

Funil de Vendas Estruturado

O passo a passo completo para montar um funil que organiza o processo comercial e faz a sua equipe vender com previsibilidade.

TOPO · Atração

MEIO · Consideração

FUNDO · Decisão

JS

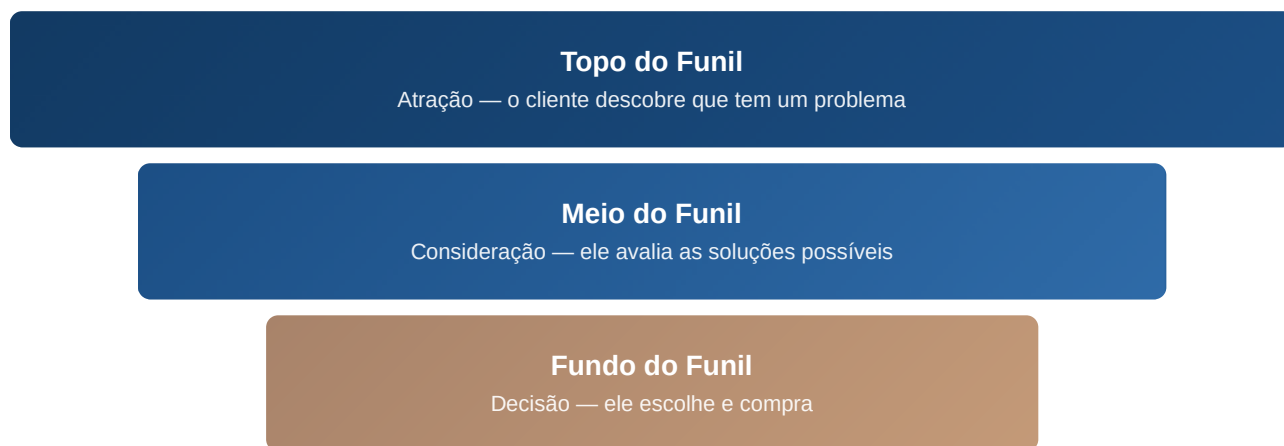
Janderson Santos — O Mago das Vendas

Especialista em vendas e gestão comercial · +16 anos de estrada

O CONCEITO

O que é um funil de vendas?

O funil de vendas é a representação visual da jornada do cliente, do primeiro contato até o fechamento. Ele começa largo — muita gente descobre a sua solução — e vai afunilando: só uma parte compra. Estruturá-lo é dar um caminho claro para cada oportunidade, com etapas, critérios e ações definidas.



Topo (atração): atrair e educar. O cliente ainda não quer comprar — quer entender. Gere interesse e capture o contato.

Meio (consideração): qualificar e relacionar. Faça as perguntas certas, mostre autoridade e conduza. Aqui se separa o curioso do comprador.

Fundo (decisão): negociar e fechar. Proposta clara, quebra de objeções e follow-up firme. É onde a técnica de vendas pesa mais.

O passo a passo (parte 1)

1

Mapeie a jornada de compra do cliente

Entenda como o cliente descobre o problema, o que pesquisa, quem decide e o que trava a compra. Converse com clientes reais — não invente a jornada.

☐ **Tarefa:** escreva as fases do cliente, do "não sabia que tinha o problema" até "assinei o contrato".

2

Defina as etapas do funil (topo, meio e fundo)

Traduza a jornada em 4 a 6 etapas objetivas. Ex.: Lead → Contato feito → Qualificado → Proposta → Negociação → Fechado.

☐ **Tarefa:** liste as etapas do seu funil, do topo ao fundo, com nomes simples.

3

Estabeleça critérios de passagem entre as etapas

Defina o que precisa acontecer para um negócio avançar. "Qualificado" significa o quê? Sem critério objetivo, o funil vira ficção.

☐ **Tarefa:** escreva a condição objetiva que autoriza o lead a passar para a próxima etapa.

4

Defina as ações e os gatilhos de cada etapa

Para cada etapa, o que o vendedor faz e qual gatilho dispara o próximo passo — com prazo. É o que faz o funil girar todo dia.

☐ **Tarefa:** defina a ação principal e o próximo passo padrão de cada etapa, com prazo.

O passo a passo (parte 2)

5

Escolha e configure um CRM

Um funil na cabeça do vendedor ou numa planilha esquecida não é funil. Coloque as etapas num CRM que o time use. Sem CRM não há gestão — só opinião.



Tarefa: cadastre as etapas no CRM e mova todos os negócios em aberto para dentro dele hoje.

6

Meça as taxas de conversão de cada etapa

Acompanhe quantos avançam de uma etapa para a outra. É assim que se encontra o gargalo e se age no ponto certo, em vez de cobrar no escuro.



Tarefa: calcule a conversão entre cada etapa e marque a menor — é o seu foco de melhoria.

7

Revise, otimize e treine o time

Funil é rotina. Reunião semanal, ataque ao gargalo e treinamento na etapa mais fraca. Processo sem gente preparada não converte.



Tarefa: agende uma reunião semanal de 30 min para revisar o funil e definir 1 melhoria.

NÚMEROS QUE IMPORTAM

As 4 métricas do funil



Conversão

por etapa



Ciclo

tempo até fechar



Valor

previsão de receita



Taxa de ganho

ganhos ÷ total

Checklist do funil pronto

- ☐ Jornada de compra do cliente mapeada
- ☐ Etapas do funil definidas (4 a 6)
- ☐ Critérios de passagem entre etapas escritos
- ☐ Ações, gatilhos e prazos por etapa
- ☐ Funil configurado no CRM e negócios cadastrados
- ☐ Taxas de conversão sendo medidas
- ☐ Reunião semanal de funil agendada
- ☐ Time treinado na etapa mais fraca

CUIDADO

5 erros que travam o funil

- **Funil complexo demais** — 10 etapas que ninguém preenche.
- **Critérios subjetivos** — "quente/frio" não é critério.
- **Não usar CRM** — sem dado, não há gestão.
- **Olhar só o fundo** — se o topo seca, o fundo seca depois.
- **Não treinar o time** — processo sem gente preparada não converte.

QUEM É · CONTRATE

Leve o Mago das Vendas para a sua equipe

Reconhecido como O Mago das Vendas, Janderson Santos é um dos maiores especialistas em vendas e gestão comercial do Brasil. Ajuda empresas a estruturar o processo comercial e treinar o time para vender com previsibilidade — exatamente o método deste playbook.

+16 anos de estrada

+500 mil pessoas impactadas

+500 marcas atendidas



Indicado ao Prêmio iBest



WhatsApp: (62) 99295-3292



contato@jandersonsantos.com.br



jandersonsantos.com.br

Solicite uma proposta de treinamento