

Direcional de Marketing e Captação de Leads - Plataforma TaskMaster

1. Introdução

Este documento detalha a estratégia de marketing e captação de leads para a plataforma TaskMaster, com o objetivo de atrair e converter profissionais da indústria musical em clientes. A abordagem prioriza canais de baixo custo inicial e um funil de vendas otimizado para o segmento.

2. Público-Alvo Principal

A plataforma TaskMaster visa atender a toda a cadeia da indústria musical, oferecendo ferramentas de gestão 360° para a carreira, artistas, projetos e lançamentos. O público-alvo principal inclui:

- **Músicos e Artistas Independentes**
- **Produtores Musicais**
- **Empresas de Produção**
- **Gravadoras e Selos Editoriais**

3. Canais de Venda Preferenciais

Os canais de venda e comunicação preferenciais, devido à sua eficácia e baixo custo inicial, são:

- **WhatsApp**
- **Instagram**
- **E-mail**

A plataforma LinkedIn é considerada de baixa prioridade para vendas diretas, sendo utilizada principalmente para postagem de conteúdo e branding ¹.

4. Estratégia de Captação de Leads (Geração de Leads)

A estratégia de captação de leads será focada na extração de dados de perfis do Instagram que seguem o perfil profissional alvo. Este processo envolve:

1. **Extração de Dados:** Utilização de uma ferramenta para extrair e-mails e números de WhatsApp de listas de perfis do Instagram fornecidas ¹.

2. **Análise e Classificação:** Os dados extraídos devem ser analisados e classificados para identificar leads qualificados antes de iniciar qualquer comunicação ¹.
3. **Segmentação:** Segmentação dos leads com base em seu perfil e necessidades potenciais dentro da indústria musical.

5. Funil de Vendas e Relacionamento

O funil de vendas será construído para nutrir o interesse e converter leads qualificados em clientes, utilizando os canais preferenciais:

- **Conscientização (Awareness):** Conteúdo relevante no Instagram e e-mail marketing inicial para apresentar a proposta de valor da TaskMaster.
- **Interesse (Interest):** Campanhas direcionadas via WhatsApp e e-mail, destacando funcionalidades específicas e casos de sucesso.
- **Consideração (Consideration):** Demonstrações da plataforma, webinars e materiais educativos aprofundados.
- **Conversão (Conversion):** Ofertas personalizadas e acompanhamento direto via WhatsApp para fechar a venda.
- **Retenção (Retention):** Suporte contínuo, atualizações de funcionalidades e programas de fidelidade.

6. Estratégia de Aquisição Inicial de Clientes

Para a fase inicial de comercialização, a plataforma priorizará uma estratégia de aquisição de clientes com custo próximo de zero. Isso será alcançado através da:

- **Priorização de Agentes de Vendas e Marketing:** Utilização de uma rede de agentes para adquirir os primeiros 200 a 500 clientes ².
- **Minimização de Custos:** Evitar investimentos agressivos em anúncios (ADS) e influenciadores nesta fase inicial, focando em abordagens orgânicas e de baixo custo ².

Esta abordagem visa garantir a sustentabilidade financeira e a validação do produto antes de escalar para investimentos maiores ³.

Referências

- [1] TaskMaster Sales and Marketing Strategy and Target Audience. (Conhecimento Interno).
- [2] Platform Financial Projection and Initial Client Acquisition Strategy Preference. (Conhecimento Interno).

[3] Platform Commercialization Goal Prioritization: Initial Client Acquisition and Scaling.
(Conhecimento Interno).