

WORKSHOP ABIV

Como Construir uma **Máquina de Conversão** no Atacado

Estrutura, confiança e tecnologia para transformar leads em pedidos recorrentes.

O CENÁRIO ATUAL

O problema não é falta de cliente.



Muitos leads entrando todos os dias



Muita conversa no WhatsApp



Pouca conversão em pedido



Vendedor ocupado o dia inteiro



Resultado abaixo do esperado

É falta de **estrutura de conversão**.

Algumas marcas já estão criando verdadeiras máquinas de conversão. E os resultados são completamente diferentes.

MUDANÇA DE MENTALIDADE

Digital **não é puxadinho** da loja física.

Loja Física

- Aluguel
- Visual merchandising
- Equipe de vendedores
- Araras, balcões, manequins
- Limitação geográfica

No Digital

- Tráfego *(o que te coloca em evidência)*
- Mídias, conteúdos *(o que você mostra)*
- Estrutura de conversão *(como você vende)*
- Ferramentas *(apoio à conversão)*
- Escala sem limite físico *(potencial de escala)*

Se o digital tem tanto potencial quanto a loja física (ou **muito mais**), o investimento de tempo, energia e recursos precisa ser **PROPORCIONAL** ao de uma loja física.

A MÉTRICA MAIS BÁSICA DO DIGITAL

Taxa de conversão

Quanto leads entram em contato
com sua marca?

Quanto viram pedido **de verdade**?

Equação simples

$$\text{Pedidos} \div \text{Leads}$$

Exemplo

$$\begin{array}{ccccc} 100 & \rightarrow & 10 & = & 10\% \\ \text{leads} & & \text{pedidos} & & \text{taxa de conversão} \end{array}$$

Se você não sabe esse número,
você não sabe se seu digital funciona.

DOIS NÚMEROS QUE EXPLICAM UM NEGÓCIO DIGITAL

CAC e LTV



CAC

Custo de aquisição de cliente

Quanto custa para trazer
um **novo cliente**.



LTV

Lifetime value

Quanto um cliente gera
de receita **ao longo do tempo**.

Negócios crescem quando:

LTV > **CAC**

FERRAMENTA INTERATIVA



Calculadora de Performance Digital

Edite os campos coloridos • Os cálculos acontecem em tempo real

Situação Atual								
INVEST. DIGITAL	LEADS	LEADS QUAL.	CPLQ	COMPRAS	CONVERSÃO	CAC	TM 1ª COMPRA	LTV CLIENTE
R\$ 2000	510	340	R\$ 5,88	8	2.35%	R\$ 250,00	R\$ 1400	R\$ 5.600,00
LTV TOTAL (LTV CLIENTE × COMPRAS)								R\$ 44.800,00

Situação Desejada ▼ clique para expandir

Agora que temos os fundamentos...

Vamos falar sobre **conversão**.

A MAIOR BARREIRA DE COMPRA

No atacado, a barreira não é preço. É **confiança**.

O lojista não compra por impulso. Ele está fazendo **investimento, reposição de estoque e aposta comercial**. E no digital, ele não tem contato físico, produto na mão, nem o ambiente da loja.

O cliente precisa sentir:



Segurança



Credibilidade



Profissionalismo



Consistência

A pergunta é: como gerar confiança suficiente para que ele faça o pedido?

PRIMEIRO CONTATO

A maioria das vendas se perde **no primeiro contato.**

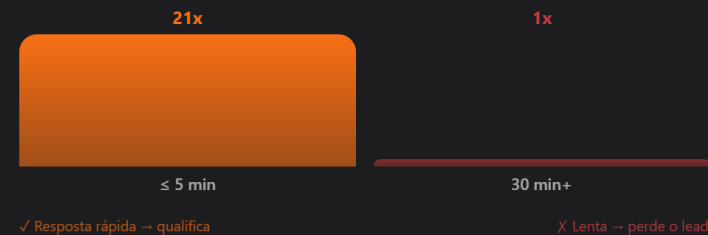
O lojista quer:

- Entender rapidamente quem é a marca
- Ver os produtos
- Tirar dúvidas básicas
- Avaliar se a empresa é confiável
- Comparar com outras opções

Fluxo do primeiro contato:

Lead envia mensagem → Marca responde → Qualificamos →
Cliente tira dúvidas → Objeções aparecem → Reduzimos as objeções →
Confiança se constrói

Tempo de resposta vs. chance de qualificação



Empresas que respondem em até **5 minutos** têm até **21x mais chance** de qualificar o lead.

Fonte: Harvard Business Review – The Short Life of Online Sales Leads

Se a primeira resposta demora... ***talvez esse lead nunca mais responda novamente.***

CONSTRUINDO CONFIANÇA

Confiança nasce de **repetição + consistência.**

Não é uma mensagem, um catálogo ou um anúncio que converte. É a soma de vários pontos de contato — cada um quebrando uma objeção diferente.



Anúncio



Instagram



Conteúdo



Site / Catálogo



WhatsApp



Follow-up



Prova social



Relacionamento



Cada ponto de contato **quebra uma objeção diferente**. Juntos, constroem a confiança que gera o pedido.

DADOS DE MERCADO

Quantas vezes um cliente precisa ver sua marca **antes de comprar?**



Fonte: RAIN Group, Salesforce, relatórios de marketing digital B2B

RESUMO DO CONCEITO

A Máquina de Conversão

Uma marca que converte bem não depende de sorte. Ela tem uma estrutura que funciona em ciclo.



Fundamentos →



Geração de leads →



Pontos de contato →



Acompanhamento comercial →



Relacionamento →



Recompra

Isso é uma máquina de conversão.

E a pergunta que fica é: quem vai operar tudo isso no dia a dia?

O PROBLEMA OPERACIONAL

Nenhuma equipe consegue fazer isso **manualmente.**

-  Lembrar de todos os leads
-  Acompanhar cada conversa
-  Mandar conteúdo no momento certo
-  Fazer follow-ups corretos
-  Organizar histórico de cada cliente



Leads perdidos, clientes esquecidos, dinheiro na mesa.

É aqui que automações e IA entram.

O NOVO MODELO

Tecnologia transforma processo manual em **sistema.**



Organizar leads



Qualificar em minutos



Automatizar follow-ups



Nunca esquecer de
ninguém



Aumentar conversão



Automação + IA não substitui pessoas. **Potencializa o time** e garante que nada se perca.

 DEMONSTRAÇÃO AO VIVO

A máquina de conversão **funcionando.**

Veja na prática como a plataforma organiza leads, automatiza follow-ups e gera inteligência comercial.

🎁 OFERTA EXCLUSIVA

Condições especiais para associados ABIV

- ✓ **50%** de desconto na implantação
- ✓ **50%** de desconto na mensalidade do catálogo (6 meses)
⚠ Catálogo ainda não possui integração com ERP
- ✓ **100%** de desconto na mensalidade do produto “Visão de Mercado”

Estruture sua operação. **Pare de improvisar.**

Escaneie para agendar

QUEM JÁ ESTÁ USANDO

ITY

VOGABOX

NAMINE

ALCANCE JEANS

GROOVY FOREVER

ADAMA

NANAMINZE

ESTIME BY ARTEMISS

NEW FORM

ARA

UNNIGHAM

BAUARTE

COQUETA

COFFEY

CRISFAEL

FLORANA

OUSEUSE

ZENITE

PIETÀ

JOHN CUNNIGHAM

BAUAI

IFE

LESTO

SHANES

OXIGÊNIO

ANAHI

ARTECOR

VIVA PALHANO

GAMANE

WOOL LINE

SIMPLE LIFE

LESTO