

Aula 13/12 - Funil de vendas descomplicado

Então a aula de hoje vai ser sobre funil de vendas descomplicado. E por que eu coloquei esse nome? Porque era uma coisa muito difícil para mim entender, o que era esse raio de funil de vendas, eu não entendia como funcionava, não entendia o que era topo, meio, sei lá, era uma zona, não entendia nada.

Então eu coloquei descomplicado porque eu quero que vocês entendam e se vocês não tiverem entendido, por favor, me fala que eu pauso e volto, tá? Para explicar.

Então vamos lá!

O que é funil de vendas?

Nada mais é do que **as etapas que o cliente passa dentro da sua empresa**.

Então eu gosto de dar o exemplo do shopping. Porque? Porque pensa no shopping. Como o cliente decide entrar numa loja? Ele olha a vitrine, ele entra na loja, ai depois ele olha as opções que tem lá, se for de roupa ele vai provar algumas peças, se for de perfumes, ele vai cheirar alguns perfumes, vai testar a maquiagem, enfim. Depois ele vai decidir comprar a que ele mais gostou.

E na internet é a mesma coisa. Essa loja do shopping é o seu perfil do Instagram. Então quando ele passa na frente da loja é o primeiro contato dele com a loja, que é a mesma coisa quando ele abre o seu perfil, é o primeiro contato. Então eu gosto muito desse exemplo, porque dá para usar perfeitamente para o Instagram.

Então quando ele passa na frente da loja, quando ele chega no Instagram, quando ele entra na loja é quando ele começa a ver o seu perfil, olhando as opções, ou seja, os posts. Depois ele vai provar algumas peças, o que é esse provar algumas peças? Começar a se relacionar com você, mandar comentário, mandar pergunta na caixinha, mandar um direct. Vai ver como é o ambiente dessa loja, no seu perfil e depois ele vai decidir se te contrata ou não, ta? Então eu gosto muito desse exemplo, foi uma coisa que me facilitou, quando eu consegui pensar dessa forma.

Então as etapas do funil.

É o **topo**, o **meio** e o **fundo**. E a gente chama ele de funil porque ele é literalmente assim, tá? Um funil. É largo assim em cima e vai ne, afunilando. Então é funil, literalmente esse funil que a gente tem na cozinha, igualzinho.

Então vamos voltar no exemplo do shopping como eu estava falando, né, no topo são as pessoas que passaram na frente da loja. Concorda que a boca do funil é mais larga? O topo dele é mais largo? Então muita gente passa na frente da loja. Então essa parte do funil é a

parte que tem mais gente. Porque? Porque você precisa atrair muita gente para algumas pessoas entrem na loja, certo? Se é um shopping vazio, qual a chance da pessoa entrar na sua loja? Poucas né? Porque tem poucas pessoas.

Então quanto mais pessoas tiver lá no topo, no corredor do shopping, chegando no seu perfil, mais chance você tem de vender alguma coisa, porque quanto mais pessoas tiverem, mais pessoas vão chegar no fundinho do funil, tá bom? Então **esse topo é o primeiro contato da pessoa com a marca**, então é um contato mais raso, é lá do topo mesmo, tá?

Desculpa o barulho aqui, tá com uma obra aqui do lado.

E no meio... O cliente gostou do que viu, passou na frente da vitrine, gostei! Fui lá no perfil da Ravena, gostei, vou ficar, decidi entrar na loja, ou seja, decidi começar a seguir, para ver o que vai ter mais, né? Então ele vai lá, olha os posts, vê os stories, ele começa esse relacionamento com a marca, com a nossa marca, com o nosso perfil.

E no fundo ... **lá no fundinho do funil é quando ele decide comprar**. Então o fundo de funil é o post de venda, ta? Então o cliente tem que passar por todas essas etapas, para chegar lá no fundo e comprar.

Então por isso é muito interessante a gente atrair muita gente para a nossa loja, para nossa marca, justamente para ter gente sobrando lá no fundinho de funil, porque só uma pessoa entra na sua loja a chance dela comprar é meio que 50/50, né? Então se 10 pessoas entrarem na sua loja, pelo menos 1 vai comprar. Então por isso que a gente sempre tem que estar pensando em maneiras de trazer pessoas para o nosso perfil.

E como funciona o funil de vendas no Instagram, é só no feed? Não! **É no perfil interirinho**. Então nos stories, feed, vídeos se você tiver, na live quando você fizer, se você tiver um blog, também aplica isso no blog, tá? Não aplica isso só de topo de funil, depois eu vou dar exemplo para vocês entenderem o que é post de topo, meio e fundo, ta? Mas tem que fazer as três etapas justamente para o funil dar certinho. Para a pessoa passar pelas etapas.

Porque é muito difícil uma pessoa que chega no seu perfil pronta para comprar. Não! Ela precisa se preparar, precisa ter esse relacionamento com você, tá? E mesmo que ela já compre, por exemplo, ela seja um cliente ruim, porque não teve tempo dela se relacionar com você, dela entender melhor aquilo que você faz. Então, às vezes ela nem viu valor daquilo que você faz e ela comprou... *ah não sei, tava numa promoção, ela comprou na emoção*, mas é capaz que ela não vire uma cliente fiel, porque ela não teve essa parte de relacionamento com você, ela não comprou depois de estar pronta, ela só comprou. Então isso não é interessante.

Então a gente precisa usar o funil de vendas para atrair pessoas novas, né, como eu falei, é o topo. Fazer com que elas interajam e conheçam melhor a marca que é o meio. E depois disso elas vão comprar de você, que é o fundo, ta? **Não dá para ofertar um produto no primeiro contato com o cliente**. Então a gente não pode fazer só post de venda, principalmente quem é, quem vende produto, né, quem é lojista, quem tem uma loja assim

de roupa, por exemplo, que a gente mais vê, só tem foto do look lá, mas isso é post de fundo.

Porque a pessoa não quer ver post de foto todo dia, ela quer aprender a usar o que ela tem em casa... ah é quer saber usar um cinto, como amarrar uma blusa, amarrar um lenço na bolsa, no cabelo. Então você tem que ir se relacionando com o cliente.

Porque não dá pra vender logo de cara? **Porque é muito agressivo.** Imagina... você entra na loja e a pessoa já fala... *o que você vai comprar?* É a mesma coisa se você faz isso no instagram, só que no instagram a gente não vê dessa forma, né, mas é exatamente a mesma coisa. Imagina que rude uma vendedora falar ... *você não vai comprar? Então pode sair, pode embora, só quero aqui quem vai comprar.* Não funciona assim, né? Então na internet também não faz nenhum sentido a gente tratar o cliente dessa forma.

Então a gente tem que se relacionar. Eu falo muito essa palavra, né, RELACIONAR. Porque? Porque a nossa audiência são pessoas, né? A gente vê ali o número de seguidores subindo, mas são pessoas, então a gente tem que sempre lembrar que isso é uma relação, ta? Entre duas pessoas. Mesmo que seja uma relação comercial, é uma relação, ta? E como qualquer outro relacionamento, passa por etapas.

Então outro exemplo para vocês entenderem é o porque não vender logo de cara, pensa se você conhece um gatinho na balada, adorou, muito simpático, mas te pede em casamento no final da noite. Você vai achar que ele é louco né? Maluco, vai sair correndo.

É a mesma coisa com o funil. Se você já conhece a pessoa e já propôs uma venda. É a mesma coisa, o cliente vai pensar que você é doido, tá, então vai com calma, vai devagar, respeita as etapas, não apresse as coisas, tudo no seu tempo.

E onde postar cada etapa do funil. Então como eu falei não é só feed, tá? Mas eu vou dar exemplos de qual formato funciona melhor para cada etapa.

O topo de funil, lembra? **É onde atrai as pessoas.** É o corredor do shopping onde passa mais gente. Então onde passa mais gente no instagram? No reels, né? Toma cuidado se o reels viralizar é uma coisa boa? É, mas muitas pessoas chegam no seu perfil e se você fizer um conteúdo nada haver, por exemplo ... *ah você é muito bonita, muito maravilhosa, você faz um vídeo lá dançando, sensualizando,* aí chega um monte de homem no seu perfil. Eles não são seus clientes, né? Então eles só vão poluir lá o seu perfil, você vai ficar com um número imenso, mas o engajamento vai ser ruim, porque eles chegaram por uma coisa, mas não é o que você vende, né, então **toma cuidado para fazer reels sobre o seu tema, para atrair pessoas certas**, que podem ser suas clientes, ta?

Principalmente se você faz tráfego pago. A gente pode chamar um gestor para falar mais disso. Acho que é até legal né, fazer uma aula de tráfego pago, mas aí você polui o seu pixel, ou seja, vai rastrear pessoas que tem interesse de conteúdo de mulher dançando, por exemplo, tá, então quando você patrocinar algum post ele vai entender que aquele é o público que você quer atingir, porque é um público semelhante ao que já tem na sua página, ou seja, o tráfego pago tá trazendo ainda mais pessoas não qualificadas para o seu perfil.

Então é péssimo, ta? Então toma cuidado com conteúdo do reels, se viralizar, quando viralizar, né, espero que viralize.

E no feed também dá pra fazer topo, ta? As pessoas compartilham com outras, vão marcar as amigas nos comentários. Sabe aquele post que você vê e fala... *nossa é a cara da fulana*. É topo de funil. Ele tá incentivando você a marcar, ta? E repostando no próprio stories quando você faz um post lindo com uma mensagem por exemplo de Feliz Natal.

Você faz lá e posta no feed. As pessoas tem meio que preguiça de fazer ou então não sabem fazer e gostaram daquela mensagem, elas vão compartilhar no stories delas. Então isso vai levar o seu post para outras pessoas também. Então esse é um tipo de post que é topo de funil, ta? Então dá para postar tanto no reels quanto no feed. Nos stories também da, ta? Se você fizer uma mensagem ali bonita a pessoa encaminha para outra. Também dá para fazer.

O meio. Os stories são a principal ferramenta do meio do funil, por que? Porque é puro relacionamento, né? *Puro creme do milho verde, como dizem*. Você fica ali falando com a sua audiência, fica postando seu dia a dia, eles vão te conhecendo melhor.

Então o **meio do funil é muito stories**, tá? Muito stories, muito, muito, muito. É o nosso lado humano. E aproveite as ferramentas disponíveis, para engajar com a sua audiência, caixinha de perguntas, enquete, reações... *ah vocês já viram aqueles stories? Se tiver 1.000 reações eu vou soltar um conteúdo exclusivo*. É meio de funil. Você está incentivando a audiência a interagir com você, tá?

E no feed também, porque? As pessoas comentam e salvam seu conteúdo, então quando não é para marcar, não é top né, as pessoas comentam, ou seja, você pergunta se eles tem alguma dúvida, você pede uma sugestão... *então, ah o que vocês querem ver aqui no meu perfil?* Ai as pessoas vão lá comentar isso tudo é relacionamento, ta?

E salvar conteúdo também é meio, porque? Porque a pessoa vai ter um contato novamente com o seu conteúdo e tá se relacionando com você, tá? Então fala .. *ah salva esse post para consultar mais tarde, na hora que você tiver sem ideia do que cozinhar*, por exemplo, num perfil de receitas. Então é bem legal essa questão de salvar posts no meio do funil, ta?

O fundo. Os stories também podem ser usados, tá? Usa o link para levar a pessoa diretamente para o seu site, como eu fiz na mentoria. Eu lancei meia noite, não fiz nada no feed eu só postei nos stories ... *Vagas abertas*. E coloquei o link. Então isso é um fundo de funil, ta? Uma venda direta e reta.

No feed, pode ser tanto post quanto vídeo, ta? Você pode fazer uma live, principalmente em lançamento, né, no nosso ramo de infoprodutos. Mas quem tem produto mesmo, que vende roupa, maquiagem, tá fazendo muita live shop, né, que você vai mostrando a coleção nova numa live e as pessoas já reservam na própria live. Então esse é um tipo de fundo de funil interativo. Uma coisa bem legal e diferenciada de fazer.

Não é só um post lá descrevendo a roupa ... *ah compre a minha peça, tá tanto, tá na promoção*. Não! É uma coisa mais interativa. Então é um formato bem legal de pensar, ta? Então pode ser vídeo também, não precisa ser só foto.

Então vamos lá para o exemplo prático. O que postar no topo do funil.

Deixa eu ver o chat ... vou fazer um live shop agora.. Arrasou.

Você vende o que Ra?

Eu vendo cosméticos, todo tipo de cosmético, maquiagem e cabelo. Maquiagem, skincare e cabelo. Só que agora para o Natal e Ano novo eu resolvi dar uma incrementada, tô crescendo a minha loja e aí eu vou trazer umas t-shirts, na verdade já tá chegando já. E aí eu vou fazer todo o conteúdo voltado para a venda das t-shirts e aí eu vou fazer uma live shop estruturada pela aula do ONM.

Mandou bem. Olha que legal. Eles tem um módulo agora, né? De lojista.

E eu tô aplicando todo o conteúdo daqui. Eu tô usando meu perfil na verdade, meu perfil da loja, tô começando a usar ele como meu portfólio. E aí eu montei linha editorial, cronograma de postagem, todas as aulas, cada aula. Eu não estava presente nas primeiras, mas nessa eu consegui. Mas eu tô aplicando tudo no meu perfil da loja.

Ai que legal! Parabéns! É isso aí. Bem aplicado. Eu até te marquei hoje nos stories, respondi sua caixinha e falei que você já pode fazer consultoria de linha editorial. Que você tá sempre aplicando, então já começa a oferecer.

Eu coloquei no grupo da gente no facebook. Tô no grupo de Edu. Eu fiz o ND dele e aí eu tô nesse grupo. E aí uma menina ontem de noite perguntou se tinha alguém, alguma social media ali e só tinha eu. Por incrível que pareça ela era professora de matemática e aborda o tema no instagram e eu faço licenciatura em matemática. Só que ela só queria um pacote de legendas avulsas, aí eu fiz uma legenda, pedi a ela o próximo post e aí eu fiz uma legenda, mandei para ela. Ela ainda não visualizou. Que eu respondi tarde da noite ontem, ela ainda não visualizou. Tô nesse aguardo ai.

Como ela é professora né, deve tá em aula. Mas que legal. Depois me conta.

Vou contar, já estou movimentando o grupo lá do facebook. E eu já preparei o texto de pesca em balde com essa captação para colocar no grupo do ONM e hoje no mercado de trabalho teve uma proposta lá. Uma pessoa que faz artigos, artigos de universidade que a gente estuda. Ela estava querendo transformar artigos em post para o Instagram e aí ela botou o link do artigo. Eu também criei um post para ela, eu li o artigo todo rapidinho, a manhã toda na verdade, montei o post e mandei para ela. Também tô nesse aguardo.

Que proposta boa, você já mandou como post.

Já mandei como post e falei que ela pode utilizar e qualquer coisa ela podia entrar em contato comigo e botei meu whatsapp, aí tô aguardando.

Mandou bem. Movimentada a manhã hoje, hein!

Ah.. hoje foi.

Assim que é bom. Depois você me manda a sua história da pesca em balde, eu sei que você tá sem tempo, mas quando você tiver, tá pra eu fazer.

Eu gosto quando vocês participam.

Então o que postar no topo de funil? Que é para atrair pessoas, né? Então você vai fazer temas desses tipos aqui, dei alguns exemplos:

- Polêmicos, que divide opinião. Sabe aquele tipo ... eu pus aqui polêmico leve tá, mas pode ser polêmico mesmo, depende do perfil da pessoa... Chocolate branco não é chocolate. Que é uma coisa que as pessoas discordam muito ou concordam muito. Então isso vai causar um ba fa fa ali.
- Se for fofoca de famoso, coisa do BBB, coisa que tá no momento, ai eu coloco em assuntos do momento, que daí é reality show famosos, mas eu acho que sempre tem que abordar alguma coisa que tenha haver com o perfil, então por exemplo, você vai vender camiseta, ai você pode fazer uma camiseta de política se você quiser e aí isso dá um ba fa fa. É post topo de funil.
- Ai frase que todo mundo concorda, lembra que eu falei? Frase com uma arte bonita, você faz uma frase ali, uma mensagem de feliz natal, de ano novo as pessoas vão compartilhar, então principalmente se você vende artes é uma coisa muito legal. As pessoas vão entrar no seu perfil e falar... *nossa que arte bonita, né?* Tem gente que pensa, tinha esse hobby né, fazia artes bonitas, postava frase de motivação todo dia, acabou virando produto, acabou virando quadro, camisetas ilustradas. Então é uma coisa que as pessoas gostam bastante. E é difícil de fazer, né. Eu mesma não faço artes, porque eu acho super difícil. Então um exemplo de arte, pode ser uma frase. Essa frase do Chorão que eu coloquei num post meu, vocês compartilharam bastante. E tinha um texto, estava falando sobre a frase em si, não sobre o Chorão, mas as pessoas gostaram da arte. Então é uma coisa legal também apostar nessas frases de música né, música tem muita mensagem legal, eu adoro, quase toda semana eu posto uma.
- Meme e signo também é bem topo de funil, ta? Meme não precisa nem explicar né, as pessoas compartilham, viraliza, manda no whatsapp, manda pro tio, pra tia, enfim. E signo as pessoas adoram saber de signo né. Você compartilha, fala...ah marca aqui sua amiga piscinana, ai você marca lá, piscinana é esquecida. Então esse é um tema que as pessoas gostam também de compartilhar e é um tema leve, né? Então você pode fazer por exemplo, vendedora de cada signo, social media de cada signo, t-shirt de cada signo. É bem legal de fazer. O cabelo de cada signo. Dá para brincar com tudo.

E o que postar no meio do funil? Então lembra que é relacionamento, né?

- Então aqui a gente vai responder dúvidas sobre o nicho, então por exemplo, o que colocar na bio? Que é uma dúvida muito comum do nosso nicho.
- Aí você pode mostrar também que a pessoa tem um problema, ou seja, você cria consciência. A pessoa chegou lá, ela nem sabia que tinha um problema, mas você apresentou pra ela que ela pode ter um perfil assim atualizado, um perfil bonito, profissional, sem ela fazer. Então ela nem sabia que isso era possível, mas você mostrou isso para ela, você ativou a consciência dela. Então um exemplo: sabia que comer de 3 em 3 horas não é certo? Então exemplo de nutricionista. Eu sempre gosto de dar vários nichos que eu sei que vocês usam para as clientes as vezes, então nem sempre que coloco que social media, ta?
- E também você pode facilitar a vida do leitor, ou seja, guia para foto de perfil ideal. Então você vai fazer um passo a passo pra pessoa tirar uma foto bonita e colocar no perfil. Então você tá facilitando a vida dela. E ela vai lá fazer o que? Salvar o seu post pra consultar quando ela for tirar a foto, ta?
- E também você pode solucionar um problema, ou seja, 5 opções de comida saudável para quem tem um paladar infantil, por exemplo. Resolveu um problema e ela passa a te acompanhar, justamente porque você não tá só oferecendo venda, não. Você oferece algo que agrega a vida dela. Você tá tirando dúvida, você tá mostrando que ela tem um problema e você tem a solução. *Mas também não vai criar um problema que você não sabe resolver, tá?* Se não, a pessoa só vai ficar brava.
- Facilita a vida do leitor e soluciona um problema como eu falei, né. Então é um relacionamento bem completo, ta? E que agrega na vida da pessoa. E ela passa a confiar em você e vai para a próxima etapa que é o fundo.

óh meu Deus faltou um slide aqui... eu vou fazer agora no improviso então.

O que postar no fundo do funil. No fundo do funil é pra vender, né? Então você vai postar foto do seu produto, você vai postar uma live shop, né, você vai postar os benefícios. Sei lá, 5 benefícios do pacote instagram. Foi um post que eu fiz e deu muito certo.

E aí você vai falar lá como que as pessoas podem se **beneficiar** porque no fim do dia a pessoa quer saber o que ela vai ganhar, né. Não quer só te contratar porque você é muito bonito, ela quer ganhar alguma coisa com aquele produto, ganhar tempo, ou então ganhar dinheiro, o que ela vai ganhar? Vai ficar mais bonita.

Então você tem que mostrar ali o benefício que ela vai ter ao te contratar, tá bom? E você também pode fazer depoimento de cliente é um bom fundo de funil, para você mostrar que as pessoas estão felizes com o seu produto, com seu serviço, ta? E nos stories você pode fazer, também dá pra fazer depoimento de cliente, print assim de whatsapp é muito legal. Deixa ali em destaque, tá, cria um destaque já pra deixar feedback. Nos stories também dá pra colocar o link, como eu falei.

E você pode falar de casos que aconteceram com clientes... *olha esse cliente tava com problema tal e eu pensei nessa solução personalizada pra ele, então é por isso que eu criei minha consultoria*, sabe? Você conta uma história, não cita nome do cliente se você não pediu autorização e aí você fala qual o produto que resolve isso, tá?

Então você pode emendar um meio de funil que é relacionamento nos stories com o fundo. Então você começa lá no meio contando uma história, se relacionando, respondendo uma dúvida que talvez seu cliente tenha e depois você fala ... olha eu tenho esse produto, tá? Então é uma coisa bem legal de fazer.

Qual é a relação de CTA e funil de vendas?

CTA é aquela chamada para ação, né, que vai no final do post. Então por exemplo, marque aqui a sua amiga do signo de virgem, sei lá, tá. Então a gente precisa pedir para o leitor tomar uma ação depois de ler o post, porque? Porque se não ele só vai ler e já vai embora, não vai se tocar que ele precisa fazer alguma coisa, tá?

Então você precisa falar pra ele depois dele ler o post ou vídeo o que é pra ele fazer, ta? A gente precisa desse engajamento para o Instagram entender que o nosso conteúdo é bom, que as pessoas estão interagindo, tá? Então às vezes não é de maldade, a pessoa não interagiu não porque ela não gostou, mas porque ela não pensou nisso e você não pediu. Mas pede uma coisa só, tá? Se não, a pessoa vai ficar confusa. Ou ela vai achar que você está pedindo demais e não vai comentar nada, nem vai salvar, nem vai mandar pra amiga, porque ela ficou confusa ou te achou pidona demais, ta?

Então mesmo que o post permita diversas ações, você fez um post lá sobre, não sei ... a temperatura de São Paulo, tá chovendo e aí você pediu para ela encaminhar para uma amiga, tá, mas aí você também pediu para ela comentar e a temperatura na sua cidade, como tá? Ah também salva esse post pra você saber o que vestir no dia de chuva. Então assim, ela vai fazer o quê? Fica muito confuso, muita coisa e ela acaba não fazendo nada. **Então faça sempre uma ação só, uma CTA só, tá bom?**

E dependendo do tema do post, ele pode ser de qualquer etapa do funil, tá, você consegue fazer um post de signo por exemplo que seja fundo de funil, depende muito do seu nicho e do jeito que você vai abordar aquele tema no post. Então depende tanto da escrita, quanto da CTA que você vai usar, tá?

Por exemplo, cardápio saudável para quem tem paladar infantil, tem duas formas de definir em qual post esse ... em qual etapa desculpa esse post se encaixa. Se ele vai ter um conteúdo mais raso ele pode ser topo, ou mais elaborado, ele pode ser meio ou fundo. E também na CTA como eu falei. Essas duas coisas que vão determinar de qual etapa é o post, não é só o tema, tá, que determina isso. É o jeito que você escreve e o que você coloca na CTA.

Então por exemplo, nesse exemplo de cardápio saudável quem tem paladar infantil, você pode pedir para o leitor: Enviar para alguém que sofre com isso (topo de funil), salvar na hora de montar o menu da semana (Meio de funil), que ele vai salvar para consultar depois e ele pode comprar o seu ebook com 100 receitas deliciosas é (fundo de funil), tá?

E não tem certo nem errado, tá, é só você escolher um e fazer uma coisa de acordo. Então se você vai fazer um post mais leve, de topo de funil, não faz um mega textão, com informação nutricional, não é isso, tá? Isso é topo de funil, tem que ser uma coisa mais leve, tá bom?

E aí se esse é um relacionamento, aí sim você vai responder dúvidas, lembra? Lá no meio. Vamos ver aqui óh... Responder dúvida, mostrar que a pessoa tem um problema, que isso não é saudável, que não é bom para saúde dela, que o colesterol dela, não sei o que, vai lá dar os motivos. Vai facilitar a vida do leitor, falar pra ele salvar esse post, você deu lá, 5 opções de receita, tá? Isso é solucionar um problema. Então pode ser meio de funil também, mas você que vai decidir. Tanto na forma como você aborda, quanto na CTA. Lembra de combinar os dois, tá? **O jeito que você escreve determina a CTA que você vai pedir para o cliente e consequentemente a etapa do funil que ele tá, tá?**

A gente vai ver isso mais a fundo na aula de calendário editorial, a gente vai montar um calendário editorial, para vocês verem como distribuir isso dentro do calendário do mês de postagens, tá bom?

E como fazer a CTA para cada etapa?

Vamos relembrar o objetivo de cada etapa, né?

Topo: atrair pessoas para o perfil. Topo do funil.

Meio: se relaciona com quem já tá no perfil, quem já tá dentro da loja.

No fundo: você vai vender.

Ou seja, a **CTA é diferente para cada etapa**, concorda?

Então exemplo de CTA topo de funil: Marque a sua amiga que tem loja de roupas, envie para sua amiga empreendedora, compartilhe no storie para ninguém ficar de fora, você e quem... sabe aqueles posts que mostra, sei lá, você com uma amiga e aí você fala, ai a pessoa fala... **você e quem?** Vai marcar a sua amiga, marque a sua pisciana favorita nos comentários, já manda indireta pro boy, quando você ver lá uma aliança de casamento, ta? Então você pode usar esses no topo de funil.

Uma observação, ta? **Cuidado com o jeito de descrever a pessoa que você quer que o leitor marque**, tá, tem que ser uma coisa suave, tem que ser um elogio ou uma crítica construtiva, mas bem suave.

Nunca peça pra marcar alguém que acabou de se separar, por exemplo. É uma coisa muito indiscreta e ninguém quer ser marcado nisso. E nenhuma amiga de verdade vai marcar, né? Então, ao invés disso, você pode pedir para o leitor enviar. Vamos que você é, não sei, terapeuta e você resolve esse problema de separação, desse luto depois da separação, então enfim. Você pode pedir para a pessoa encaminhar para alguém que tá passando por isso, que pode ajudar nesse momento difícil. Fica muito mais delicado que você falar para a

pessoa marcar lá na frente de todo mundo, né? Fica bem indiscreto. Então só essa observação para tomar cuidado com o jeito que você vai descrever essa pessoa que vai marcar.

Um exemplo aqui de topo de funil: Compartilhe esse post com a sua amiga empreendedora que tem uma loja de roupas, tá, então a pessoa vai enviar para amiga dela. Então isso é um topo de funil, porque? A Amiga não me segue, ai essa pessoa que me segue vai lá mandar para amiga dela e a amiga vai ver o meu perfil. Então isso traz mais gente para minha loja né, para minha empresa.

Como fazer a CTA meio de funil?

Salve esse post para consultar quando for montar sua próxima mala de viagem, por exemplo. Deixe sua dúvida aqui nos comentários. Quais são seus planos para 2022? Qual seu livro favorito. Qual sua maior dificuldade como social media. Comente eu quero para eu te enviar o material gratuito, eu faço muito isso. E uma coisa legal também que aqui no PDF não dá, ele fica um quadradinho branco, mas é legal você colocar emoji também, tá?

Então, deixe sua dúvida aqui nos comentários, coloca aquele emoji assim com a mãozinha pra baixo, ou uma setinha. Quais são seus planos para 2022, você pode colocar aquela menininha assim, tá? Isso é muito legal.

Uma observação da CTA meio de funil. **Compartilhe alguma coisa sobre você, antes de pedir para o leitor comentar.** Então, por exemplo, eu defini que quero emagrecer 10 kg em 2022. E você? Qual sua meta para o próximo ano? Porque? Lembra que é relacionamento? A pessoa vai se sentir muito mais próxima de você, muito mais a vontade, se você compartilhar alguma coisa primeiro.

E também ela não vai ficar pensando .. ah mas ...

Meio que um storytelling né? Criar uma historinha antes de ...

Exatamente, antes de pedir alguma coisa. Bem colocado, um storytelling. Porque é justamente isso, é um relacionamento, né, quase que uma amizade. Mas se a pessoa ainda não te conhece, como ela vai compartilhar alguma coisa? Tem que ter uma troca, né? Então relacionamento é sempre troca. Então você fala alguma coisa de você, ai ela vai se sentir a vontade de falar alguma coisa dela, tá?

E seja específica. Não coloca uma CTA muito geral. Então, por exemplo, em qual dessas fases você se encontra? Vamos supor que você está falando de fases de relacionamento e aí você coloca .. em qual dessas fases você se encontra. Uma coisa específica para aquele post.

E também bom senso né, igual eu falei do topo de funil. Não pergunte coisa indelicada. Do tipo ... você também tem depressão? Eu tenho e você também tem? A pessoa não vai responder isso lá, né, na frente de todo mundo. Então pergunta coisas que a pessoa vai responder, que ela não vai ficar sem graça. Se for uma questão de depressão, um exemplo,

pede para ela salvar, pra encaminhar pra alguém, uma coisa mais suave, tá bom? Ou para entrar em contato com você, por direct.

Então um exemplo de meio de funil: Atenção! Só vou enviar para quem já tem conteúdo postado. Lembra daquele eu quero? Tá na parte de cima. Você já começou aqui ajuda para definir sua persona, tem um material gratuito para te ajudar. É só comentar .. Eu quero, que eu te envio por direct. Aí depois eu coloquei um ponto de atenção, que eu só vou mandar para quem já tem conteúdo postado no feed. Então isso é um tipo de meio de funil.

Como fazer a CTA fundo de funil?

Clique no link da bio e garanta a sua vaga. Envie um direct para garantir uma oferta especial. Nos stories, clique no link e faça parte da comunidade. Comente *eu quero*, para te enviar o link de pagamento por direct, ta? Então pode ser um comentário fundo de funil, dá pra brincar um pouquinho com essas etapas. É só você saber qual é o foco do post. É vender? É salvar? É aumentar o relacionamento, tá? As vagas vão até amanhã, clique no link da bio pra não ficar de fora. Compras diretamente pelo nosso site (link no perfil), tá? Então tudo isso é CTA fundo do funil.

Um exemplo aqui. O pagamento pode ser via pix ou pagseguro comente aqui ... Eu quero, para eu te enviar o link por direct. Que foi a promoção de black friday que eu fiz.

E você precisa usar todas as etapas? Sim! Porque? Porque é um relacionamento né? Então como eu falei, a pessoa precisa passar por essas etapas para estar pronta pra comprar de você, tá? Então é assim que você usa o funil para transformar seguidores em clientes.

Mas você também pode e deve né, por favor, **adaptar para realidade do seu perfil**, ou seja, se você ou a sua cliente ainda não tem um produto, não precisa fazer fundo de funil, porque aí você vai vender o que? Então você adapta. Então ... ah, ela não tem um produto ainda. Tá só se relacionando, só se posicionando no instagram. Então faz topo e meio, não tem problema, tá? E aí quando as pessoas começarem a pedir ou quando ela decidir por um produto aí vocês colocam fundo de funil, mas se não, tudo bem.

E por exemplo ... *ah Carol ela tá em época de lançamento, ela vai lançar o curso dela semana que vem*. Fundo de funil, vai embora, fundo de funil. É aquilo, você se relaciona muito, mas quando você vende, você foca na venda. Então nessa época você pode deixar de postar topo e meio e fazer só fundo, tá? Mas continua aparecendo nos stories, que isso não deixa de ser uma forma de se relacionar, tá?

Mas no feed, abusa do fundo. E não precisa postar todo dia também, tá? No meu pacote por exemplo, tem 4 postagens na semana e os clientes alguns postam vida pessoal nos outros dias, outros não. E tá tudo bem. Porque eu acho que **você tem que ter conteúdo relevante**, né? É claro que o volume te faz melhorar. Você quanto mais produz, mais você pega prática. Mas eu acho que o mais importante de tudo é ter conteúdo relevante, tá? E no fim do mês já vai ter 16 posts, então é bastante de qualquer forma, né?

E lembre-se, né, eu coloquei aqui uma observação.

Social media maravilhosa faz posts estratégicos com objetivo, não só para cumprir tabela. Então é exatamente isso que eu tô falando. Você vai postar quando tiver um objetivo. Não precisa postar só por postar... *ah Carol tô sem ideia de posts, tô triste hoje.* Não posta, ta. Tá tudo bem. O que conta é o geral. Não é um dia só que você vai deixar de postar que vai atrapalhar toda sua estratégia.

Cada etapa precisa de quantos posts?

Então eu coloquei aqui um exemplo só, tá, mas eu sei que ajuda quando você tá começando. Então não precisa seguir exatamente isso, mas só pra dar uma ideia, tá? E o pacote tradicional que o cliente tem o produto, né, então tem fundo de funil e não tá em época de lançamento, ou seja, ele não tá só vendendo. Eu distribuo os 4 posts semanais dos meus clientes assim óh ...

1 ou 2 posts de topo.

1 ou 2 de meio.

Então se for 1 de topo, vai ser 2 de meio, tá? Se for dois de topo, desculpa, vai ser 1 de meio e 1 de fundo. Eu coloco só um de fundo pra não ficar muito cansativo. As pessoas não gostam muito de fundo de funil. E mesmo assim é um fundo de funil com tema, não é só ... Compre meu produto, ta?

Então, não gosto por exemplo, de colocar, também coloquei uma observação aqui, post de fundo logo depois de topo, porque? Vai que seu reels viraliza, seu post viraliza, chega um monte de gente no seu perfil, sua pesca em balde viraliza e aí logo depois você faz um post de fundo, você já vai vender. Então fica naquilo da vendedora agressiva, sabe? Você vai comprar ou não? Então fica um pouco indelicado. Então eu **não gosto de fazer topo e fundo logo em seguida.** Eu faço topo, meio e fundo. Ou meio, topo, meio, fundo. Enfim, o fundo eu sempre faço depois de um meio de funil, tá?

Justamente pra não atrair essa coisa negativa, não dá essa impressão negativa que você tá só vendendo. Você chamou a pessoa só pra empurrar alguma coisa pra ela, fica meio chato, tá? Então também não faça oferta nos stories, quando alguma pesca minha viraliza, ta. Eu coloco uma caixinha de perguntas. Vocês viram isso na imersão, né? O que fazer depois que a sua pesca deu certo. Então eu não coloco oferta nos stories justamente pra não dar essa impressão de que eu chamei a pessoa pra vender logo de cara alguma coisa, tá?

Em época normal, claro, se viralizou e você tá em época de lançamento né, cada um com seus problemas. Você vai vender mesmo.

Então exemplo de funil de vendas da social media. Então três posts aqui, um de cada etapa. Faça um perfil novo urgente, então isso chama a atenção, a pessoa vai falar .. nossa preciso fazer um perfil novo, peraí, deixa eu mandar para minha amiga, avisar minha mãe, avisar meu vizinho que precisa fazer perfil novo, então isso viraliza, né?

O que você acha da minha foto de perfil? As pessoas vão comentar, você vai comentar a delas, então vocês vão ali, se ajudar, ou seja, se relacionar, ta?

Precisa postar todo dia no instagram? Aí você fala que não, por causa disso e disso e disso, mas você precisa fazer post estratégico e que você pode ajudar a pessoa. Então percebe que esse post .. precisa postar todo dia, podia ser meio também? Você podia falar assim ... *olha não precisa, você tem que postar três vezes na semana, porque o volume que vai te ajudar, não é todo dia.* Não sei, você descreve lá e pede para a pessoa salvar.

Ou então topo também... você precisa postar todo dia? Não! Não precisa. Manda para sua amiga que ainda acha que precisa. Então isso é um topo, tá? O mesmo tema pode ser as três etapas, mas aqui eu coloquei como se fosse fundo, para você oferecer o seu serviço de postagens estratégicas.

Funil de vendas para designer, por exemplo ... Enjoei das cores da minha marca. Isso é uma coisa que acontece muito. Então a pessoa vai encaminhar para alguma amiga que já enjoou das cores da marca dela também. Então você vai lá explicar e coloca ali na CTA. Envie para sua amiga que já enjoou das cores da marca dela. Avisa ela que não é pra trocar não. Enfim, faz alguma coisa assim.

Você pode colocar meio de funil... Template gratuito para capa de lives. Então a pessoa vai salvar. Ela também pode encaminhar, então você também pode colocar isso como um topo de funil, tá? E você também pode oferecer seus serviços, ou seja, fundo de funil, falar ... *olha faço esse tipo de trabalho, me contrate no direct, tá?*

Nuggets é de comer? Isso pode ser um topo de funil também, pelo título mais engraçadinho. Mas se você faz nuggets, se você faz essa edição, né, coloca o título lá bonitão, com a legenda e tal, você fala que não, que é um tipo de vídeo e que você pode criar esse vídeo, né, explicar esse tema com um vídeo nugget, ia ser muito legal e ai você explica como que é e que você faz esse tipo de trabalho e então isso é um fundo de funil, ta?

Então vamos agora para o desafio da semana.

Criar uma lista de 16 posts, 4 por semana, respeitando o funil de vendas, tá? Então eu vou voltar lá no exemplo que eu dei, que eu faço para os meus clientes.

1 ou 2 de topo.

1 ou 2 de meio. Depende de quanto vai ter de topo, vai ter de meio, tá?
e 1 de fundo de funil.

Então você cria 4 posts por semana, aí você faz um post de cada tipo no seu feed, tá? Ou no feed do seu cliente, em alguém lá que você tá trabalhando.

1 de topo, 1 de meio e 1 de fundo. Então pode ser só 3, tá? Você cria a lista lá com 16, mas você pode postar só 3, não tem problema.

E **explore novos formatos**, a gente viu que dá pra usar as etapas do funil em praticamente todo o instagram né, todo o conteúdo. Então nos stories, em lives, em vídeo, no feed. Então da uma mudadinha. Então... *ah Carol eu nunca apareci nos stories.* Então apareça, né?

Faz ali uma caixinha de perguntas, fala ... *Oi gente, tive uma aula hoje, aprendi o que é funil de vendas, vocês querem que eu fale mais sobre isso?* Põe ali uma enquete (Sim ou não).

Então você faz essa mudada, explora novos formatos e comece a perder um pouquinho da vergonha, que eu sei que a maioria tem ainda, eu também tinha. Mas a gente vai treinando, cara de pau né gente. Vocês veem eu aqui dando aula hoje, totalmente treinável, tá?

Então a aula de hoje é essa. O desafio é esse. Se vocês ficarem com alguma dúvida deixem nos comentários quem tá vendo gravado. Quem tá aqui ao vivo, pode mandar no chat, tá? Vou terminar a gravação e vou deixar salvo essa aula pra vocês. E qualquer dúvida pode mandar email, direct, deixe nos comentários aqui também, tá? Que eu sempre vou respondendo.