

Passo a Passo para Tratamento de Leads

Sobre o Autor

André Aguiar Especialista em Marketing Digital e Imobiliário | Escritor | Professor e Coordenador de MBA | CEO da DMX WEB Marketing

- Inteligência Artificial Aplicada ao Marketing Imobiliário
- Inteligência Artificial Aplicada ao Marketing Digital
- Marketing 6.5
- Marketing de Relacionamento
- Arquétipos que Conectam

 por **ANDRE AGUIAR**





Introdução ao Tratamento de Leads

Objetivo do Curso

Neste curso, vamos aprender um passo a passo prático para o tratamento de leads, desde o primeiro contato até a conversão em cliente.

Foco Principal

O objetivo é otimizar os processos de abordagem, qualificação e nutrição para aumentar a taxa de conversão.



Passo 1: Classificação do Lead

1 Tipos de Leads:

1. **Leads Prontos para Conversão:** Demonstraram interesse claro e respondem rapidamente ao contato.
2. **Leads que Precisam Ser Nutridos:** Não responderam ao primeiro contato ou não estão prontos para comprar.

Dica: Pesquisas mostram que leads abordados em até 10 minutos têm 100 vezes mais chances de conversão.



Passo 2: Contato Inicial com Leads Prontos para Conversão

- 1** — Primeira tentativa (até 10 minutos após o cadastro)
WhatsApp ou ligação
- 2** — Segunda tentativa (24 horas depois)
E-mail com informações adicionais
- 3** — Terceira tentativa (48 horas depois)
Nova ligação
- 4** — Última tentativa (72 horas depois)
Mensagem final com senso de urgência

Exemplo de abordagem inicial: "Oi [Nome], vi que você demonstrou interesse em [produto/serviço]. Como podemos conversar rapidamente para entender melhor sua necessidade? [1] WhatsApp [2] E-Mail [3] Telefone"



Passo 3: Nutrição de Leads Não Prontos para Compra

Métodos de Nutrição:

- Envio quinzenal de conteúdos via **e-mail e WhatsApp**
- Compartilhamento de **dicas, cases de sucesso e conteúdos educativos**
- Estratégias de **retargeting** para leads que interagiram com conteúdos anteriores

Relacionamento não é apenas enviar ofertas, mas sim compartilhar **informações relevantes** que demonstrem que nos importamos em criar **valor para o cliente**.

Sugestões de Conteúdo para Nutrição de Leads

E-mail Marketing

"Olá [Nome], sabemos que a escolha de [produto/serviço] é uma decisão importante. Queremos te ajudar nessa jornada! Aqui está um conteúdo exclusivo com insights para te auxiliar na melhor decisão: [Link para conteúdo]"

WhatsApp Marketing

"Oi [Nome], percebemos que você demonstrou interesse em [produto/serviço], e queremos te ajudar a entender melhor essa oportunidade. Criamos um material especial com dicas valiosas para te apoiar nesse momento. Como prefere receber? [1] Enviar pelo WhatsApp [2] Enviar por E-mail [3] Agendar uma conversa rápida"



Passo 4: Reengajamento de Leads Frios

1

Campanhas de e-mails especiais

Com ofertas exclusivas

2

Mensagens personalizadas via WhatsApp

Abordagem direta e personalizada

3

Chamadas telefônicas

Com novas condições e benefícios

Exemplo de mensagem de reengajamento: "Oi [Nome], sabemos que encontrar a solução ideal pode exigir tempo. Por isso, preparamos um conteúdo exclusivo que pode te ajudar a esclarecer dúvidas e tomar a melhor decisão. Como prefere receber? [1] Enviar pelo WhatsApp [2] Enviar por E-mail [3] Agendar uma conversa rápida"

Passo 5: Monitoramento e Otimização



Taxa de resposta inicial



Taxa de conversão de leads qualificados



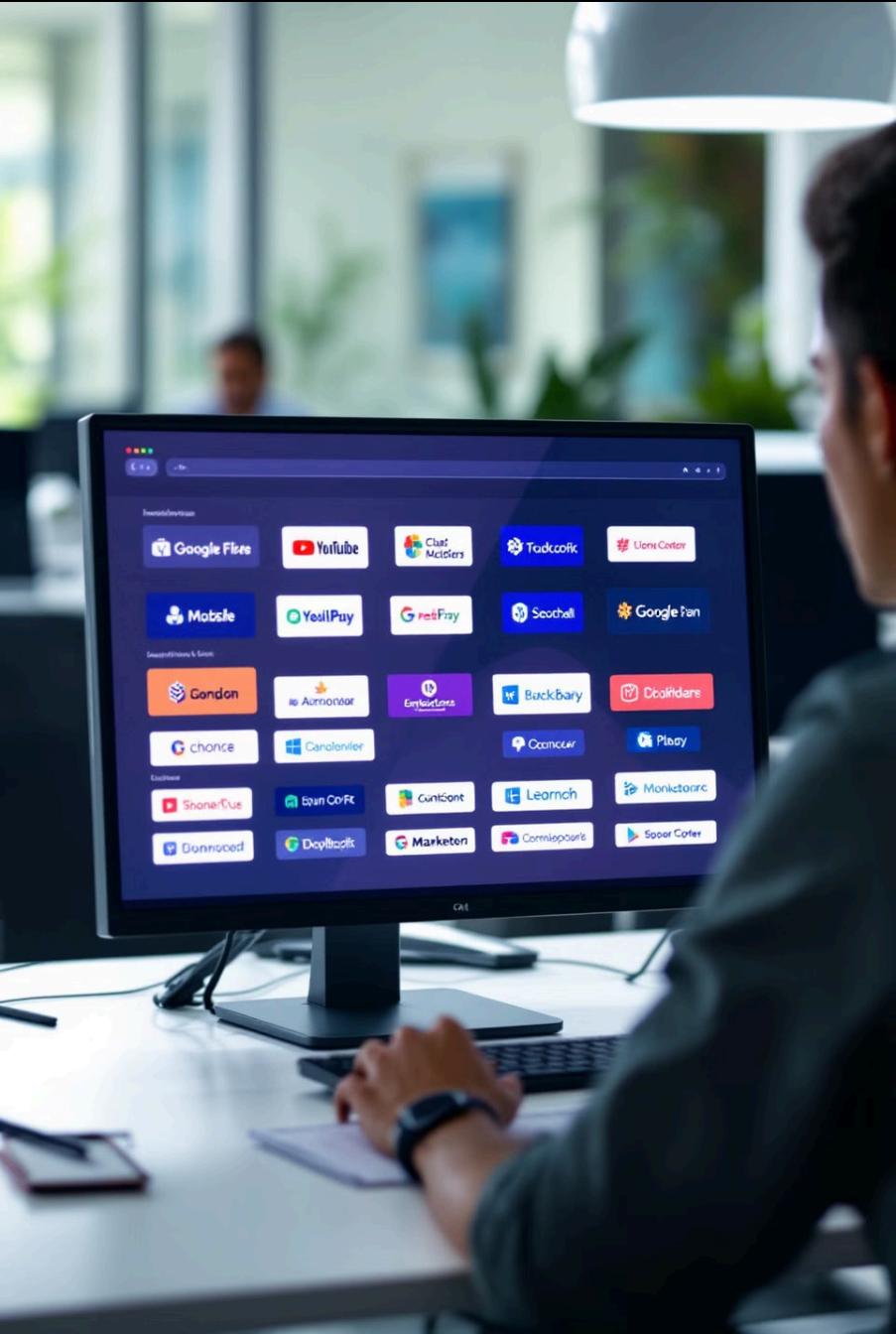
Tempo médio de resposta



Engajamento com campanhas de nutrição

Para garantir que a estratégia funcione, precisamos medir os resultados constantemente.





Ferramentas Recomendadas

1

CRM

HubSpot, Pipedrive,
Salesforce

2

Plataformas de e-
mail marketing

RD Station, MailChimp

3

Automação de WhatsApp

ManyChat, Zenvia

Conclusão

O tratamento adequado de leads impacta diretamente os resultados de vendas. Seguindo esse passo a passo, aumentamos a eficiência comercial e melhoramos a taxa de conversão de forma significativa.

