



Como um app para funil de vendas pode otimizar seus resultados

Quando a sua empresa está em expansão, uma coisa é certa: haverá um momento em que lidar com a papelada e as planilhas será bastante complicado. Estes processos, além de cansativos e lentos, podem render bastante dor de cabeça.

Se você está pensando em trabalhar seu funil de vendas para melhorar o seu faturamento, deve saber que essa tarefa demanda, além de muito controle de informações, observação constante sobre o andamento das vendas, um excelente follow-up dos clientes e uma participação engajada de sua força de vendas.

Está sem tempo para ler o conteúdo? Gostaria de poder acompanhá-lo enquanto dirige, caminha ou realiza outra atividade? Então não perca tempo e ouça este artigo na íntegra. Basta clicar no play! Agradecemos o seu feedback nos comentários □

Com o tempo, torna-se muito mais ágil, seguro e prático investir em tecnologias, como um [sistema de CRM](#), que podem automatizar e simplificar estes procedimentos. Contar apenas com planilhas, anotações e a memória não vai funcionar.

Se você ainda não sabe muito bem o que é o funil de vendas, mas gostaria de entender como ele pode ajudar no crescimento do seu negócio – e como um bom app de funil de vendas pode ser de extrema utilidade para você – , dê uma olhada no conteúdo abaixo.



O que é funil de vendas?

É importante ressaltar que o funil de vendas é usado em dois momentos diferentes, e com abordagens distintas.

O **funil de vendas do marketing digital** tem o objetivo de gerar leads para a força de vendas com ajuda da automação de marketing.

Depois que esses leads são considerados suficientemente maduros e se encontram no fundo do funil, eles são passados para a força de vendas, são os chamados Leads Qualificados de Vendas, ou *Sales Qualified Leads*, em inglês, conhecidos como SQLs.

Vamos começar entendendo o funil de vendas do marketing digital e depois vamos entender como um app de funil de vendas passa a ser importante para dar continuidade ao funil.

0 funil de vendas do marketing digital

De forma bastante simplificada, o funil de vendas é uma estratégia de marketing digital que tem como objetivo conduzir um possível cliente a efetuar uma compra. O funil consiste em três etapas:

- **Topo do funil:** capturar a atenção de potenciais clientes, tornando-os cientes de um problema ou questão a ser resolvido. O potencial comprador é atraído por conteúdo que lhe diz respeito e, então, decide “ir adiante”;
- **Meio do funil:** consiste em oferecer aos interessados informações mais direcionadas sobre o tema. A comunicação deve se tornar mais pessoal, informativa e frequente, e o usuário deve ser convencido de que a sua solução é a melhor para ele;
- **Fundo do funil:** este é o ápice do negócio, ou seja, a conclusão da compra. O potencial cliente já conhece a sua empresa e o seu produto ou serviços e acredita que você é o que ele precisa para dar fim a um incômodo, resolvendo um problema ou suprimindo uma necessidade. Mas é preciso fechar essa venda!

Por que o app de funil de vendas pode me ajudar?

Depois que os leads “quentes” foram passados para a equipe de vendas, se inicia um novo funil, que muitos chamam também de **pipeline de vendas**.

Nestes 2 posts de nosso blog você poderá entender mais sobre eles:

- [0 que é funil de vendas?](#)
- [0 que é pipeline de vendas e como ganhar mais dinheiro com ele](#)

A partir deste ponto, é criado um novo funil de vendas, focado

na fase de conversão, que pode ser dividido, por exemplo, nas seguintes etapas:

- Contato Inicial
- Visita pessoal de apresentação
- Envio de proposta
- Negociação
- Fechamento

É importante frisar que o funil de vendas não tem um formato fixo ou número de etapas definidas. Ele deve ser customizado de empresa para empresa e, para tanto, um bom app de funil de vendas pode ajudar.

Por exemplo: para alguns negócios de ticket médio de vendas baixo, pode não valer a pena fazer visitas pessoais a seus clientes. Nesses casos, onde se costuma aplicar o modelo de [inside sales](#) (ou vendas internas), com uso de e-mails, telefonemas e de videoconferência pela força de vendas, o funil tende a tomar outra forma.

Entenda mais sobre esse modelo de organização da força de vendas neste artigo: [Inside Sales: o que é e como implementar?](#)



Um bom app de funil de vendas pode ser usado no smartphone, tablet, notebook e desktop.

A seguir você pode conferir a descrição das etapas de um funil de vendas convencional, no entanto, busque avaliar de maneira crítica como cada uma delas se adequa à realidade do seu time comercial, considerando adicionar ou eliminar etapas, reavaliando também o escopo de cada uma.

1- Contato inicial

O primeiro contato com o cliente deve ser feito depois de estudar sua empresa e suas necessidades. Ligar ou enviar um e-mail para um cliente sem estar preparado para isso é um grave

erro. É preciso pesquisar o site da empresa na internet, ler seu blog e mídias sociais, assim como estudar o perfil da pessoa com quem vai se falar.

Mas a preparação pode ser ainda mais profunda e é neste ponto que um app de funil de vendas pode ajudar, veja como:

- Verifique no [cadastrado centralizado](#) do app se este não é um cliente antigo que está sendo retomado e confira todo histórico dele;
- Pesquise empresas com perfil semelhante, estude suas necessidades mais comuns e se prepare para dar foco nas soluções mais pertinentes;
- Use a [funcionalidade de segmentação](#) para estudar empresas da mesma região, mas também de outros segmentos ou linhas de produtos. Às vezes, existem necessidades relacionadas à localização da empresa, independentemente de outros fatores.

O importante é iniciar seu contato dentro de um contexto que faça sentido para o cliente. E você só vai conseguir isso se tiver informações de qualidade.

2- Visita pessoal de apresentação

Em alguns casos, o contato inicial já pode ter ajudado a descobrir mais algumas necessidades e dores do cliente. Portanto, é possível ir ainda mais preparado para a reunião de apresentação.

Um app de funil de vendas de qualidade pode prestar grande ajuda em vários momentos de uma reunião com o cliente:

- [Traçar a rota](#) até o local da visita;
- Fazer consultas online de seu smartphone em tempo real, caso o cliente tenha alguma dúvida;
- Anotar qualquer interação ali mesmo (ou pouco depois, se preferir) sem ter que esperar chegar ao escritório para isso e esquecer algum detalhe importante;

- Já agendar os próximos passos em seu follow-up, diretamente no aplicativo;
- Pesquisar soluções ou situações semelhantes às enfrentadas pelo cliente no histórico de outras contas, apresentando cases de sucesso semelhantes.

3- Envio da proposta

Um app de funil de vendas tem armazenadas diversas outras propostas envidas para outros clientes que podem servir de modelo.

Além disso, ao analisar o histórico e os e-mails enviados para esses clientes, será possível descobrir que mudanças foram pedidas e já fazer ajustes ou enviar propostas alternativas, com diferentes preços e escopos, se adiantando ao pedido do cliente e mostrando que conhece sua empresa.

4- Negociação

Da mesma forma que é possível usar o app de funil de vendas para pesquisar propostas anteriores, estude o histórico de interações com clientes semelhantes e faça uma lista das principais objeções de vendas e como foram contornadas.

Com isso, você poderá negociar com muito mais confiança e partindo de dados concretos sobre o que funciona com clientes de perfil semelhante. Se algumas das negociações acontecerem pessoalmente, [imprima relatórios](#) e chegue bem preparado para elas.

A fase de negociação pode ser extensa, envolvendo a troca de diversos e-mails, envio de propostas ajustadas, telefonemas e novas reuniões pessoais.

Para evitar esquecer qualquer desses compromissos com o cliente, um bom app de funil de vendas deve contar com um sistema de [lembretes de follow-up](#), enviando alertas por e-mail ou mensagem de texto.

5- Fechamento

O fechamento pode se dar por meio de um e-mail ou de uma reunião, tudo depende de como o andamento da venda foi feito ou das necessidades de formalização de fechamento de sua empresa.

Se o fechamento for feito em uma reunião final, pode acontecer do cliente querer algumas vantagens de última hora. Fique atento a isso, evite baixar o preço e mostre o valor da solução que sua empresa oferece a ele e como ela vai ajudá-lo a resolver suas dores.

Com o app de funil de vendas sempre à sua disposição, uma eventual necessidade de informação extra ou confirmação de algum detalhe acertado durante o processo sempre estará disponível, de forma ágil e prática, pois [todos os e-mails](#) e outras informações trocadas estão ali, no histórico do cliente.

Estes artigos podem te ajudar na hora de fechar um negócio:

- [Fluxo de vendas: 5 segredos para aumentar o nível dos fechamentos](#)
- [5 Técnicas de fechamento de vendas que realmente funcionam](#)

Todos esses benefícios podem ser utilizados de forma rápida e tranquila, graças não apenas à interface simples de um bom app para funil de vendas, mas também do seu potencial de gerenciamento, acesso remoto e em tempo real.

O Agendor é muito mais do que um app de funil de vendas, ele conta com diversas outras funcionalidades para facilitar a vida de vendedores, gestores e empreendedores. Conheça mais sobre ele baixando estes e-books, ou confira todo nosso material educativo neste link: [Materiais Agendor](#)

- [Como usar o Agendor para alcançar seus melhores clientes](#)
- [Como usar o Agendor para fazer follow-up com clientes](#)

- Como usar o Agendor na gestão da equipe de vendas