

GUIA

Como organizar seu funil de vendas

Um método simples para visualizar a jornada comercial e melhorar a taxa de acompanhamento das oportunidades.

Material gratuito

Conteúdo prático para empreendedores e pequenas empresas.

O que é um funil de vendas?

É uma representação das etapas que um potencial cliente percorre até a compra. O funil ajuda a identificar gargalos e organizar prioridades comerciais.

As cinco etapas essenciais

Etapa	Objetivo	Ação
Atração	Gerar interesse	Conteúdo, indicação, prospecção
Captura	Obter contato	Formulário, WhatsApp, Landing Page
Qualificação	Entender perfil	Perguntas e diagnóstico
Proposta	Apresentar solução	Orçamento e negociação
Fechamento	Concluir venda	Contrato e onboarding

Como definir um próximo passo

Todo lead deve sair de uma interação com uma ação clara. Evite o estágio “aguardando” sem data. Prefira tarefas objetivas como ligar na terça, enviar proposta às 14h ou confirmar reunião.

Indicadores importantes

- Quantidade de novos leads por período.
- Percentual de leads qualificados.
- Número de propostas enviadas.
- Taxa de fechamento.
- Tempo médio até a venda.

Rotina de revisão

Frequência	Atividade
Diariamente	Atualizar contatos e tarefas
Semanalmente	Revisar oportunidades paradas
Mensalmente	Comparar conversões e metas

Exercício final

Desenhe seu funil atual e coloque todos os leads ativos na etapa correspondente. Em seguida, escolha os três contatos com maior potencial e defina uma próxima ação específica para cada um.