

LEADS

Esta documentação tem como objetivo te guiar no uso dos **gatilhos de automação voltados para Leads** dentro do seu sistema.

O que são gatilhos?

Gatilhos são **eventos que disparam automaticamente uma automação**. Eles permitem que você configure ações personalizadas com base no comportamento, status ou evolução de cada lead.

Seção: Leads

Para acessar os gatilhos relacionados a leads, siga o caminho:

Automação > Criar Nova Automação > Gatilho > Leads

Você verá uma tela com opções de gatilhos que permitem executar ações baseadas em tags, comportamento de compra, valor acumulado, entre outros.

Esses gatilhos são essenciais para criar fluxos mais inteligentes, segmentados e personalizados com base nas interações dos seus leads com seu processo comercial.

1. Execução manual da automação por lead

Descrição:

Esse gatilho permite que você execute uma automação manualmente, escolhendo um ou mais leads com base em filtros ou seleção direta.

Para que serve:

Ideal para situações em que você quer acionar uma automação pontualmente, sem depender de eventos automáticos.

Aplicações comuns:

- Reenviar campanhas específicas para um grupo de leads.
- Disparar uma automação de teste para ver se tudo está funcionando corretamente.
- Acionar um fluxo de recuperação para leads parados, manualmente.

Exemplo prático:

“Você filtra todos os leads com a tag 'não respondeu' e executa manualmente uma automação que envia uma nova tentativa de contato via WhatsApp.”

2. Tag adicionada ao lead

Descrição:

Este gatilho dispara quando uma tag é adicionada ao lead, seja manualmente ou por automação.

Para que serve:

Permite acionar fluxos baseados em segmentações comportamentais, interesses ou status do lead.

Aplicações comuns:

- Enviar conteúdo específico com base na tag.
- Mover o lead para uma etapa diferente de nutrição.
- Ativar uma nova automação relacionada à jornada do lead.

Exemplo prático:

“Quando a tag ‘interessado em planos mensais’ é adicionada ao lead, a automação envia uma mensagem com os valores e diferenciais dos planos disponíveis.”

3. Tag removida do lead

Descrição:

Este gatilho é ativado quando uma tag é removida de um lead.

Para que serve:

Útil para reverter automações ou encerrar comunicações relacionadas àquela tag.

Aplicações comuns:

- Parar o envio de uma sequência de mensagens.
- Atualizar status do lead em outras plataformas.
- Notificar o time de que o lead mudou de interesse.

Exemplo prático:

“Quando a tag ‘aguardando resposta’ é removida, a automação envia uma notificação ao vendedor para retomar o contato manualmente.”

4. Lead atingir uma quantidade definida de negócios ganhos

Descrição:

Esse gatilho dispara quando o lead atinge um número pré-definido de negócios marcados como ganhos.

Para que serve:

Ajuda a reconhecer e tratar leads recorrentes ou clientes fiéis com ações especiais.

Aplicações comuns:

- Ativar um fluxo de fidelização.
- Oferecer bônus, descontos ou recompensas por recorrência.
- Notificar o time sobre um cliente de alto valor.

Exemplo prático:

“Quando o lead fecha o terceiro negócio com a empresa, ele entra automaticamente em um fluxo VIP com ofertas exclusivas.”

5. Lead ultrapassar um valor definido de negócios ganhos

Descrição:

Disparado quando o valor total dos negócios ganhos com aquele lead ultrapassa um determinado valor.

Para que serve:

Ideal para identificar clientes com alto valor de compra e aplicar estratégias de retenção.

Aplicações comuns:

- Mover o lead para uma carteira de atendimento especial.
- Acionar campanhas exclusivas para clientes premium.

Exemplo prático:

“Quando um lead ultrapassa R\$ 5.000 em compras, ele é automaticamente movido para a carteira de clientes estratégicos e recebe atendimento prioritário.”

6. Lead não realiza compras nos últimos dias

Descrição:

Este gatilho dispara quando o lead passa um número específico de dias sem realizar nenhuma compra.

Para que serve:

Detecta inatividade e permite acionar fluxos de reengajamento ou recuperação.

Aplicações comuns:

- Enviar mensagens de lembrete ou incentivo com cupom de retorno.
- Notificar um atendente para realizar contato ativo.
- Aplicar segmentações por tempo de inatividade.

Exemplo prático:

“Se o lead não realiza compras há 60 dias, a automação envia uma mensagem de saudade com 10% de desconto para estimular o retorno.”

Revisão #2

Criado 24 março 2025 00:40:28 por Thays Oliveira

Atualizado: 24 março 2025 02:42:17 por Thays Oliveira