



Jornada de compra e funil de vendas



Jornada de compra e funil de vendas

O que é jornada de compra

A jornada de compra é outra ferramenta essencial na criação de marketing de conteúdo. É o caminho que o cliente percorre desde a identificação de que ele tem um problema até a compra do produto de fato.

É dividida em 4 etapas.

→ Aprendizado e descoberta

Na primeira fase, o cliente **ainda não tem consciência sobre qual é o seu problema.**

Ele possui de fato uma dor, mas não tem uma definição clara sobre ela.

Ele busca conteúdos informativos e ainda não conhece as soluções disponíveis.

→ Reconhecimento do problema

Aqui o consumidor ganha consciência sobre o seu problema.

Ele **precisa resolver uma dor.** Sua busca é entender o seu problema mais a fundo para então conhecer as soluções disponíveis.

→ Consideração da solução

O consumidor já conhece o seu problema e **analisa as opções disponíveis** no mercado. Ele está quase pronto para a compra.

→ Decisão de compra

Na decisão de compra, o consumidor já sabe que **quer adquirir uma solução** e começa a comparar produtos/serviços no mercado.

Nesse estágio, é preciso convencê-lo de que a sua solução é a melhor.



O que é funil de vendas

É um modelo estratégico de marketing para dar suporte à jornada de compra.

É dividido em três etapas.

→ **Topo de funil**

É a parte mais larga do funil, composta por **visitantes ao site**.

Nesse estágio, você deve **despertar o interesse deles**, mostrar que existe um problema a ser resolvido e educá-los em relação à solução do problema.

É o início do relacionamento com o cliente.

Materiais educativos com linguagem simples, sem jargões técnicos e fácil para qualquer pessoa entender.

O foco não é o produto/serviço que você vende, e sim conteúdo informativo e útil.

Formatos:

- posts educativos
- tutoriais e passo a passo
- guias
- notícias
- resenhas
- listas
- entrevistas
- pesquisas
- infográficos

Exemplos de palavra-chave:

- marketing digital para empreendedores
- empreendedorismo digital
- fluxo de caixa



- controle financeiro pessoal

Exemplos de artigos:

- 5 Benefícios do marketing digital para empreendedores
- Como iniciar uma carreira no empreendedorismo digital
- Guia completo para melhorar o fluxo de caixa da empresa
- Passo a passo do controle financeiro pessoal

→ **Meio de funil**

Nesta etapa, o foco é em mostrar como o seu produto/serviço resolve o problema do usuário e os benefícios que ele terá com a compra. Aqui o usuário já está considerando uma solução.

O conteúdo concilia vendas com informação de qualidade. Pode ser em formato de blogpost ou página de captura.

Formatos:

- templates
- checklists
- ferramentas

Exemplos de palavra-chave:

- planilha de redes sociais
- calculadora de juros
- melhor CRM

Exemplos de artigos:

- Guia completo de gestão de conteúdo (inclui planilha de redes sociais)
- Calculadora de juros: 5 passos para usar corretamente
- 5 Cuidados para escolher o melhor CRM para a empresa

→ **Fundo de funil**

É o estágio final da compra, em que ele já conhece as soluções disponíveis no mercado e quer avaliar se vale a pena comprar a sua.

Os conteúdos devem mostrar os diferenciais do seu produto/serviço.

Materiais em menor quantidade, pois é a fase mais estreita do funil. Pode ser também em formato de página de captura ou e-commerce.

Formatos:

- catálogos
- testes gratuitos
- avaliação ou consultoria gratuita
- promoções
- cases de sucesso

Palavras-chave que mostram intenção de busca:

- software de gestão
- curso de inglês em são paulo
- consultoria de vendas online

Exemplos de artigos:

- 5 Motivos para fazer o curso de inglês XYZ em São Paulo
- Demonstração: como funciona o software de gestão XYZ
- 5 Motivos para fazer uma consultoria de vendas online na XYZ