Prumo

CHECKLIST

Conteúdo orgânico e pago

O que fazer em cada etapa da jornada do seu cliente, para os dois trabalharem juntos.

1. Descoberta
ainda não conhece você

2. Consideração
está avaliando se confia

3. Decisão
quer comprar

4. Pós-venda
já é cliente

ANTES DE COMEÇAR

Orgânico e pago não competem

Cada um trabalha num momento diferente da decisão do cliente.

Orgânico

Constrói confiança. É onde o cliente vê o seu produto ou serviço e percebe se sua empresa sabe do que fala. É mais lento, e o alcance depende de muitos fatores.

Pago

Dá escala e velocidade. Leva sua mensagem a quem ainda não conhece você, e você escolhe quanto investir e para quem (por exemplo, idade e região que sua empresa atende).

Juntos

O anúncio apresenta sua empresa e o conteúdo valida que ela é confiável. O cliente chega mais preparado para decidir.

Como usar: marque o que você já faz em cada etapa. O que ficar em branco é por onde começar. Revise uma vez por mês.

1 ETAPA 1

Descoberta

> *"Ainda não conheço essa empresa." Ele precisa saber que você existe e que resolve um problema dele.*

ORGÂNICO

- [ ] Posts que respondem às dúvidas mais comuns do seu cliente, não só fotos do produto.
- [ ] Conteúdo que mostra o problema que você resolve, com as palavras que o cliente usa.
- [ ] Perfil claro: na bio, o que você faz, para quem e onde atende.

PAGO

- [ ] Anúncios para o público certo: idade, região e interesses de quem compra de você.
- [ ] Impulsionar os conteúdos que já tiveram boa resposta no orgânico (comentários, salvamentos, compartilhamentos).
- [ ] Criativos realmente diferentes entre si (vídeo, imagem, depoimento), não versões do mesmo anúncio.

SINAL DE QUE ESTÁ FUNCIONANDO

Mais pessoas novas vendo seus conteúdos e visitando seu perfil ou site.

2 ETAPA 2

Consideração

> *"Já vi essa empresa. Será que é confiável?" Ele está comparando com outras opções.*

ORGÂNICO

- [ ] Bastidores: como você trabalha, quem faz, como é o processo.
- [ ] Prova social: depoimentos e avaliações de clientes reais (com autorização).
- [ ] Respostas às objeções: preço, prazo, garantia, diferença para o concorrente.

PAGO

- [ ] Remarketing: anúncios para quem já interagiu com seu perfil, seus vídeos ou seu site.
- [ ] Anúncios com depoimentos e demonstração do produto ou serviço.
- [ ] Destino claro: página, site ou WhatsApp que explica bem e abre rápido no celular.

SINAL DE QUE ESTÁ FUNCIONANDO

Mais mensagens, salvamentos, visitas repetidas e perguntas sobre preço e condições.

3 ETAPA 3

Decisão

> *"Quero comprar." Ele precisa de um motivo para ser agora e de um caminho fácil.*

ORGÂNICO

- [ ] Conteúdos com chamada clara para comprar, agendar ou pedir orçamento.
- [ ] Destaques ou posts fixados com condições, formas de pagamento e como funciona.
- [ ] Atendimento rápido no direct e no WhatsApp: cliente pronto não espera.

PAGO

- [ ] Campanhas de conversão (mensagem, cadastro ou compra) para quem já conhece você.
- [ ] Oferta clara: condição, prazo e o que está incluso, sem prometer o que você não cumpre.
- [ ] Acompanhar o custo por venda, não só o custo por clique.

SINAL DE QUE ESTÁ FUNCIONANDO

Mais conversas virando venda, e um custo por venda que cabe na sua margem.

4 ETAPA 4

Pós-venda

> *"Já comprei." Ele pode voltar a comprar e indicar sua empresa para outras pessoas.*

ORGÂNICO

- [ ] Conteúdo de uso: como aproveitar melhor o produto ou serviço.
- [ ] Repostar clientes (com autorização) e pedir avaliação depois da compra.
- [ ] Novidades e lançamentos, sem empurrar venda em todo post.

PAGO

- [ ] Anúncios para a sua lista de clientes, com novidades ou recompra.
- [ ] Tirar quem já comprou das campanhas de primeira compra, para não pagar para falar com quem já é cliente.

SINAL DE QUE ESTÁ FUNCIONANDO

Mais clientes voltando a comprar e chegando por indicação.

RESUMO

O papel de cada um, em cada etapa

	ORGÂNICO	PAGO
Descoberta	Responder dúvidas e mostrar o problema que você resolve	Levar sua mensagem ao público certo
Consideração	Bastidores, provas e objeções	Remarketing com depoimentos
Decisão	Chamada clara e atendimento rápido	Conversão para quem já conhece você
Pós-venda	Conteúdo de uso e avaliações	Recompra para quem já é cliente

A pergunta certa não é qual escolher. É qual papel cada um tem na jornada do seu cliente.

Material educativo. Os resultados de cada ação dependem do negócio, da oferta e do mercado.

Prumo

Foi útil? Visite o nosso site

prumoads.com.br →