



3 Tipos de funil de vendas B2B e como criá-los

Quando se fala em funil de vendas, logo vem à cabeça da maioria das pessoas um tipo de funil de vendas bastante específico, o funil de vendas de [inbound marketing](#).

Dividido em topo, meio e base, esse funil acabou se tornando uma referência de funil de vendas, mas, na verdade, trata-se apenas de um de seus tipos.

Neste post, além de entender de forma mais profunda o que é funil de vendas, você vai conhecer 3 tipos de funil de vendas e alguns modelos prontos.

Leia também: [O que é funil de vendas?](#)

Confira também esta apresentação de slides criada por nossa equipe:

[Aprenda a usar o funil de vendas para melhorar suas habilidades](#) from [Agendor](#)

O que é funil de vendas?

Todo mundo fala em funil de vendas, mas do que se trata isso, na prática?

Por isso, criamos pra você um definição do que é funil de vendas que compreende a maioria de suas características:

O funil de vendas é uma representação visual das etapas que seus clientes percorrem durante a jornada de compra. Se inicia no momento em que percebem que têm uma necessidade que precisa ser atendida, até a decisão de compra, passando por diversas etapas.

Normalmente o funil de vendas é dividido desta forma:

- **TOPO:** Aprendizado e Descoberta
- **MEIO:** Reconhecimento de problema e Consideração da solução
- **FUNDO:** Avaliação e Compra

E, para cada uma dessas etapas, o funil de vendas deve definir ações práticas que sua equipe deve realizar para [atrair novos clientes](#) e conquistá-los.

É importante lembrar que um funil de vendas pode se repetir com o mesmo cliente. Afinal, depois de conquistar a primeira venda, é preciso fidelizar seus clientes. Para isso, ele pode realizar uma nova jornada de compra, pulando algumas etapas do funil original.

Assim, definir um funil de pós-vendas pode ser uma interessante prática em sua empresa.

Se você quer entender melhor como fazer um pós-venda perfeito em sua vendas, então, confira este vídeo de nosso canal no YouTube:

Veja mais: [Como fazer um pós-venda eficiente: mostre que vai continuar ajudando](#)

3 tipos de funil de vendas B2B

Como você viu, existem algumas etapas tradicionalmente usadas no funil de vendas.

Mas você não deve segui-las cegamente. Elas são a base para você criar o seu próprio tipo de funil de vendas, segundo as particularidades do seu negócio ou os hábitos de seus clientes.

Veja alguns tipos de funil de vendas e inspire-se para criar o seu.

1. Funil de vendas com foco na conversão de leads qualificados

Imagine uma empresa nova no mercado e ainda desconhecida. Nesse caso, seu funil de vendas deve ter um foco maior na captação de leads.

Assim, as atividades de vendedores e do pessoal de marketing vão se complementar bastante nas etapas iniciais de seu funil de vendas.

Dessa forma, a equipe de vendas precisa se esforçar bastante para usar da melhor forma os leads que o marketing oferecer. Isto é: transformar leads de marketing em leads de vendas.

Em outras palavras: qualificar o maior número de leads possível.

Assim, um funil de vendas desse tipo [pode ter o seguinte formato:

- Enviar e-mail de apresentação da empresa para o lead
- Ligar para o lead reforçando o contato e se colocando à disposição para qualquer esclarecimento
- Ligar para o lead sugerindo uma visita pessoal
- Caso não consiga marcar a visita, enviar e-mail de reforço
- Caso não consiga marcar a visita, ligar para o lead sugerindo uma videoconferência
- Caso não consiga, enviar outro e-mail de reforço
- Apresentar as vantagens e benefícios da empresa durante a visita ou videoconferência
- Enviar proposta de venda
- Negociar
- Fechar venda

Veja que neste tipo de funil de vendas, a maior parte das ações se concentram na fase de qualificação do lead. Se o vendedor perceber que seus esforços não estão funcionando, deve abandonar esse lead.

Para isso, deve ser muito bem treinado na qualificação de leads, nas técnicas que deve usar sempre que conversar com eles. Assim, perceberá rapidamente se vale ou não a pena continuar com seus esforços de vendas.

DICA: [Como qualificar os leads para fechar os melhores negócios?](#)

2. Funil de vendas com foco na nutrição de leads

Outra empresa pode já ser conhecida no mercado e ter facilidade de captar leads.

No entanto, tem dificuldade em manter esse lead interessados na conversa e levá-lo até o fundo do funil.

Nesse caso, é preciso nutri-los com informações e materiais sobre a empresa e suas soluções, com o objetivo de convencê-los a chegarem à fase de tomada de decisão e compra.

Veja um exemplo desse tipo de funil de vendas:

- Enviar e-mail de apresentação da empresa para o lead
- Ligar para o lead sugerindo uma visita pessoal
- Apresentar as vantagens e benefícios da empresa durante a visita
- Cadastrar lead na newsletter da empresa
- Segmentar o lead por suas características e escolher fluxos de e-mails para ele
- Enviar sugestões de materiais ricos para baixar
- Enviar cases de sucesso e depoimentos de clientes
- Enviar proposta comercial
- Negociar
- Fechar venda

3. Funil de vendas com foco na tomada de decisão

Por fim, alguns produtos ou serviços de venda extremamente complexa podem atrair muitos clientes interessados. No entanto, as fase de negociação e fechamento de venda é que são complicadas.

Assim, um exemplo de funil de vendas desse tipo poderia ser este:

- Enviar e-mail de apresentação da empresa para o lead
- Ligar para o lead sugerindo uma reunião presencial
- Apresentar as vantagens e benefícios da empresa durante a visita
- Enviar proposta comercial

- Estudar o lead com cuidado em busca de suas reais necessidades e ajustar a proposta
- Marcar nova visita
- Convidar o lead para conhecer a empresa
- Enviar cases de sucesso
- Levar o diretor da empresa para conversar com o lead
- Enviar nova proposta comercial
- Negociar
- Fechar venda

Crie “o seu tipo” de funil de vendas!

O Agendor permite que você personalize seu funil de vendas conforme as necessidades de sua empresa. Assim, você pode adaptá-lo para que as [etapas do funil de vendas](#) se encaixem perfeitamente na jornada de compra de seu cliente.

E mais: O Agendor conta com um fluxo inteligente das atividades. Assim, seus vendedores serão notificados via app mobile com as sugestões de próximos passos a realizar com os clientes, sempre que terminarem uma tarefa via CRM Agendor.

E se você customizar seu funil de vendas, essas sugestões também serão personalizadas conforme seu modelo de funil de vendas.

Entenda isso melhor assistindo a este vídeo:

4 modelos de funil de vendas

Trouxemos para você 4 modelos de funil de vendas, cada um deles com características diferentes.

Modelo de funil de vendas baseado na técnica AIDA:



Modelo de funil de vendas comparativo do papel de marketing e vendas hoje:



Fonte: [Mais Comunicação](#)

Modelo de funil de vendas retratando sua evolução:



Fonte: [A morte do funil de vendas](#)

Modelo de funil de venda com foco em engajamento:



Fonte: [A Evolução do Funil de Vendas](#)

Modelo de funil de vendas EXTRA!

Já ouviu falar no funil de vendas dos sonhos? Então, confira mais este vídeo:

Agora que você já sabe tudo sobre funil de vendas, que tal se aprofundar ainda mais no assunto?

Então, baixe nosso e-book gratuito: [0 funil de vendas na pratica](#)