

# FUNNELS DE CONVERSIÓ:

## com construir un embut que converteixi.



# Irene García

Cofundadora de l'agència  
de màrqueting digital **Oink My God.**

**E.** [hola@oinkmygod.com](mailto:hola@oinkmygod.com)

**M.** 608 48 12 89

    @oinkmygod

[www.oinkmygod.com](http://www.oinkmygod.com)



# Serveis



**1.** Màrqueting Digital.

- Publicitat Online.
- Social Media.
- Email Màrqueting.
- SEO
- Màrqueting de continguts.

**2.** Desenvolupament web.

**3.** Disseny i branding.

**4.** Consultoria i formació.



# Alguns dels nostres clients

Mobles114

naninarquina



Fira Barcelona

MATÍAS  
BUENAS<sup>®</sup>  
DÍAS

Alcon

CALMA  
—HOUSE—

aclam

gullón

# Què veurem en aquest taller?

---

---

---

---

---



# Què veurem en aquest taller?

- Què és un funnel de conversió
- Beneficis del funnel de conversió
- Què necessites per crear un funnel de conversió
- Fases funnel de conversió
  - Consciència
  - Interès
  - Consideració
  - Conversió
  - Fidelització



# Què veurem en aquest taller?

- Etapes (segons tipus de contingut)
  - TOFU
  - MOFU
  - BOFU
- Automatització: per què és tan important
- Què és un lead magnet
- Tipus de leads magnet



# Què veurem en aquest taller?

- Tipus d'embuts
  - Captació de Leads
  - Cultiu de leads (nutrició)
  - Venda
  - Up-selling
  - Funnels complexos
- Embuts de conversió d'ADS
- Funnels de conversió a Email Màrqueting
- Mix d'embuts: SEO i Xarxes Socials i Email Màrqueting
- Principals problemes



# Què és un funnel de conversió?

---

---

---

---

---



# Què és un funnel de conversió?

Un funnel de conversió (o embut de vendes) és un model conceptual que **classifica les diferents fases per les quals transcorre un usuari** des que **detecta una necessitat** (relacionada amb el nostre servei o producte), **fins que es converteix en comprador.**

# Beneficis funnel de conversió

---

---

---

---

---



# Beneficis funnel de conversió

- **Impulsar vendes.**
  - **Reduir el nombre de passos que fa un usuari per convertir-se en lead o client,** el que significa que aconseguiràs resultats ràpidament.
  - **Identificar problemes durant el buyer journey.** En quina fase es queda el teu potencial comprador? Per què no acaba de fer el pas i realitzar la compra?
- **Només et comuniqués amb els usuaris que hi estan interessats (qualificats)** i deixes de banda el màrqueting massiu.
  - **Automatitzar processos de venda.** Els embuts es poden automatitzar moltíssim. Això **et permetrà estalviar temps i esforç** a la teva estratègia de màrqueting digital.

# Què necessites per crear un funnel de conversió?

---

---

---

---

---



# Què necessites per crear un funnel de conversió?

- Lead magnet
- Pàgina de destí (Landing Page)
- Compte publicitari activat a Meta Ads / Google Ads
- Eina d'Email Màrqueting amb automation
- Eina Lead Scoring
- Estratègia ben definida
- Copy guai
- Disseny gràfic / vídeo

# Fases d'un embut de conversió

---

---

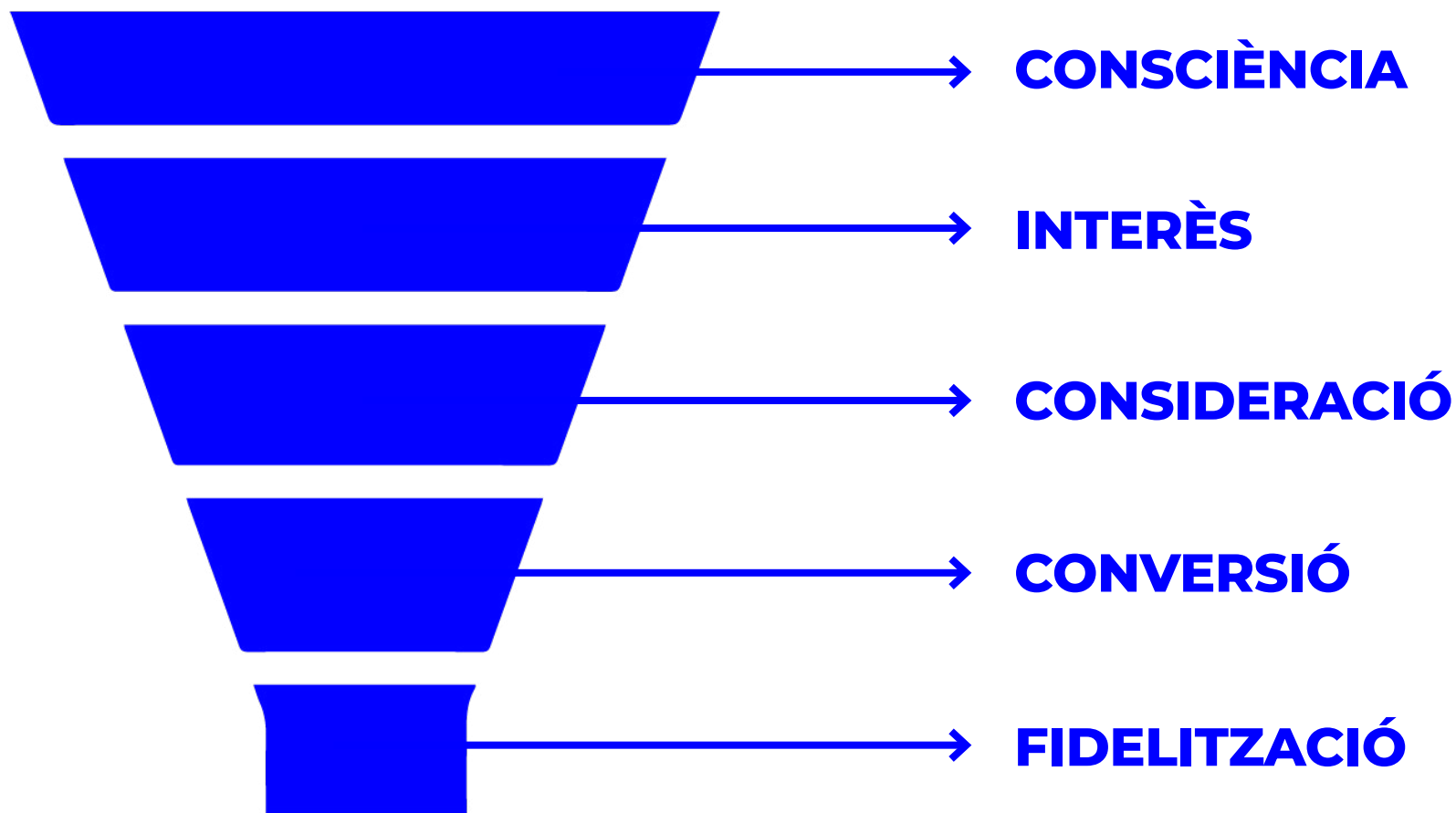
---

---

---



# Fases d'un embut de conversió







# Consciència

Primer contacte de l'usuari amb la marca.

**SEO, SEM, Xarxes Socials, Referral, Email Màrqueting.**



# Interès

El teu potencial comprador ja sap que té un problema i et coneix a tu.  
**Ara necessites augmentar el seu interès** per aconseguir les seves dades.

Estan investigant, comparant i remenant diferents opcions per posar solució al seu problema.

- Ofereix contingut amb un valor increïble.
- Ofereix coneixements, experiència i ajuda.
  - Oblida't de vendre.
- Storytelling / Buyer Persona / Automatització del correu electrònic (Email Automation)



# Consideració

L'usuari ja ho té clar: sap quin és el problema, sap quina és la solució i sap el que tu ofereixes.

**Per què confiar en la solució que ofereixes tu i no en una altra?**



# Conversió

Has aconseguit la venda!

Però **WAIT**. Això no s'acaba.





# Fidelització

**Cross selling / Up selling**

**Boca a boca**

**Enquestes** de satisfacció

Investigació **Buyer Persona**

# Etapas del funnel segons contingut

---

---

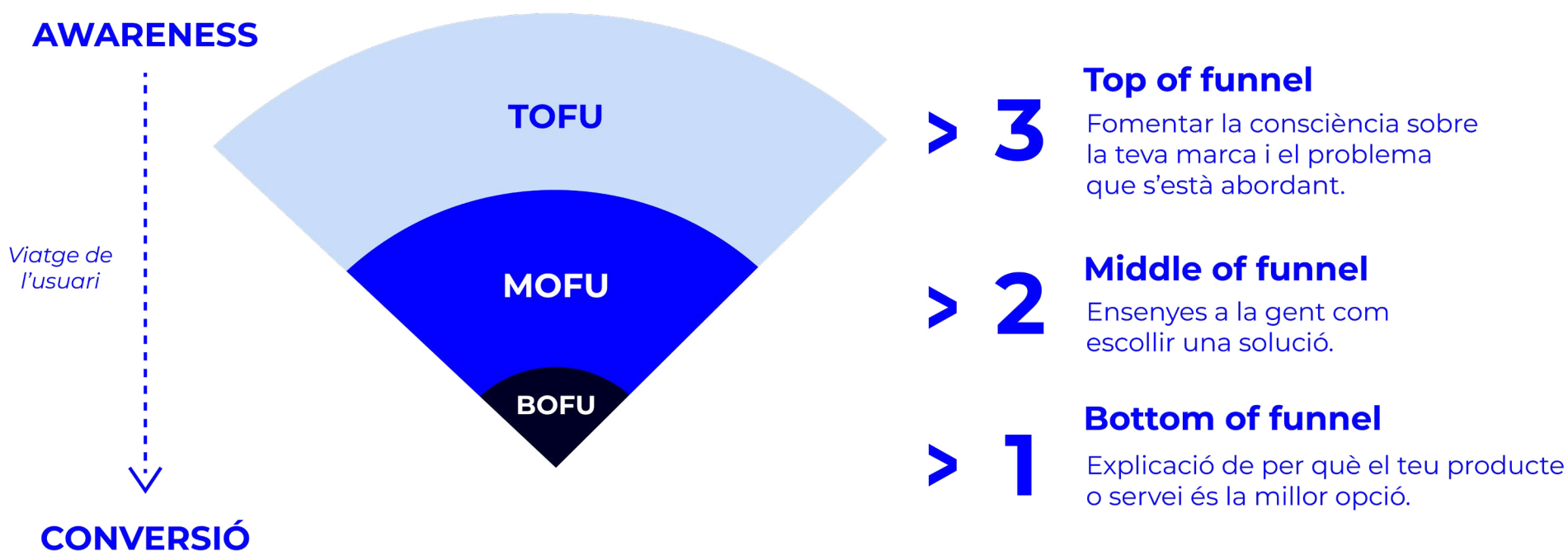
---

---

---



# Etapes del funnel segons contingut





# Etapes del funnel segons contingut

## TOFU

**TOFU (Top of the Funnel):** part alta de l'embut de conversió, és a dir, la primera presa de contacte de l'usuari amb la marca.

El contingut que creem ha d'estar dirigit al màxim número d'usuaris possibles / audiència àmplia.

**Tipus de contingut:** existència empresa, com podem ajudar-los, com podem cubrir les seves necessitats...





# Etapes del funnel segons contingut

## MOFU

**MOFU (Middle of the funnel):** part mitjana de l'embut de conversió.

Els usuaris ja són conscients de l'existència de la necessitat, i hem d'aportar informació de valor per a que sàpiguen que la nostra marca és la millor opció per a ells.

**Tipus de contingut:** avantatges marca, propietats dels productes, beneficis, FAQs...



# Etapes del funnel segons contingut

## BOFU

**BOFU (Bottom of the funnel):** la part més baixa de l'embut (última part). Aquí arriben els usuaris que realment estan interessats en la marca → amb possibilitats de convertir.

**Tipus de contingut:** enfocats a convèncer a l'usuari per a que converteixi.

# Automatitzacions

---

---

---

---

---



# Automatitzacions

**Automatitzacions = Millors resultats**

L'automatització és el procés pel qual **s'utilitza la tecnologia per simplificar i automatitzar les campanyes de màrqueting** a través de canals com el **correu electrònic, les xarxes socials, la publicitat online, etc.**

- Alliberar temps per centrar-se en l'elaboració d'estratègies
- Obtenir una perspectiva més rica i detallada del comportament dels leads
- Personalitzar el seguiment de fase a fase
- Millorar el ROI de les campanyes
- Predir amb més precisió futures inversions

# Què és un lead magnet

---

---

---

---

---



# Què és un lead magnet

Un **LEAD MAGNET** és un **contingut gratuït** i de valor que es dóna als subscriptors a canvi que **ells et deixin les dades personals** (correu electrònic i nom, en general).

Subratllem **“i de valor”** perquè és sens dubte un dels **conceptes més importants** d'aquesta frase.

# Tipus de Lead Magnets

---

---

---

---

---



# Tipus de Lead Magnets

Quin format té un Lead Magnet? Aquest contingut pot ser qualsevol d'aquestes coses (i més coses, fins i tot):

- Una demo
- Un ebook
- Una guia en PDF
- Un checklist
- Una plantilla editable
- Un curs online
- Una oferta
- Un descompte
- Un vídeo
- Un tutorial
- Un podcast
- Un webinar
- Una membresia





# Tipus de Lead Magnets

**Suscríbete a nuestra NEWSLETTER**

y consigue esta **SÚPER GUÍA** con **37 ESTRATEGIAS** para aumentar suscriptores



**TE MANDAREMOS:**

- Contenido **TOP**
- Recursos **GRATIS**
- Herramientas
- Tips & Estrategias

Tu nombre\*

Tu email\*

He leído y acepto la política de privacidad.

**¡QUIERO MI GUÍA GRATIS!**

## Zendesk lo hace mejor

Una solución de primer nivel que es fácil de usar y tiene el mejor costo

Introduce tu correo electrónico de trabajo

También deseo recibir correos electrónicos esporádicos de productos y servicios de Zendesk. (Puedes cancelar la suscripción en cualquier momento).

**Inicia tu prueba gratis**

No se necesita tarjeta de crédito

Tenemos algo para ti 

**-15% DESCUENTO**

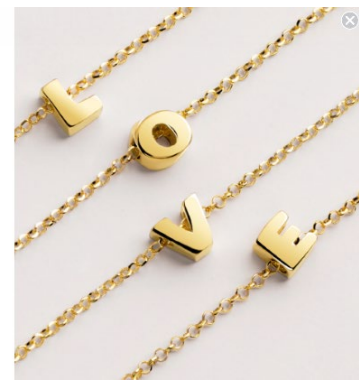
Forma parte de la comunidad más top y sé la primera en enterarte de **TODO**

EMAIL

Acepto recibir todas las Newsletters de Singularu hechas con amor desde Valencia

**CONSEGUIR CUPÓN**

Prefiero más tarde



**REGALO DE BIENVENIDA**

**10€**

de DESCUENTO\* y Envío gratis en tu primera compra

Suscríbete a nuestra newsletter y recibe tu **REGALO** de bienvenida

¡Recibe nuestros ofertas exclusivas de Moda y Decoración de primera mano!

Email

**Suscribir**

\*Ver condiciones y nuestra política de privacidad y cookies

**ENTRENAMIENTO GRATUITO**

**La REVOLUCIÓN del Marketing Digital orientado a resultados...**

Descubre cómo logramos hacer de Convierte Más un grupo de empresas rentables y escalables

**APÚNTATE**

**3 Clases GRATUITAS**

# Diferents tipus d'embuts

---

---

---

---

---



# Diferents tipus d'embuts

## CAPTACIÓ DE LEADS

**Objectiu principal = Aconseguir leads de qualitat**

Un lead és tot aquell **usuari que, en un moment determinat, ens facilita les seves dades en un formulari**, perdent així la seva condició de visita anònima i convertint-se en **un contacte sobre el qual es pot fer seguiment**.

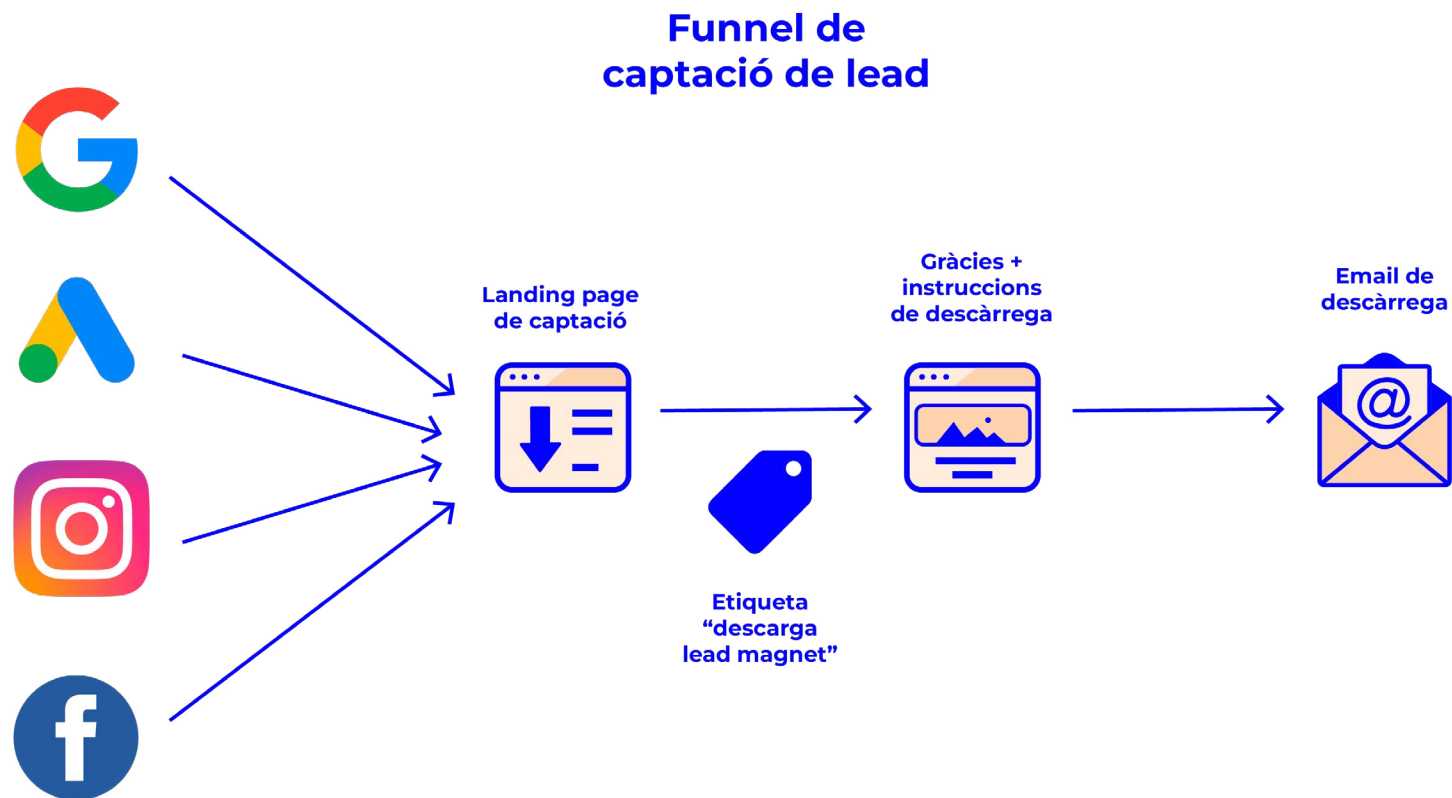
Embut curt i ràpid.

Com aconseguir-ho? **LEAD MAGNET**

Súper important: **LANDING PAGE**

# Diferents tipus d'embuts

## CAPTACIÓ DE LEADS





# Diferents tipus d'embuts



## **LEAD NURTURING**

(cultiu de leads)

**Objectiu principal = Millorar la relació amb els leads  
per preparar-los per a la compra**

**Com aconseguir-ho?**

Amb contingut educatiu i aportant sempre valor abans de la venda.

Usuari passa de fase freda a calenta → **llest per vendre-li  
el teu producte o servei.**

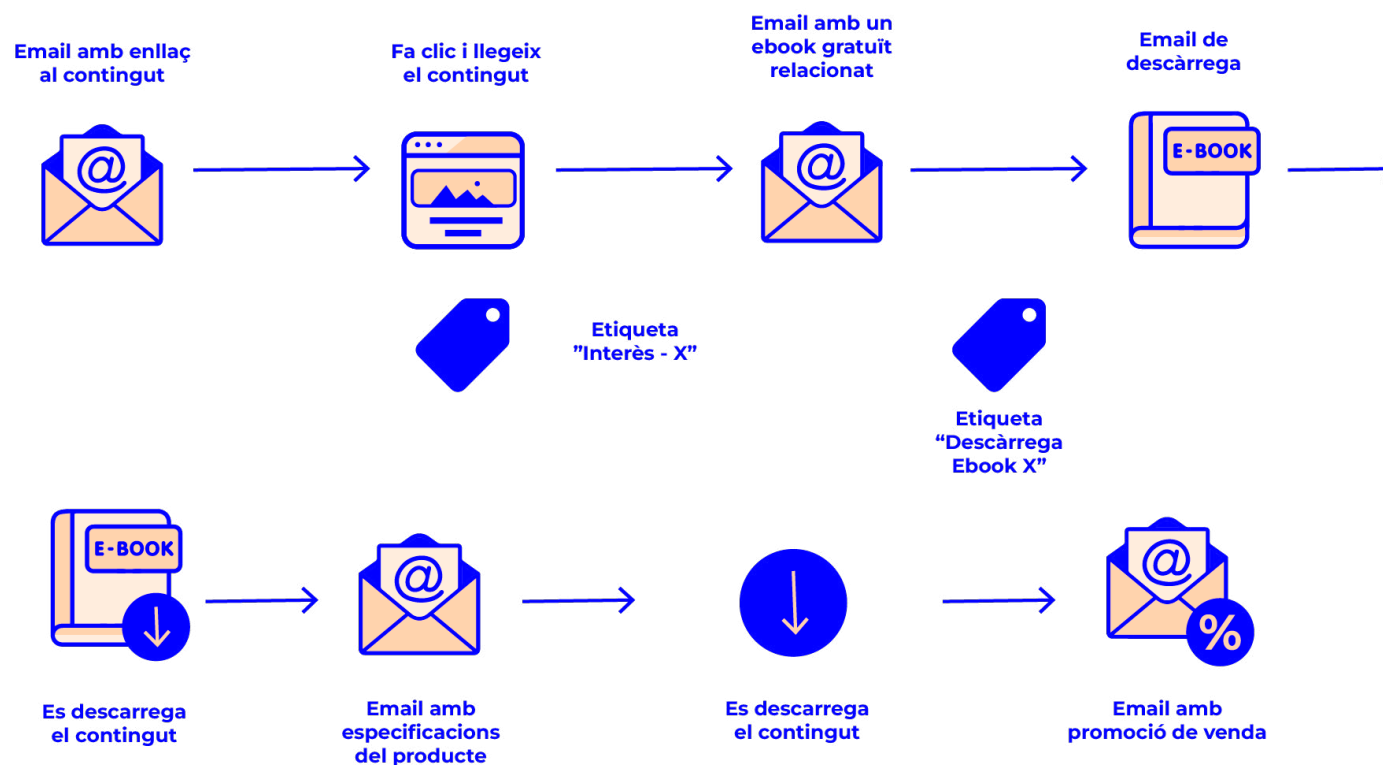
IMPORTANT = **LEAD SCORING**





# Diferents tipus d'embuts

## LEAD NURTURING (cultiu de leads)





# Diferents tipus d'embuts

## **VENTA**

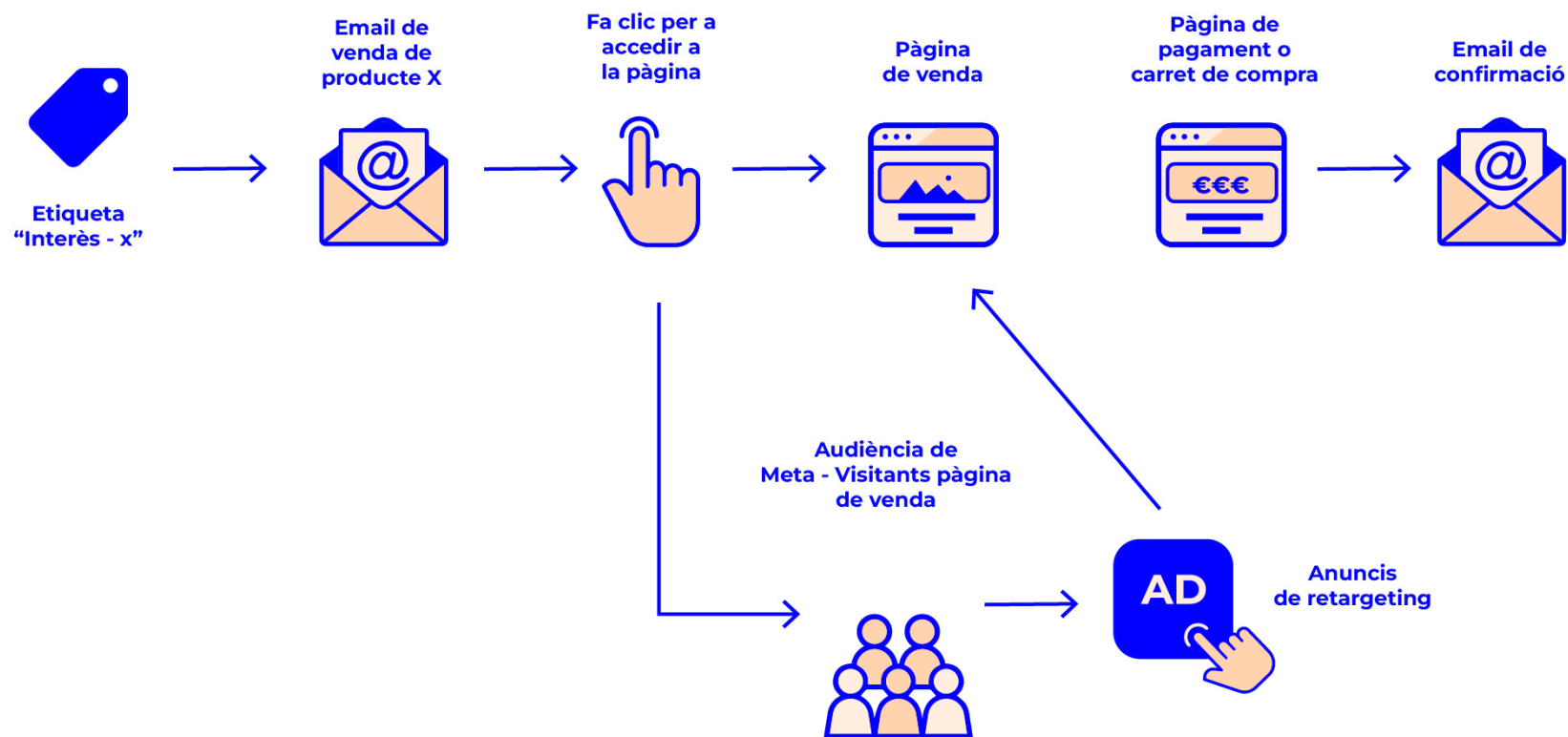
**Objectiu principal = Aconseguir vendes**

Des que un usuari **mostra interès durant el funnel de Lead Nurturing fins que acaba comprant.**



# Diferents tipus d'embuts

## VENTA







# Diferents tipus d'embuts

## UP-SELLING

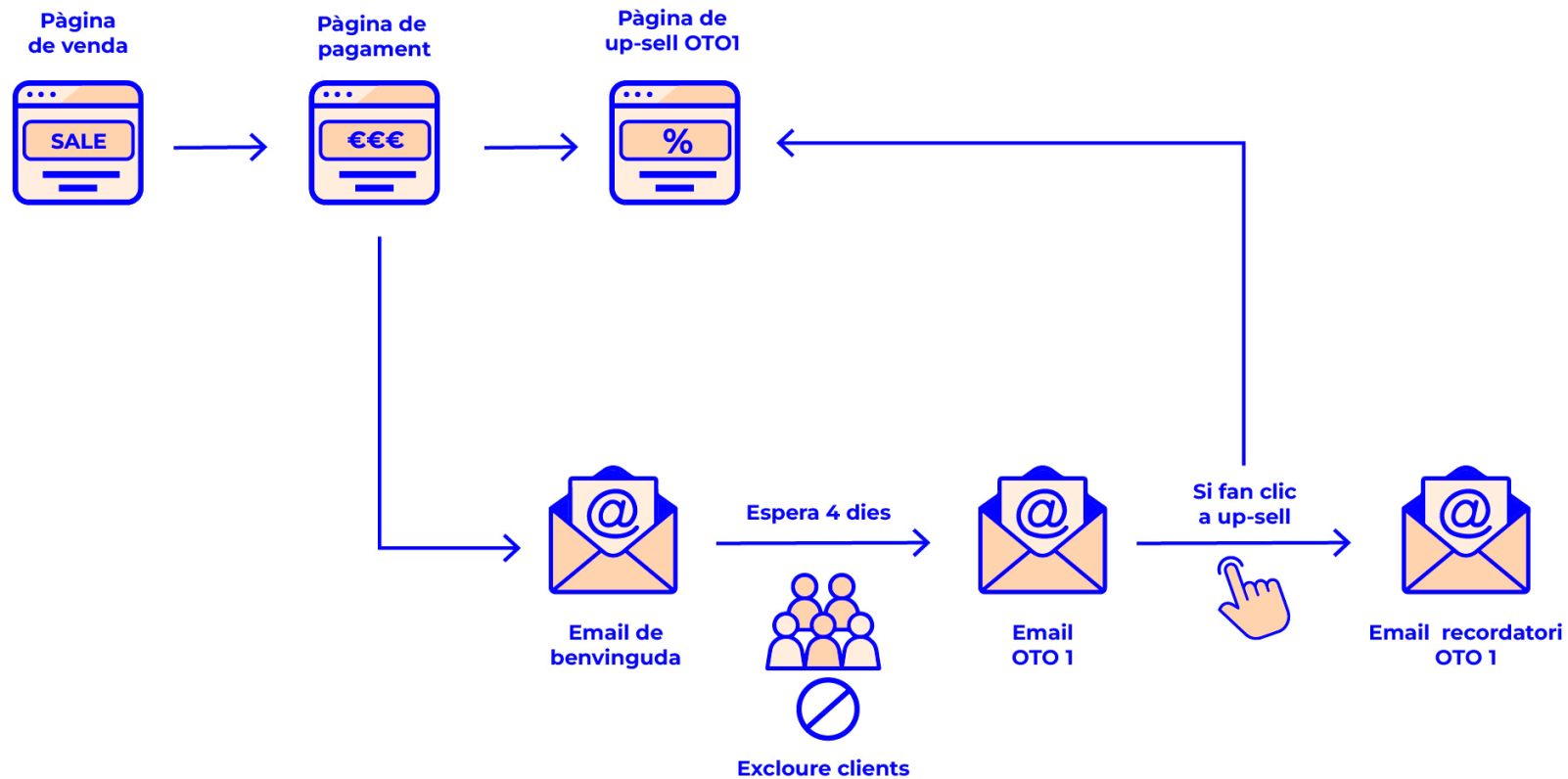
**Objectiu principal = Vendre productes / serveis relacionats a clients**

**Up-selling amb landing pages.** En comptes de portar els clients que acaben de comprar a una pàgina de gràcies **els portem a una landing page amb una oferta exclusiva.**

**Up-sell amb e-mails.** Deixem que passin uns dies i als **3-5 dies d'un usuari haver comprat els proposem, via email, una oferta irresistible.**

# Diferents tipus d'embuts

## UP-SELLING





# Diferents tipus d'embuts

## **EMBUTS COMPLEXOS**

**Unió de funnels individuals.**

Primera fase = **captació leads**

Segona fase = **lead nurturing**

Tercera fase = **venda**

Última fase = **up-selling**

**Un mateix negoci = diversos funnels complexos  
complementats amb funnels individuals.**

**Diversos embuts de captació leads > Diversos embuts de lead  
nurturing > Un funnel de venda per cada producte concret.**



# Diferents tipus d'embuts

## EMBUTS DE CONVERSIÓ D'ADS

**TOFU** = Atreure desconeguts → trànsit fred (no ens coneixen)

**MOFU** = Generar leads → trànsit temperat (ja saben qui som i què venem)

**BOFU** = Transformar en clients → clients potencials (estan interessats en allò que venem) → clients (ens han comprat)

**FIDELITZACIÓ** = Tornar a comprar → promotors (compren una vegada i una altra)

# 1. Prospecció

---

---

---

---

---



# 1. Prospecció

## Campanya 1- Broad audience

(usuaris que NO et coneixen - edat, sexe, ubicació)

### ● Objectius:

- Rang
- Trànsit
- Engagement
- Reproduccions de vídeo

### ● Contingut:

- Articles del bloc
- Guies
- Publicacions orgàniques d'IG o FB
- Nuggets
- Podcasts
- Infografies

Què volem aconseguir? Augmentar el nivell de consciència del client sobre el problema que té i la possible solució.



# 1. Prospecció

## Campanya 2 - Narrow audience

(interessos / audiències similars)

### ● Objectius:

- Trànsit
- Conversions
- Generació de clients potencials
- Missatges

### ● Contingut:

- Llibres electrònics
- Classe magistral
- Congressos Online
- Plantilles
- Consulta gratuïta
- Webinars
- Cupons de descompte
- Trials.

## 2. Remàrqueting

---

---

---

---

---





## 2. Remàrqueting

### Campanya 3 - Remarketing estàtic

(interacció Meta / visita web)

#### ● Objectius:

- Conversions
- Vendes per catàleg
- Missatges

#### ● Contingut:

- Testimonis
- Casos d'èxit
- Promocions
- Preu (és atractiu)
- Escassetat



## 2. Remàrqueting

### Campanya 4 - Remàrqueting dinàmic

(view content / afegir al carret de compra)

#### ● Objectius:

- Conversions
- Vendes per catàleg
- Missatges

#### ● Contingut:

- Testimonis
- Casos d'èxit
- Promocions
- Preu (és atractiu)
- Escassetat



## 2. Remàrqueting

### Campanya 5 - Venda creuada

(compres)

#### ● Objectius:

- Conversions
- Vendes per catàleg
- Trànsit

#### ● Contingut:

- Promocions
- Novetats
- Venda creuada (cross-selling)

# TOFU

**IKEA**  
Publicidad

Organizar las vacaciones no es fácil.



**Organizar las vacaciones no es fácil.  
Organizar tu casa, un poco más.**


0:02 / 0:18

IKEDA.COM  
Organizar tu casa, un poco más.

Más inform...

**Asana**  
Publicidad

¿Los correos electrónicos y las reuniones están acabando con la concentración de tu equipo? Establece tareas y gestiona los plazos en un solo lugar para que tu equipo siga siendo eficiente. El trabajo es más fácil con Asana.



**asana**  
Las interrupciones son el enemigo del buen trabajo.

**asana**  
Asana agiliza tus correos electrónicos, reuniones y plazos.

ASANA.COM  
Comienza gratis.


Sign Up

ASANA.COM  
No se necesita tarjeta de crédito.

Sign Up

**SEMrush**  
Publicidad

¡En nuestra Ruta de aprendizaje, encontrarás todo para convertirte en un especialista SEO totalmente equipado! 🏆🔍



**SEMRUSH Academy**


**Certificados Semrush**

- Curso Gestión, Generación de informes y Colaboración
- Curso SEO móvil, local e internacional
- Curso Rastreo de Posición

ES.SEMRUSH.COM  
Ruta de aprendizaje de SEO de SEMrush  
¡Aprende Semrush gratis!


Learn More

# MOFU




**IKEA**  
Publicidad

En IKEA tenemos siempre algo nuevo, visítanos y descubre las últimas novedades.



LÖVMÅNAD  
Lámpara  
9€




DRÖMSLOTT  
9€

TRACK\_ADFORM...  
Siempre algo nuevo

Learn More

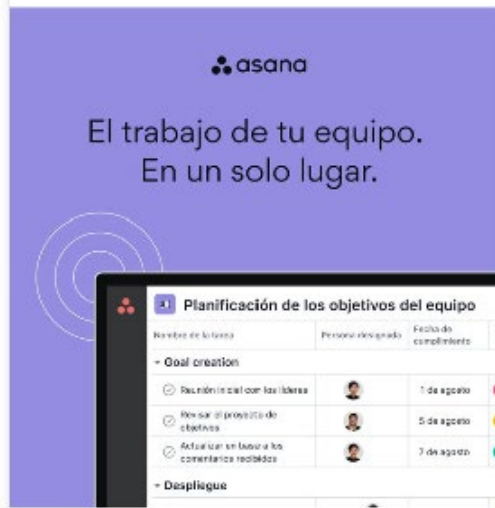
TRACK\_ADFORM...  
Orden a tu alcance

Learn More



**Asana**  
Publicidad

¿El ajetreo afecta a tu negocio? Colabora, organiza y gestiona las tareas en un solo lugar. El trabajo es más fácil con Asana.



asana


El trabajo de tu equipo.  
En un solo lugar.

Planificación de los objetivos del equipo

Nombre de la tarea	Persona designada	Fecha de cumplimiento	PI
- Goal creation			
Reunión inicial con los líderes		1 de agosto	
Revisar el progreso de objetivos		5 de agosto	
Actualizar en base a los comentarios recibidos		7 de agosto	
- Despliegue			

ASANA.COM  
Organízate de manera extraordinaria  
Mira los planes, da seguimiento al progreso y mantén las conversaciones laborales en un solo lugar. Si...

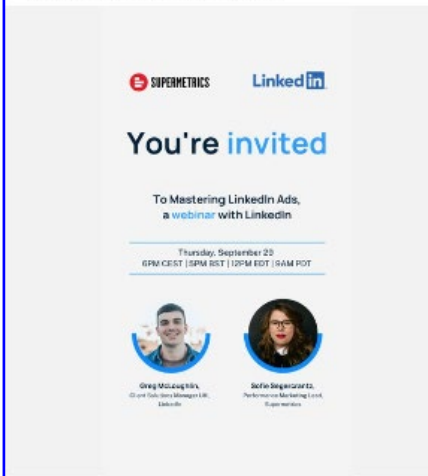
Learn More



**Supermetrics**  
Publicidad

Get ready for a webinar on Mastering LinkedIn Ads with Supermetrics and LinkedIn 🏆

On September 29, Sofie Segercrantz, our Performance Marketing Lead, will be joined by Greg McLoughlin, Client Solutions Manager at LinkedIn, to discuss what it takes to run successful ad campaigns on LinkedIn. ...




SUPERMETRICS LinkedIn


You're invited

To Mastering LinkedIn Ads, a webinar with LinkedIn

Thursday, September 29  
6PM CEST | 8PM EST | 12PM EDT | 9AM PDT



Greg McLoughlin  
Client Solutions Manager at LinkedIn



Sofie Segercrantz  
Performance Marketing Lead, Supermetrics

SUPERMETRICS.COM  
Learn how to run LinkedIn Ads like a pro  
Don't miss the webinar - sign up today!

Sign Up

# BOFU


 **TWO THIRDS**  
Publicidad

Sustainable and original clothing, check out our new collection, 100% made in Europe.




TWOTHIRDS.COM  
LOWTHER JACKET  
Stop overproduction, pre-order.

Shop Now

 **Headspace**  
Publicidad


Mind: Focused. Force: Strong. Start your Headspace journey today.



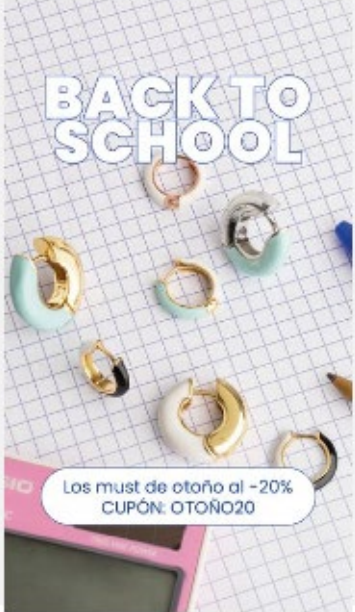
headspace  
**FOCUS LIKE A JEDI**  
Find your Force at [headspace.com](https://headspace.com)  
STAR WARS

ITUNES.APPLE.COM  
Breathe with Star Wars™

Install Now

 **Singularu Jewels**  
Publicidad

-20% Para ti ✨ Cupón OTOÑO20 🌿 EI BACK TO SCHOOL más brillante ♥



Los must de otoño al -20%  
CUPÓN: OTOÑO20

SINGULARU.COM  
♥ CUPÓN: OTOÑO20

Shop Now

# Exclusions

---

---

---

---

---



# Exclusions



Súper important **excloure audiències a tots els conjunts d'anunci.**  
Un usuari, depenent de la fase en què es trobi, **només ha de poder veure la campanya que va destinada cap a ell.**





# Embuts de conversió d'Email Màrqueting

---

---

---

---

---



# Embuts de conversió d'Email Màrqueting

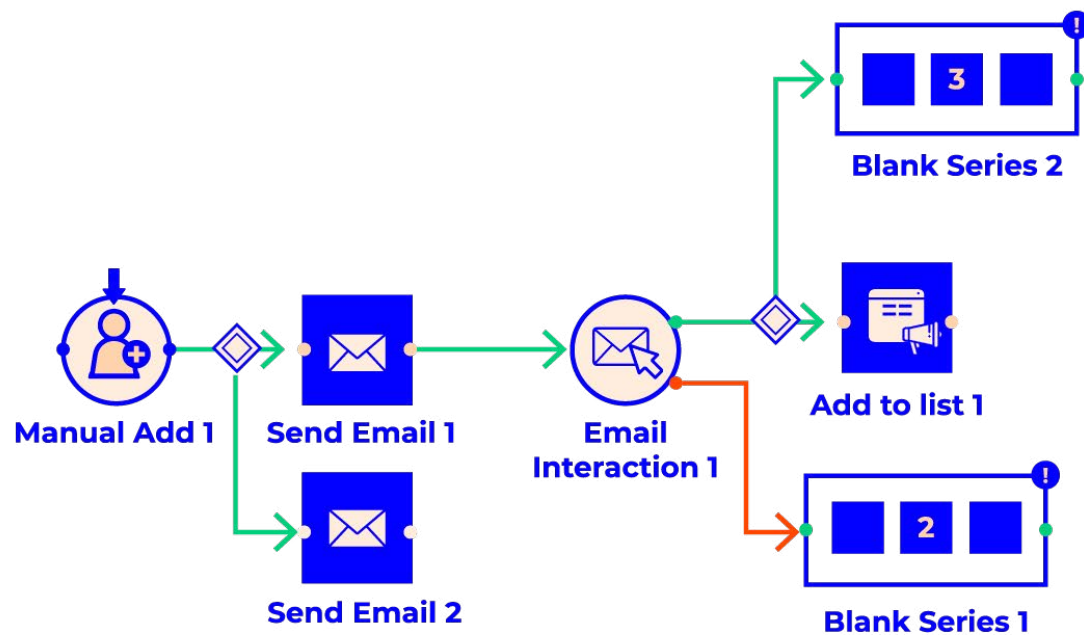
## ● Què necessites?

- Automatització - autoresponders segons disparadors (triggers)
- Llistes de subscriptors
- Tags / etiquetes
- Segments



# Embuts de conversió d'Email Màrqueting

## BUILDER



## AUTOMATION ELEMENTS

### TRIGGERS



Submitted Form



Submitted Subscription



Submitted Survey



Email Interaction



Added to List



Removed From List



Registered for Event



Attended Event



Manual Add

### ACTIONS



Send Email



Add to List

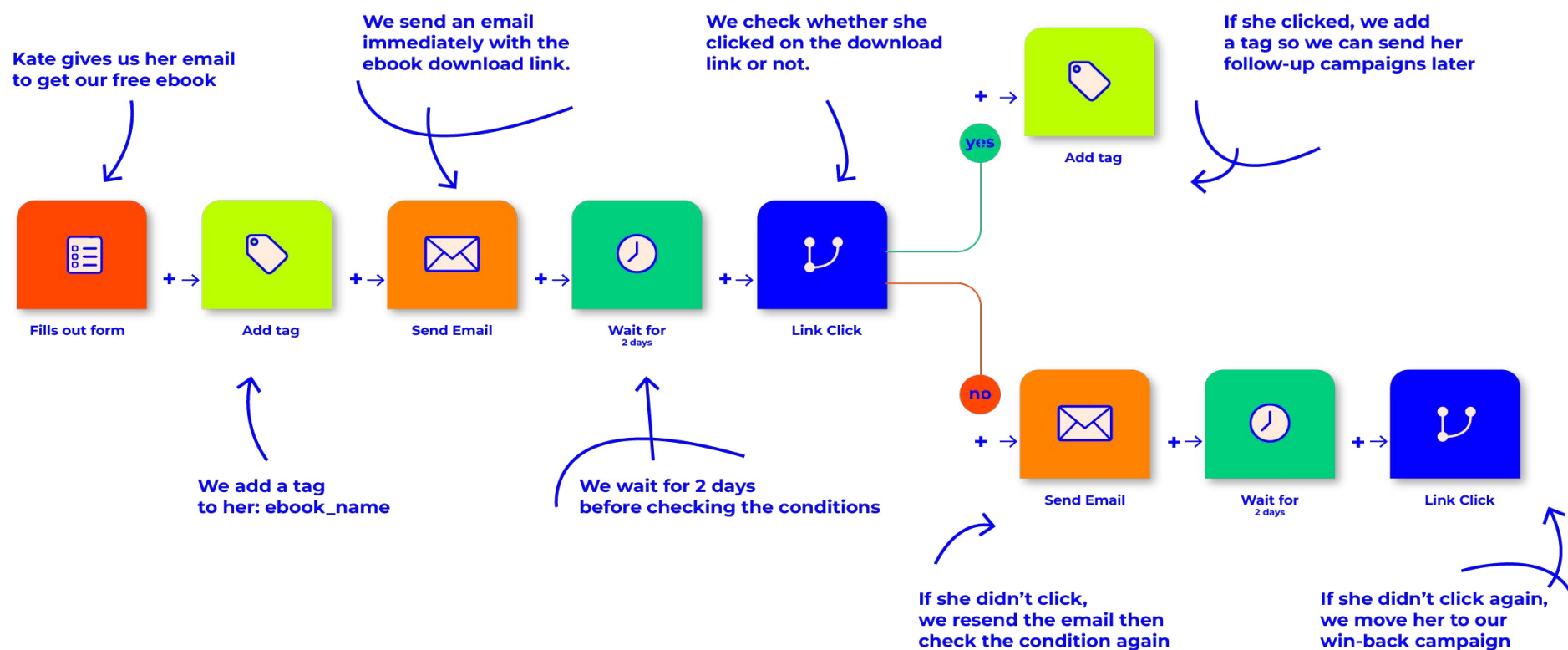


Remove from List



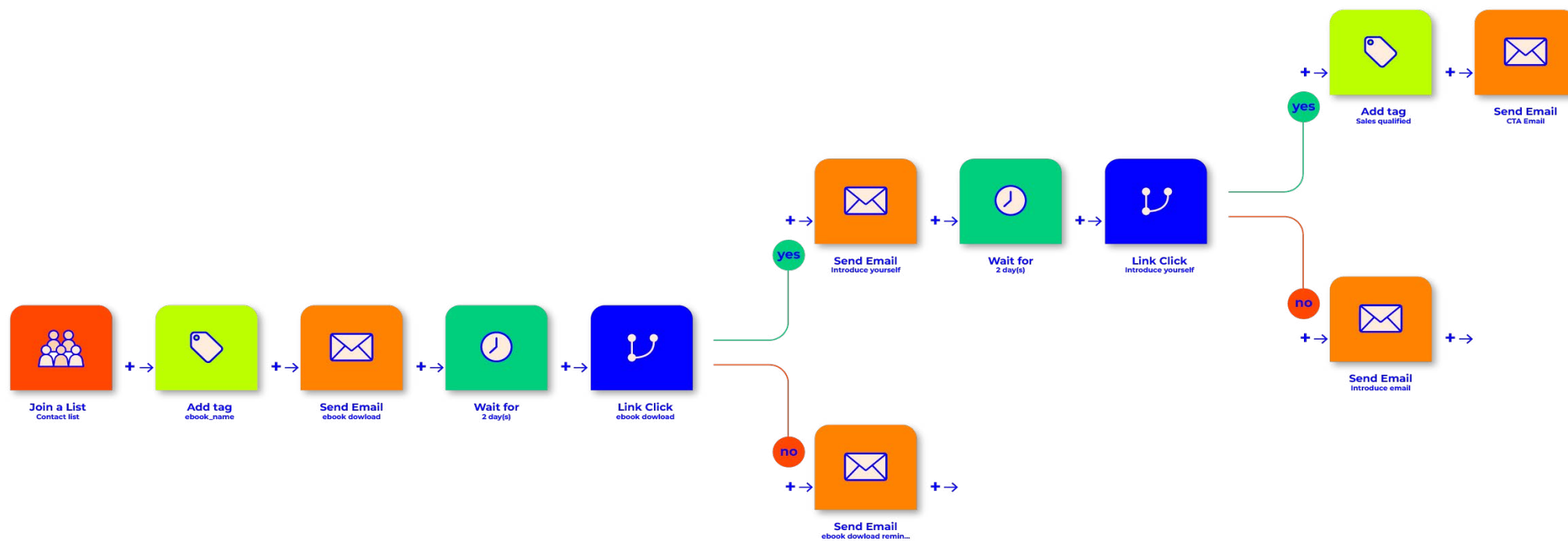


# Embuts de conversió d'Email Màrqueting





# Embuts de conversió d'Email Màrqueting



# Funnels Mix: SEO i Xarxes Socials i Email Màrqueting

---

---

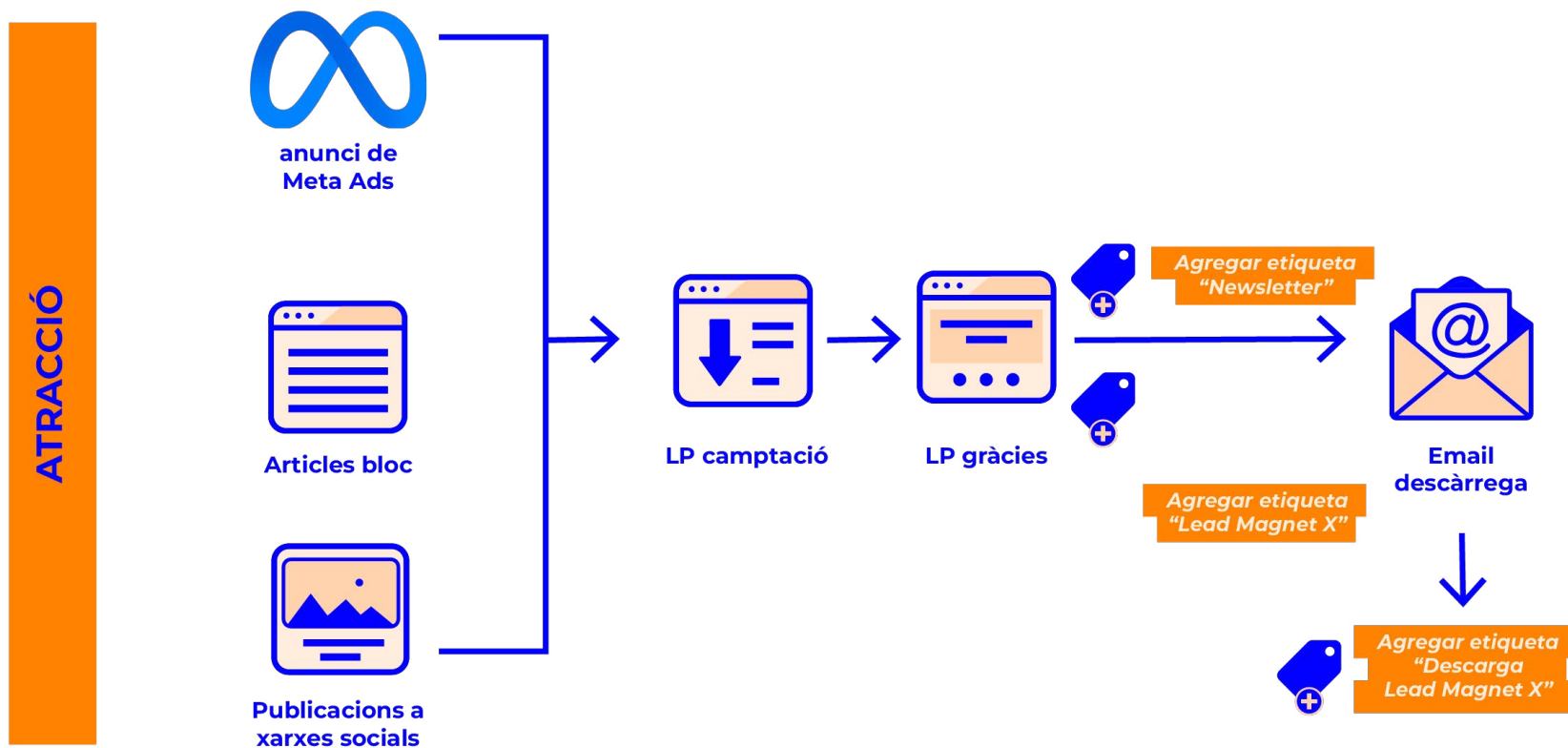
---

---

---



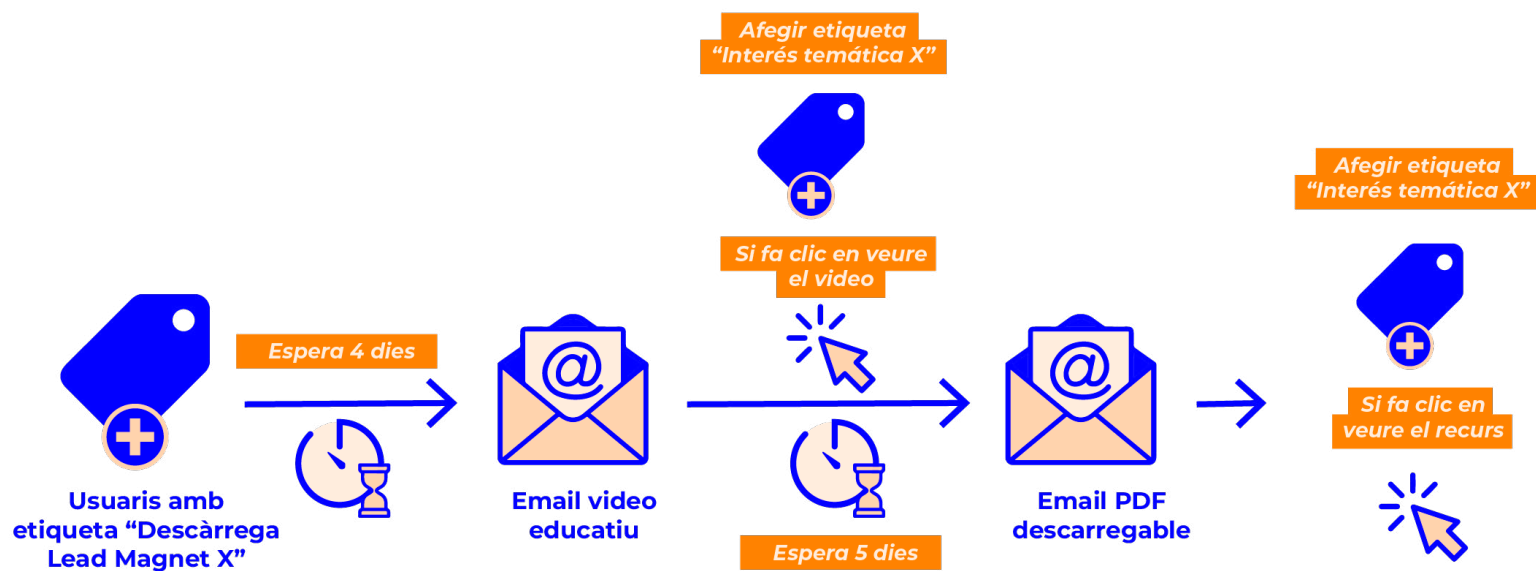
# Funnels Mix: SEO i Xarxes Socials i Email Màrqueting





# Funnels Mix: SEO i Xarxes Socials i Email Màrqueting

CULTIU DE LEADS

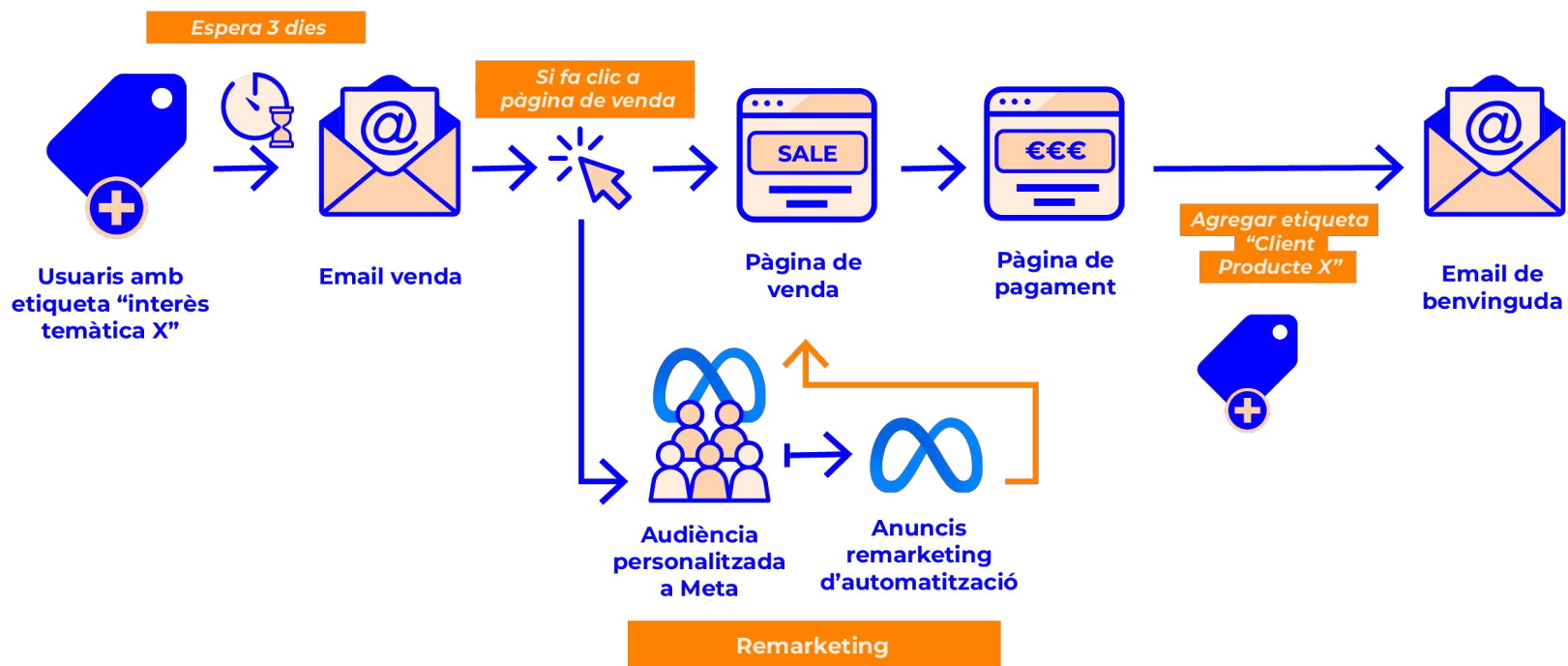






# Funnels Mix: SEO i Xarxes Socials i Email Màrqueting

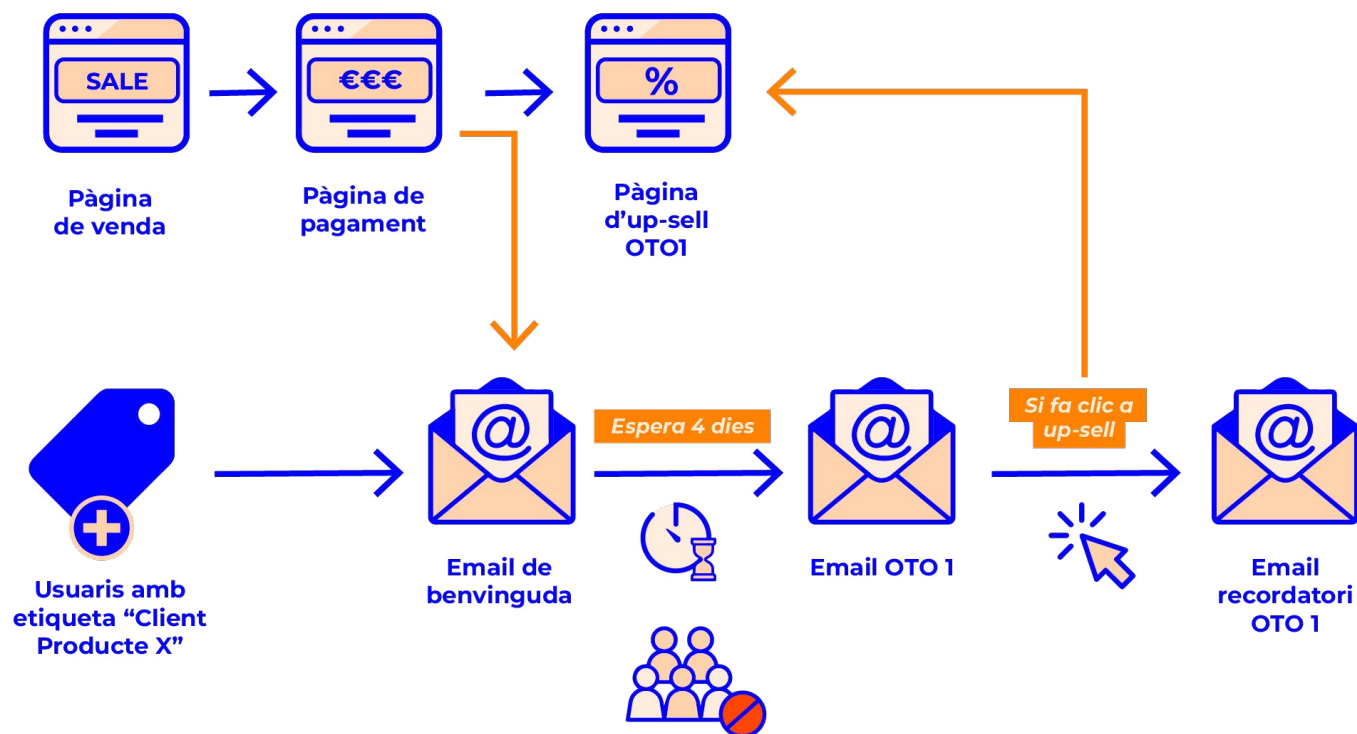
VENDES ONLINE





# Funnels Mix: SEO i Xarxes Socials i Email Màrqueting

UP-SELL



# Principals problemes del funnel de conversió

---

---

---

---

---



## Principals problemes del funnel de conversió



### **NO TENIM PROU TRÀNSIT**

#### **Manca de trànsit a la fase TOFU // Consciència**

- Millorar SEO
- Activar SEM
- Impulsar Xarxes Socials





## Principals problemes del funnel de conversió

### **ELS VISITANTS NO DEIXEN EL SEU EMAIL**

**Usuaris no es converteixen en leads a la fase MOFU // Interès o Consideració**

- Millora el contingut descarregable
- Fes proves A/B amb diferents lead magnets
- Redueix els camps del formulari
- Millora copy i CTAs



## Principals problemes del funnel de conversió

### **PERDS LA COMUNICACIÓ AMB EL LEAD**

**Aconsegueixes leads però després es perden, no fan cap altra acció.  
No hi ha Lead Nurturing.**

- Segmenta i personalitza
- Etiqueta
- Automatitza
- Crea contingut de molt valor
- Utilitza eina de Lead Scoring

**ic EC** Institut Català de les  
Empreses Culturals

Servei  
● Desenvolupament  
● Empresarial

**#SomImpuls**  
**#SomICEC**

# Gràcies!

[hola@oinkmygod.com](mailto:hola@oinkmygod.com)



 Generalitat de Catalunya  
Departament de Cultura

[icec.gencat.cat/sde](https://icec.gencat.cat/sde)