

Qualificação de Leads

1. Critérios de Qualificação:

- **FIT:** Avaliação do quão bem o lead se encaixa no perfil do cliente ideal da empresa.
- **Interesse:** Medição do nível de interesse do lead nos produtos ou serviços oferecidos.
- **Timing:** Determinação do momento certo para abordar o lead com uma oferta de venda.

2. Modelos de Qualificação:

- **Lead Scoring:** Atribuição de pontos aos leads com base em critérios específicos, como comportamentos e dados demográficos.
- **BANT:** Abordagem que avalia Budget (Orçamento), Authority (Autoridade), Need (Necessidade) e Timing (Tempo) dos leads.

3. Abordagem Personalizada:

- **Segmentação:** Divisão dos leads em segmentos com base no nível de qualificação.
- **Ações Direcionadas:** Desenvolvimento de estratégias de comunicação e ofertas personalizadas para cada segmento de leads.

4. Passagem para Vendas:

- **Handoff:** Transferência dos leads qualificados para a equipe de vendas com todas as informações relevantes.
- **Follow-up:** Acompanhamento contínuo para garantir que as oportunidades sejam devidamente trabalhadas.

Revision #2

Created 16 December 2024 18:52:20 by Clairizon Alves

Updated 16 December 2024 18:53:00 by Clairizon Alves