

Crie seus modelos de e-mail:

**EXECUTAR  
IMEDIATAMENTE**



E-mail: **Vantagens de ser cliente**

Aqui você deve enviar um e-mail vendendo o seu peixe, se o lead acessou a sua página de preços e ainda não comprou, você deve provar para ele que o seu produto realmente vale a pena. Afinal, se ele foi até a página de preços é porque interesse não falta. No final do e-mail, sempre é legal colocar um botão chamando a pessoa para conversar com um de seus consultores. \*Dica: Esse botão pode direcionar o lead para uma landing page de agradecimento, com um formulário pedindo e-mail e telefone, e uma mensagem informando que um consultor entrará em contato em breve.

CLICOU NO LINK  
DO E-MAIL

**SIM**  
**NÃO**

Se o lead clicou no link do seu e-mail (que será o botão para conversar com um dos seus consultores), ele automaticamente será enviado para o seu CRM, dentro do estágio do funil que você escolher.

**EXECUTAR  
IMEDIATAMENTE**



**Criar/atualizar  
negócio: Prospect**

Assim como na etapa anterior, se o cliente clicar no botão do seu e-mail, ele será automaticamente mandado para o seu CRM.

**EXECUTAR  
7 DIAS APÓS**



E-mail: **Desconto exclusivo**

Se o seu lead não clicou no link do seu e-mail, não quer dizer que ele já pode ser contado como perdido. Você ainda pode utilizar uma última cartada e oferecer um desconto exclusivo. Sempre lembrando de adicionar no final do e-mail o botão para ele falar com o seu consultor.