

E-BOOK

Técnicas de geração de leads com vídeos

SUMÁRIO



- 1. Sobre os autores**
- 2. Introdução**
- 3. Persona**
- 4. Jornada do cliente**
- 7. Estratégia de captura dos leads**
- 8. Agradecimentos**

Sobre os autores

O blog Claquete Business nasceu como resultado de um projeto de 12 amigos em uma experiência de aprendizado imersiva nas trilhas de Growth Hacking e Marketing Digital, Design e User Experience, Desenvolvimento Front-End e Outbound Sales.

Com conhecimentos sinérgicos e juntos pelo destino, optamos pela missão de criar conteúdo relativo à importância do formato de vídeo no engajamento de clientes, usuários e funcionários, seja por meio de lives (vídeos ao vivo), produção ou ambientes de ensino e treinamento, assunto pelo qual somos apaixonados.

Levando à sério esta iniciativa e motivados pelas nossas experiências particulares para pautar e guiar a construção de materiais relevantes para o mercado de eventos, marketing e recursos humanos, o Claquete Business teve seu início.

Agradecemos o seu interesse em acompanhar nossa construção e esperamos que este conteúdo gere ações palpáveis e, mais do que isso, resultados efetivos para seu negócio. Por favor, fique à vontade para apontar qualquer assunto que sinta falta neste material; nos esforçaremos para trazê-lo a você com detalhes e validações assim que possível.

Boa leitura!

Introdução

Como a sua empresa se comunica com os clientes? Por e-mails, Redes Sociais, Ligações...? cada formato tem suas vantagens, mas um em especial está em ascensão: os **vídeos**.

Só no Brasil, esse consumo cresceu **90%** no período entre 2014 e 2017, de acordo com uma pesquisa feita pelo Google e Instituto Provokers. A quantidade média de horas que os brasileiros passam assistindo vídeos online passou de 8 em 2014 para 15,4 em 2017. E o tempo gasto em frente à TV ficou praticamente estável no mesmo período.

É muito mais simples ver um vídeo do que ler um e-mail extenso. Aliás, dados da empresa Experian mostram que um e-mail marketing com a palavra “vídeo” no assunto tem uma taxa de abertura entre **7%** e **13%** mais alta.

Conteúdos em vídeo estão cada vez mais presentes em nossa rotina. Agora, você vai aprender como incluir os vídeos na sua estratégia de marketing para gerar leads.

Vamos lá?

Persona

As personas são representações fictícias do público alvo ideal, criados para ajudar a compreender quem é o cliente e o que deseja. Ou seja, é importante descrever as características reais em comum sobre o comportamento, dados demográficos, hábitos de consumo, motivações, anseios, objetivos e preocupações.

Essas respostas podem ser obtidas através do contato direto com os consumidores, mas caso tenha uma base de clientes a tarefa fica ainda mais fácil. A partir dessas informações, será possível entender como os seus produtos ou serviços são as melhores escolhas para esta persona. Além disso, com essas informações em mãos sobre o comportamento e as dificuldades do dia-a-dia, a produção de conteúdo fica muito mais facilitada.

Uma dica muito importante é acompanhar essas informações regularmente, buscando sempre encontrar mudanças no padrão de compras e hábito de consumo.

Exemplo de persona

Alice tem 24 anos, mora em São Paulo, é estudante de arquitetura e estagiária. Pensa em se desenvolver profissionalmente através de cursos online de softwares 3D, pois o dia-a-dia é muito corrido e gostaria poder estudar com horário flexível. Está buscando uma escola profissionalizante que oferece cursos online de AutoCad.

Jornada do cliente

A jornada do cliente é o caminho que ele percorre, desde as primeiras interações com a empresa até a contratação de serviço ou compra do produto. Este caminho é composto por estágios, cada um com sua importância, objetivos e estratégias.

O intuito desse conceito é mapear os estágios e desenhar uma estratégia para cada etapa, otimizando as ações e gerando resultados melhores.

Existem basicamente três estágios da jornada que compõe o chamado funil de vendas. Eles são divididos em relação ao momento de compra que a persona se encontra. Confira quais são eles:

Topo do funil (ToFu)

Nessa fase, os visitantes começam a perceber que têm um problema a ser resolvido, até então desconhecido. Então começam a pesquisar por um material educativo para entender o que devem fazer para resolver tais problemas.

Ofereça conteúdos para educá-los, como:

- Entrevistas ou bate-papo com especialistas nos segmentos para os quais o seu produto é voltado.

- Vídeos informativos.
- Vídeos “Como fazer”.
- Parcerias com influenciadores digitais sobre temas relacionados.

Meio do funil (MoFu)

Neste momento, os leads estão em busca de resolver o problema, ainda que não saibam exatamente como fazer. Então ofereça um vídeo educativo.

O recomendado é produzir conteúdos de consideração e começar apresentar a solução que a sua empresa oferece como possibilidade de acabar com o problema identificado, como:

- Demonstração do produto.
- Tutoriais de uso.
- Webinars ao vivo.
- Parcerias com micro influenciadores digitais testando o produto.

Fundo de funil (BoFu):

Quando a persona chega nesse estágio, provavelmente está decidida a realizar a compra ou analisando os produtos/serviços oferecidos entre os concorrentes.



Ofereça conteúdos para tomada de decisão, como:

- Comparativos.
- Cases de sucesso e depoimentos
- Vídeos FAQ e sessões de dúvidas ao vivo.
- Lançamento de produto ao vivo.

Estratégia de captura dos leads

Todas as etapas do funil de vendas são uma oportunidade de capturar os leads. Ou seja, solicitar os contatos das pessoas que estão assistindo ao vídeo para poder enviar e-mails com outros conteúdos relevantes e manter o interesse deste possível cliente.

Se o vídeo estiver publicado no seu site, uma forma de fazer isso é incluir um pop-up pedindo o e-mail da pessoa para receber conteúdos relacionados.

Utilizando plataformas profissionais de live streaming, como a Netshow.me Live, você tem a opção de solicitar dados dos espectadores como e-mail e telefone para que eles acessem a transmissão.

E não esqueça, sempre divulgue os conteúdos!

“Quem não é visto, não é lembrado” ;)

Agradecimentos

Obrigado por conferir nosso material. Esperamos que ele seja relevante para você e auxilie no engajamento online de seu evento.

Se tiver qualquer dúvida ou sugestão de conteúdo, pode nos procurar em claquetebusiness@gmail.com ou ainda em nossas redes sociais: [Facebook](#) e [Instagram](#).

Estamos sempre postando no nosso blog outros materiais que podem te interessar!

Clique aqui e acesse o blog agora!

Nos vemos em uma próxima oportunidade.

Sucesso a todos,

Claquete Business