



Plano de Ação - Diagnóstico



Objetivo

⚠ Seu marketing e vendas possuem boas iniciativas, mas falta consistência e estratégia para gerar previsibilidade. Com um plano estruturado, você pode transformar esforços em resultados concretos.

Nível 2: Otimização e Previsibilidade

Checklist de Execução:

- ✓ Refinar a segmentação dos anúncios pagos
- ✓ Implementar automação de marketing
- ✓ Melhorar a conversão dos leads em clientes
- ✓ Monitorar indicadores de desempenho
- ✓ Fortalecer a autoridade da marca

Passos e Como Fazer:

♦ Passo 1 – Refinar a Geração de Leads

✓ Como fazer:

- Análise dados das campanhas e elimine fontes de leads desqualificados.
- Ajuste criativos e segmentações para atingir um público mais qualificado.
- Adicione novos canais de aquisição, como YouTube Ads e parcerias estratégicas.

♦ Passo 2 – Implementar Automação de Marketing

✓ Como fazer:

- Crie sequências de e-mail marketing para nutrição de leads.
- Automatize follow-ups no CRM.
- Inclua retargeting para visitantes do site.

♦ Passo 3 – Melhorar a Conversão dos Leads

✓ Como fazer:

- Desenvolva um processo de qualificação para identificar leads mais preparados.
- Estruture um funil de vendas para otimizar a taxa de conversão.
- Teste diferentes abordagens comerciais e gatilhos de urgência.

♦ **Passo 4 – Monitorar Indicadores de Desempenho**

✓ Como fazer:

- Defina KPIs claros como CAC, ROAS e taxa de conversão.
- Acompanhe relatórios periódicos para ajustes estratégicos.
- Utilize dashboards para visualizar o desempenho em tempo real.

♦ **Passo 5 – Fortalecer a Autoridade da Marca**

✓ Como fazer:

- Publique cases de sucesso e depoimentos de clientes.
- Crie parcerias estratégicas e colabore com influenciadores do setor.
- Invista em branding e posicionamento de marca.

📌 **Tempo estimado:** 10 a 12 semanas

📌 **Foco:** Otimização de processos e automação para previsibilidade.

O que te trava x O que você ganha

♦ **Passo 1 – Refinar a Geração de Leads**

✓ **Problema:** Muitos leads são gerados, mas poucos são qualificados, aumentando o custo por aquisição.

✓ **Transformação:** Ajustando a segmentação, sua empresa atrairá leads mais alinhados e reduzirá custos.

♦ **Passo 2 – Implementar Automação de Marketing**

✓ **Problema:** O time de vendas perde tempo com leads frios, que não estão prontos para comprar.

✓ **Transformação:** A automação nutre os leads automaticamente, garantindo que apenas os mais preparados cheguem para o comercial.

♦ **Passo 3 – Melhorar a Conversão dos Leads**

✓ **Problema:** Leads chegam até o time comercial, mas poucos fecham, resultando em baixa taxa de conversão.

✓ **Transformação:** Com um processo de qualificação e argumentação otimizado, sua taxa de fechamento aumenta consideravelmente.

♦ **Passo 4 – Monitorar Indicadores de Desempenho**

✓ **Problema:** Sem dados confiáveis, é impossível saber o que funciona e onde otimizar.

✓ **Transformação:** Com um monitoramento eficaz, você ajusta campanhas e processos para maximizar os resultados.

♦ **Passo 5 – Fortalecer a Autoridade da Marca**

✓ **Problema:** Seu público não percebe sua empresa como referência no setor, dificultando a conversão.

✓ **Transformação:** Criando autoridade, você atrai clientes mais confiantes, que já chegam prontos para fechar negócio.

Conclusão - Nível 2

Agora que você otimizou seus processos e implementou automação, sua empresa tem um fluxo contínuo de leads e previsibilidade de vendas. O próximo passo é escalar suas estratégias para aumentar ainda mais o volume de oportunidades e expandir sua presença no mercado.
