

# ENTENDENDO SOBRE O FUNIL DE VENDAS



O funil de vendas, também conhecido como pipeline, é uma das estratégias mais assertivas para quem busca acompanhar todo o processo comercial junto ao cliente.

O Funil de Vendas é dividido nas etapas: topo, meio e fundo do funil, e aborda aspectos específicos sobre a jornada de compra do cliente, como atrair, manter e engajar.

**TOPO**  
**MEIO**  
**FUNDO**

Essa ferramenta de marketing possibilita às empresas transformar o consumidor, que busca encontrar soluções, em um cliente de fato. Diferente do que se convencionava, o funil de vendas não serve apenas para negócios no meio digital, pode ser adotado, também, como uma estratégia de conversão para empresas no meio físico.

Dessa forma, é importante conhecer as etapas e como podem ser aplicadas na sua empresa.

## Topo do funil: Reconhecimento do problema

A primeira etapa do funil é entendida como fase do conhecimento. Aqui, encontra-se um público mais geral, que busca conhecimento do produto ou serviço ao entrar em contato com o seu conteúdo. O objetivo é despertar a curiosidade e apresentar uma solução para uma necessidade já identificada ou desconhecida.

A estratégia nesta etapa pode ser baseada nas seguintes questões:

1) O que a sua empresa pode oferecer de forma geral?



2) O que você sabe sobre a necessidade do seu consumidor?



3) O material, conteúdo ou campanha é rico o suficiente para que o cliente queira trocar por informações pessoais como nome e e-mail?



## Meio do funil: Busca pela solução

O meio do funil compreende quem já é um potencial cliente e busca uma solução para o seu problema ou necessidade. Aqui, você precisa apresentar maiores detalhes sobre o que ele deseja especificamente, com dados, números e informações, na tentativa de atraí-lo ao próximo passo do funil. Nessa fase, o foco é:

1) Apresentar a solução sem tentar fazer a venda;



2) Buscar mais detalhes sobre o perfil do cliente;

3) Focar em conteúdo específico e qualificado.



## Fundo do funil: Apresentar o seu produto

É nesta fase que deve ser apresentado o seu produto. Para isso é importante o envolvimento da equipe de vendas. Neste ponto, o consumidor já é um potencial cliente e sua relação com ele estará mais fortalecida.

Nesta fase apresente:

1) A solução específica que ele deseja;



2) O produto feito sob medida para o seu perfil;

3) As vantagens ao adquirir seu produto;



## Manter e engajar: Última etapa do funil de vendas

Aqui o consumidor já é um cliente de fato da sua empresa. Mas, para concluir o funil, é preciso mantê-lo na base e ainda engajar para novas compras. Além de monitorar, você também precisa tratar cada cliente de forma individualizada, atentando para seu perfil e necessidade.

Nesta fase deve-se fazer uso de:

1) Promoções específicas e direcionadas;



2) Campanhas que o façam sentir proximidade e menos relações comerciais;

3) Fazer ações que necessitem da opinião do cliente.



Além de conhecer sobre as etapas e uso do funil de vendas, é importante saber quais os seus benefícios:

1) Maior prospecção dos potenciais consumidores em clientes;

2) Melhorar relação com os clientes;



3) Mensurar quais produtos são mais atrativos;

4) Conhecer as ações mais efetivas dentro do próprio funil.