



GATILHOS DE CONVERSÃO E JORNADA PÓS- LEADS

Como transformar visitantes em leads
e leads em oportunidades reais.



POR QUE ESSA AULA AGORA?

Nas últimas aulas, estruturamos **o calendário de produção, o planejamento de mídia e a landing page principal da campanha.**

Agora, é hora de garantir que **tudo isso realmente converte.**

- **Essa aula é o elo entre o clique e a conversão.**

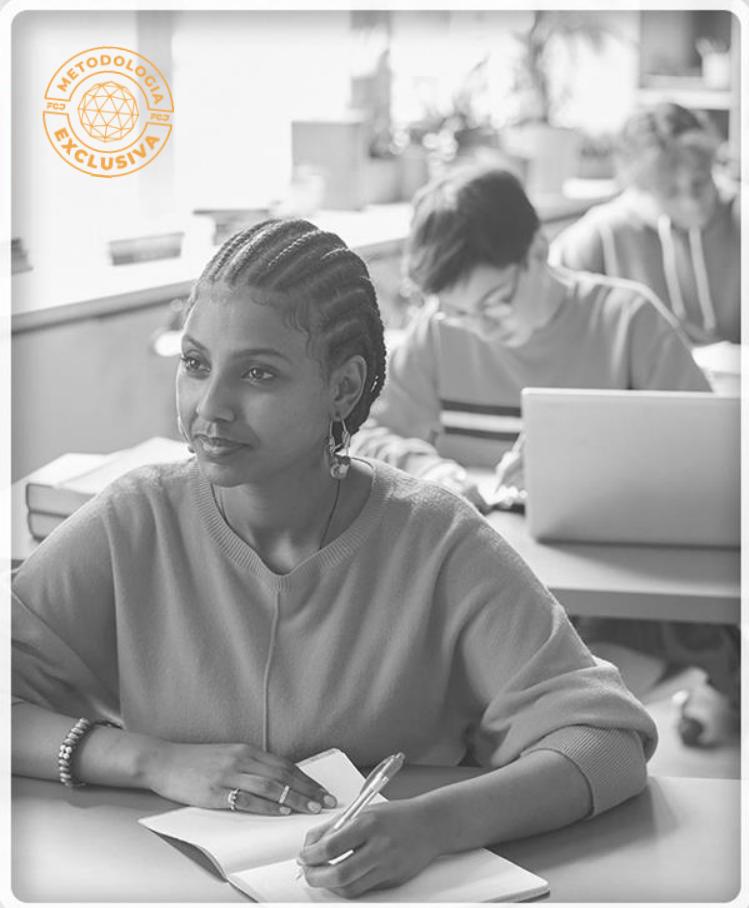
Sem pontos de conversão bem estruturados, o investimento em tráfego não gera resultado real.



OBJETIVOS DA AULA

Hoje vamos entender:

- Quais são os principais **pontos de conversão** do seu funil (site, LP, pop-ups, formulários, etc);
- Como usar gatilhos mentais e boas práticas para aumentar conversões;
- O que acontece depois da conversão, a jornada pós-lead e o início da nutrição;
- Como conectar marketing e vendas através de automações e CRM.



O QUE É UM GATILHO DE CONVERSÃO



Um **gatilho de conversão** é qualquer ponto do seu ecossistema digital que incentiva o visitante a dar o próximo passo, deixar um contato, clicar em um CTA ou solicitar uma demo.

Exemplos práticos:

- Formulário na LP (“Teste grátis”)
- Pop-up no blog / site (“Baixe o guia completo”)
- CTA fixo no menu (“Fale com um consultor”)
- Chat automatizado (“Quer saber quanto custa?”)
- Botão de WhatsApp com mensagem pré-configurada



GATILHOS MENTAIS QUE AUMENTAM CONVERSÃO



1. **Urgência:** “Últimos dias para testar grátis.”
2. **Escassez:** “Apenas 10 vagas no grupo beta.”
3. **Autoridade:** “Reconhecido por +1.000 clínicas.”
4. **Prova social:** Depoimentos, logos de clientes, selos, cases, reviews.
5. **Segurança:** “Sem cartão de crédito”, “Cancela quando quiser.”
6. **Clareza:** Um único CTA, copy direta.
7. **Reciprocidade:** Ofereça valor antes de pedir algo (e-book, diagnóstico, planilha) - “Receba o diagnóstico gratuito.”

Use de 2 a 3 gatilhos por página, o excesso pode gerar desconfiança.



ONDE MAPEAR SEUS PONTOS DE CONVERSÃO



CANAL PÁGINA	EXEMPLO DE GATILHO	TIPO DE CONVERSÃO	OBSERVAÇÃO
Home / Site Institucional	Botão “Peça uma demonstração”	Direta (Fundo de Funil)	Deve aparecer logo no topo
Blog	Pop-up de conteúdo rico	Indireta (Topo/Meio)	Ofertas contextuais com o tema do post
Landing Page	Formulário de cadastro	Direta (Fundo)	Menos campos = mais conversão
E-mail / Fluxo de nutrição	CTA único	Pós-lead	Evitar múltiplos links
Anúncios	Botão de ação	Aquisição	Mensagem alinhada à LP
WhatsApp	Mensagem automática	Conversão final	Captura inicial do lead



JORNADA PÓS-LEAD

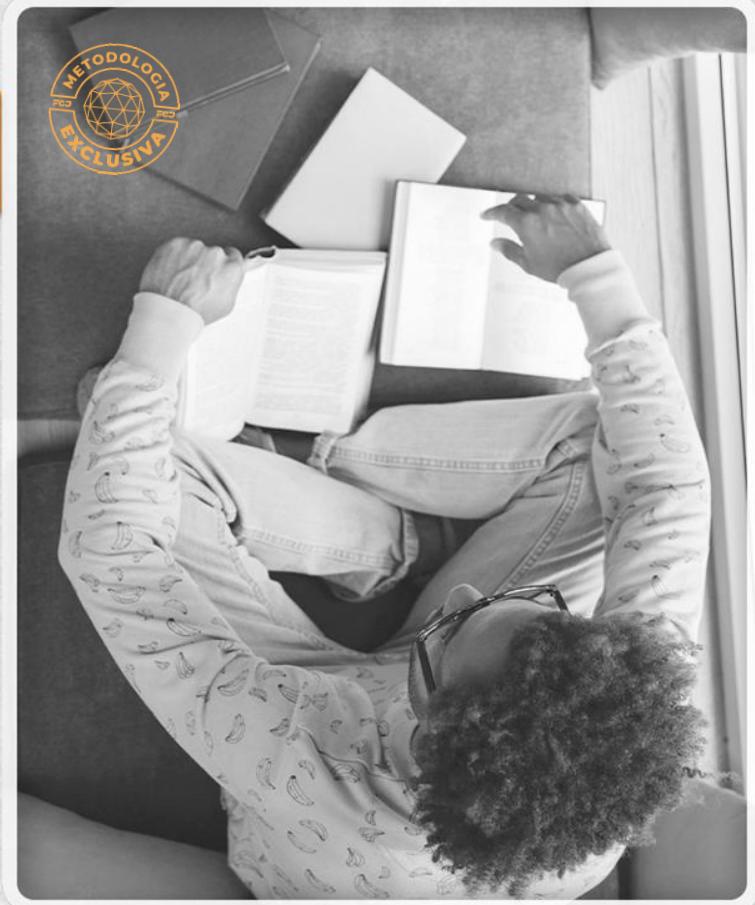
O que acontece depois que o lead converte?

A conversão é o começo da jornada.

Agora o lead precisa ser **educado, nutrido e preparado para a decisão.**

FASE DA JORNADA:

- **Confirmação / ativação (topo):** mensagem imediata. O lead recebe um e-mail ou mensagem de boas-vindas / agradecimento.
- **Educação (meio):** ensina, gera valor e mostra autoridade. Envio de materiais de valor (como usar, diferenciais, dados do mercado).



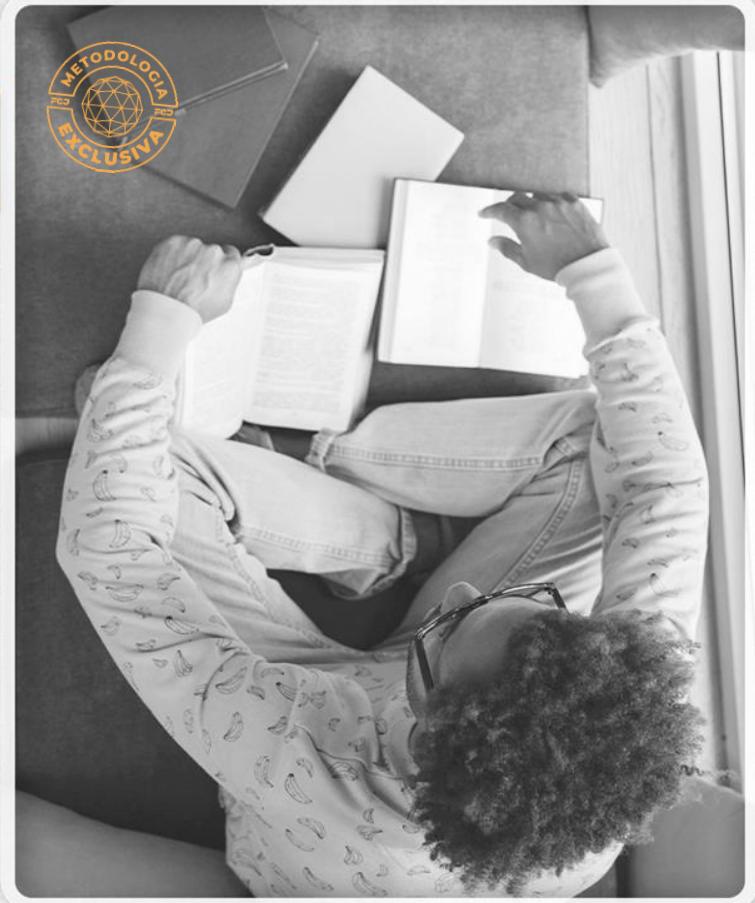
JORNADA PÓS-LEAD

O que acontece depois que o lead converte?

FASE DA JORNADA:

- **Validação (meio / fundo):** mostrar resultados, prova social, cases, comparativos.
- **Conversão final - Oferta (fundo):** convite claro e direto para avançar (teste, trial, orçamento, reunião, upgrade).

Dica: O primeiro contato pós-conversão define a percepção de valor da sua marca.



JORNADA PÓS-LEADS POR FASE DO FUNIL



FASE	OBJETIVOS	GATILHOS PRINCIPAIS	TIPOS DE CONTEÚDO	DURAÇÃO MÉDIA
TOPO	Educar e gerar interesse	Curiosidade, valor, reciprocidade.	E-books, vídeos curtos, e-mails de conteúdo, artigos.	7 a 10 dias
MEIO	Nutrir e mostrar autoridade	Prova social, confiança, autoridade.	Cases, comparativos, webinars, tutoriais, newsletters.	10 a 14 dias
FUNDO	Converter em cliente	Urgência, escassez, segurança.	Trial, reunião, proposta, demo, estudo de caso, depoimento.	5 a 7 dias



EXEMPLO PRÁTICO: FUNDO DO FUNIL

Fluxo pós-lead: Campanha de Trial (Clínica Tech)

- **E-mail 1 (Imediato):** Boas-vindas + instrução de acesso ao trial.
- **E-mail 2 (Dia 2):** Dica prática de uso + diferencial do produto.
- **E-mail 3 (Dia 5):** Case de sucesso real.
- **E-mail 4 (Dia 10):** Convite para falar com especialista.
- **E-mail 5 (Dia 14):** Lembrete de término do trial + CTA “Assine agora”.



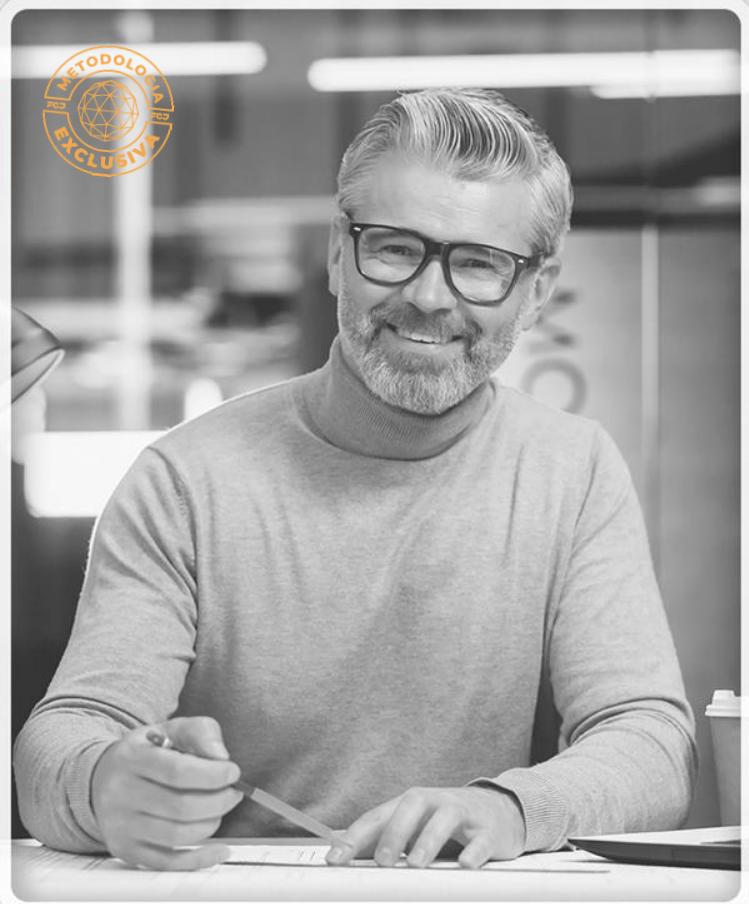
TEMPLATES DISPONÍVEIS

Agora é hora de colocar em prática o que vimos hoje.

Use o template para:

- Todos os **gatilhos de conversão** do seu negócio (atuais e potenciais)
- E desenhar a **jornada pós-lead** para cada um (fluxos, conteúdos e objetivos)

[ACESSAR TEMPLATES](#)



ANÁLISE FINAL E DÚVIDAS

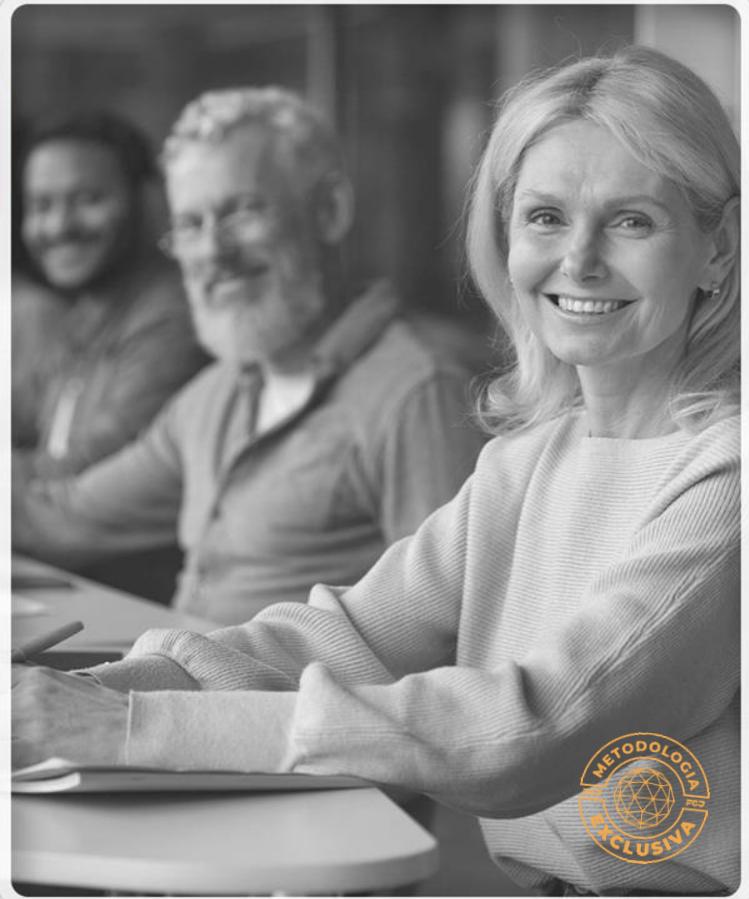


REFLEXÃO FINAL DA AULA

Pergunte a si mesmo:

- Quais pontos de conversão hoje estão gerando **leads que realmente avançam?**
- O que acontece **depois da conversão?** Você tem uma jornada clara ou os leads se perdem?
- Seu fluxo de nutrição está ajudando o lead a **tomar decisão**, ou apenas enviando informações soltas?
- Existe alguma **lacuna entre marketing e vendas** que pode estar travando resultados?

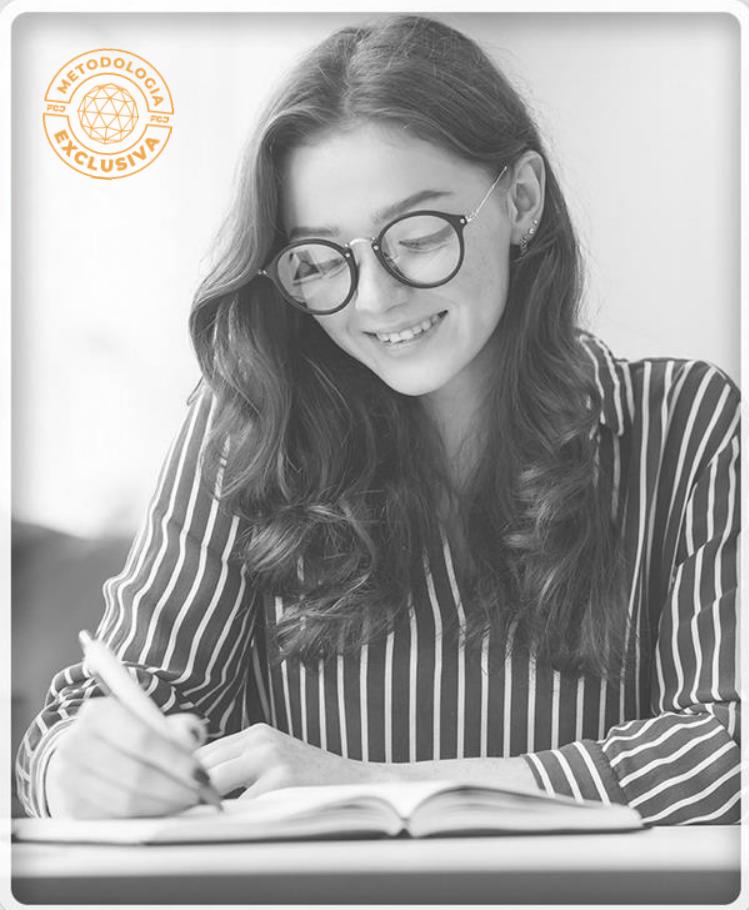
Lembre-se: não adianta gerar leads se eles não avançam na jornada. O segredo está na continuidade.



ENTREGÁVEIS E PRÓXIMOS PASSOS

Entregáveis:

- Template de **Gatilhos de Conversão** preenchido
- Template de **Jornada Pós-Lead** com pelo menos 1 fluxo completo
- Identificação dos principais gargalos e oportunidades no pós-cadastro
-  **Prazo:** até a próxima aula.

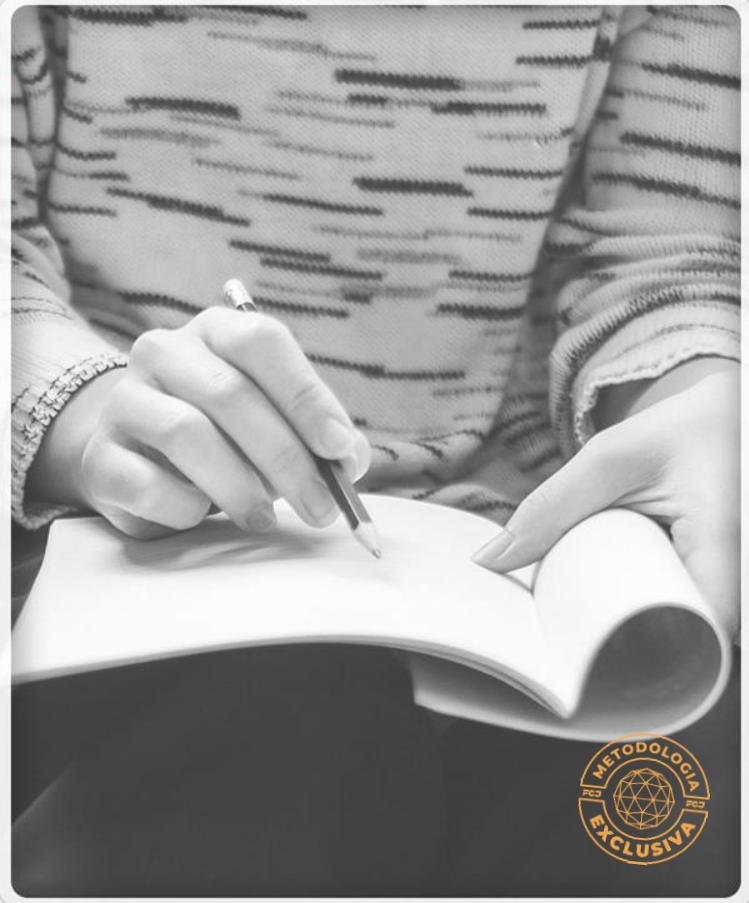


ENTREGÁVEIS E PRÓXIMOS PASSOS

Na próxima aula vamos:

Configurar o CRM e as automações iniciais.

- Estruturar pipeline de vendas simples;
- Criar automações básicas de e-mails;
- Integrar marketing + vendas para dar suporte à jornada do lead.



PERGUNTAS, DÚVIDAS, INSIGHTS?

Espaço para perguntas, trocas entre startups, aprendizados em comum.

"O que ficou mais claro pra você hoje?"





OBRIGADO!

**“Crescer não é fazer mais.
É fazer o certo.”**

Nos vemos na próxima aula!