



# CRM E AUTOMAÇÃO: PRIMEIROS PASSOS

Como organizar seus leads e  
estruturar automações que  
aceleram a conversão



# POR QUE ESSA AULA AGORA?

Nas últimas aulas, mapeamos os gatilhos de conversão e estruturamos as jornadas pós-lead.

Agora, chegou o momento de **trazer isso para a prática**, organizando o fluxo comercial e conectando marketing e vendas por meio do **CRM e da automação**.



# OBJETIVOS DA AULA



**Hoje vamos entender como:**

- Centralizar informações de leads e oportunidades;
- Automatizar as primeiras interações e follow-ups;
- Criar um pipeline de vendas claro, com etapas bem definidas;
- Integrar CRM e marketing para garantir continuidade na jornada.



# O QUE É UM CRM E POR QUE É ESSENCIAL

**Ele é o cérebro da sua operação comercial**

CRM (Customer Relationship Management) é o sistema que organiza **todas as interações com seus leads e clientes.**

Mais do que uma planilha de contatos, ele mostra **quem está pronto para comprar, quem precisa de nutrição e onde estão as oportunidades travadas.**

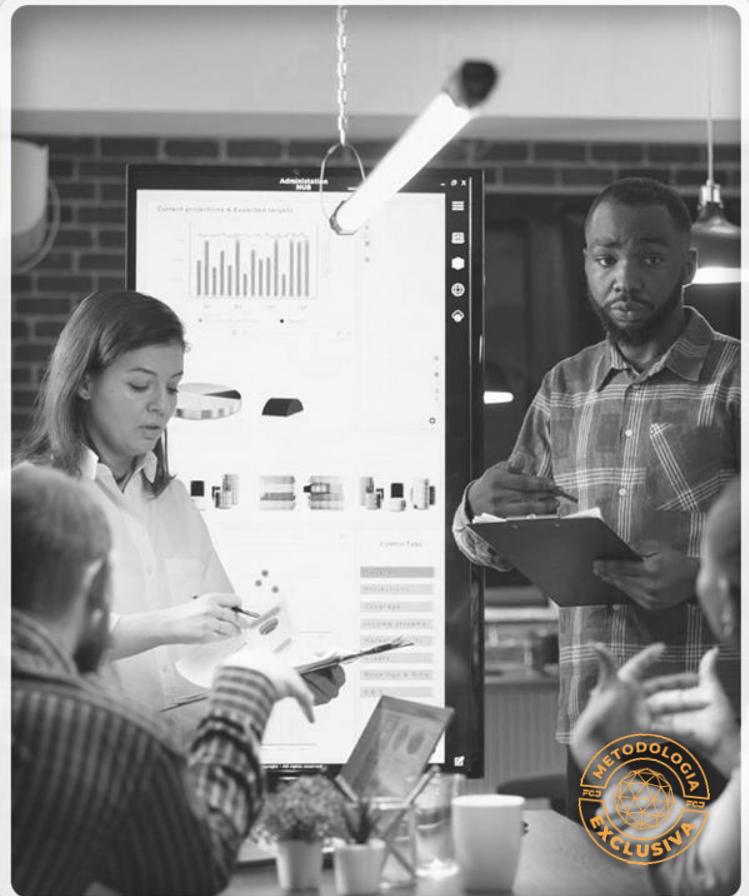


# O QUE É UM CRM E POR QUE É ESSENCIAL

## Benefícios:

- Visão completa do funil de vendas
- Histórico de interações e atividades
- Priorização de leads quentes
- Integração com e-mail e automações

**Exemplos:** HubSpot, Pipedrive, RD Station CRM, Moskit, Agendor, Salesforce.



# ESTRUTURANDO SEU PIPELINE COMERCIAL



## O funil dentro do CRM.

Um pipeline bem configurado ajuda a visualizar o progresso dos leads até a venda.

Defina **etapas claras e objetivas**, de acordo com o ciclo de vendas da sua startup.

**Dica:** use **campos personalizados** para registrar dados importantes (tamanho da empresa, setor, ticket médio, origem do lead, etc).



# EXEMPLOS DE PIPELINE COMERCIAL



Pipeline de SaaS:	Pipeline Imobiliário
1. Novo Lead	1. Novo Lead
2. Lead Qualificado (MQL)	2. Qualificação (tipo de imóvel, região, orçamento)
3. Contato Realizado	3. Envio de oportunidades
4. Demonstração Agendada	4. Visita agendada
5. Proposta Enviada	5. Proposta
6. Negociação	6. Fechamento
7. Cliente Ativo	

# EXEMPLOS DE PIPELINE COMERCIAL

Screenshot of the Pipedrive CRM interface showing a pipeline overview.

**Pipeline Summary:** \$1,144.83 · 9 negócios

**Filter Options:** Pipeline, João

Cliente potencial	Contatado	Demo agendada	Proposta feita	Negociações iniciadas
\$628.57 · 4 negócios	\$100.04 · 1 negócio	\$297.30 · 2 negócios	\$0 · 1 negócio	\$118.92 · 1 negócio
<b>Negócio Luciana Modas</b> R\$950	<b>Negócio xyz</b> R\$588.90	<b>Negócio Adriana dos Santos</b> R\$950	<b>Negócio GTech Soluções</b> R\$0	<b>Negócio TechInsights</b> R\$700
<b>Negócio Basílio Guedes</b> Basilio Guedes R\$950	<b>Negócio Enrique Sanches</b> Esquadrias 2 irmãos R\$800			
<b>Negócio Canal Soluções Elétricas</b> Canal Soluções Elétricas R\$800				
<b>Negócio MJ Brasil</b> MJ Brasil R\$1,000				

**FCJ TRACTION GROUP**



# AUTOMAÇÃO: ONDE COMEÇAR



**Deixe o sistema trabalhar por você**

A automação ajuda a manter o relacionamento ativo,  
**sem depender 100% de esforço manual.**

Ela é ideal para o início da jornada, quando o volume de leads aumenta e o time precisa ganhar escala.

## **Ferramentas:**

HubSpot, ActiveCampaign, RD Station, Pipedrive + Zapier.





# EXEMPLOS DE AUTOMAÇÕES

Automações Básicas de SaaS	Automações Básicas Imobiliário
Enviar e-mail de boas-vindas ou confirmação de cadastro;	Boas-vindas: Recebe e-mail com imóveis compatíveis + CTA para agendar visita
Disparar follow-up automático se o lead não responder;	Visita agendada: Lembrete + localização + Confirmação automática
Notificar o vendedor quando um lead atingir status de MQL;	Pós-visita: Envio de proposta + Follow-up automático
Mover o lead de etapa no pipeline conforme interações.	

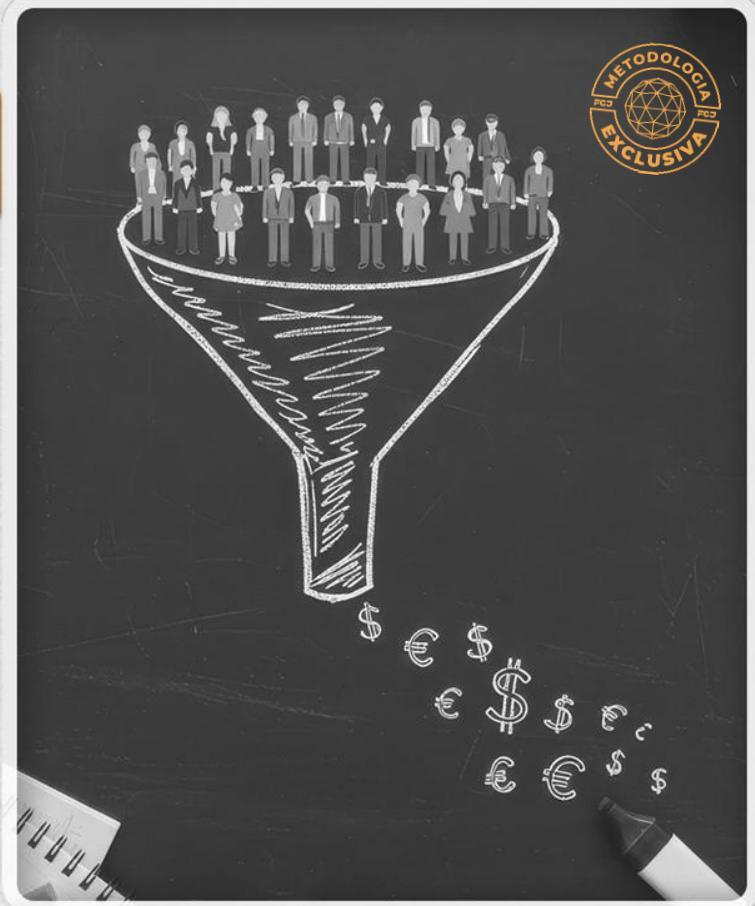
# INTEGRAÇÃO ENTRE MARKETING E VENDAS



**Marketing e vendas falando a mesma língua**

A conexão entre CRM e automação garante  
**continuidade no funil.**

Quando o lead realiza uma conversão, o marketing  
envia o dado automaticamente ao CRM, com todas as  
informações necessárias para o time comercial agir.



# INTEGRAÇÃO ENTRE MARKETING E VENDAS

## Fluxo ideal:

- 1 Conversão → formulário na LP
- 2 Entra em automação de boas-vindas
- 3 Se engajar → vira MQL
- 4 CRM notifica o vendedor
- 5 Oportunidade é criada no pipeline

**Dica:** configure alertas automáticos e crie campos padronizados entre CRM e automação para evitar perda de dados.



# TEMPLATES DISPONÍVEIS



**Organize sua operação comercial**

**Use os templates para aplicar o que aprendemos hoje:**

- **Template de Pipeline Comercial:** Estruture as etapas do seu funil de vendas.
- **Mapa de Automações Simples:** Crie fluxos automáticos de e-mails e follow-ups.
- **Checklist de Integração CRM + Marketing:** Garanta que tudo funcione junto.

[ACESSAR TEMPLATES](#)



# ANÁLISE FINAL E DÚVIDAS



# REFLEXÃO FINAL DA AULA

**Automação não substitui relacionamento, ela o potencializa.**

O CRM e as automações são ferramentas poderosas, mas o que realmente faz diferença é **como você as usa**.

Elas liberam tempo, organizam processos e garantem que nenhum lead seja esquecido.

**Pense nisso:**

Você está usando a automação para **encantar o lead** ou apenas para enviar e-mails?



# ENTREGÁVEIS E PRÓXIMOS PASSOS

## Entregáveis:

- Pipeline comercial configurado
- Mapa de automações básicas ativo
- Checklist de integração CRM + marketing preenchido

 **Prazo:** até a próxima aula.



# ENTREGÁVEIS E PRÓXIMOS PASSOS

**Na próxima aula vamos:**

**Setup Técnico: garantindo rastreio e integrações**

Você vai aprender a:

- Configurar **Pixel Meta, Google Tag, etc.**
- Implantar **eventos essenciais no GA4**
- Configurar **conversões** para Google Ads e Meta Ads
- Criar **eventos personalizados** (ex: clique em CTA, scroll, envio de formulário)
- Validar tudo com **Tag Assistant, Teste de Eventos**
- Construir o seu **Mapa Técnico de Rastreio**
- Preparar o terreno para análises reais de CAC, CPL e conversão



# ENTREGÁVEIS E PRÓXIMOS PASSOS



## Por que isso é importante?

Sem rastreamento → **não existe otimização**.

Sem eventos → **as campanhas “trabalham cegas”**.

A partir de agora, vamos garantir que *tudo que for ao ar seja mensurável*.



# 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!