



# DIVULGAÇÃO PARA PROGRAMAS DE INDICAÇÃO

Aprenda a montar a melhor estratégia que vai fazer sua empresa ser vista e lembrada.



**SEMANA DAS  
VENDAS POR  
INDICAÇÃO**



**BuzzLead**

## Sumário

- INTRODUÇÃO
- COMUNICAÇÃO
- CANAIS
- FREQUÊNCIA
- PARA CONSULTAR



# Introdução

A divulgação é a alma de um programa de indicação. Sem ela, a sua estratégia não alcança o seu maior potencial que poderia ter.

Afinal, quem não é visto, não é lembrado.

Por isso, aqui na BuzzLead, afirmamos que a Divulgação é o 5º pilar de um programa de indicação de sucesso.

Seu sucesso depende de quantas pessoas conhecem e gostam da sua empresa... e isso também vale para seu programa de indicação.

Então tenha a certeza de que sua divulgação está:

- **Atrativa**
- **Alinhada com o perfil da sua empresa**
- **Objetiva e clara**
- **Conversando bem com o público de interesse**
- **Recorrente**
- **Alinhada com o restante da sua estratégia de indicação**
- **Destacando os benefícios/o quão top será participar do seu programa de indicação**
- **Colaborando para o buzz da sua empresa**



Conte sempre com o que você já tem ou faz de comunicação com seus clientes. O programa de indicação tem que fazer sentido para seus clientes e ser alinhado com o que sua empresa almeja.

Sem mais delongas, vamos a um roteiro para você ter tudo em mãos e já sair divulgando seu programa de indicação.

Mãos à obra!

# Comunicação

A comunicação é uma parte essencial da sua divulgação.

É ela que esclarece como funciona seu programa de indicação e explica tudo, para que ninguém tenha dúvidas ou venha questionar algo depois.

Por isso, para montar sua estratégia de comunicação dentro da divulgação, lembre-se de dois fatores:

- **Linguagem**
- **Informações**

Defina como a sua comunicação será direcionada e mantenha todas as suas mensagens alinhadas.

Estas devem ser:

- **Claras**
- **Objetivas**
- **Alinhadas com o perfil da sua empresa**

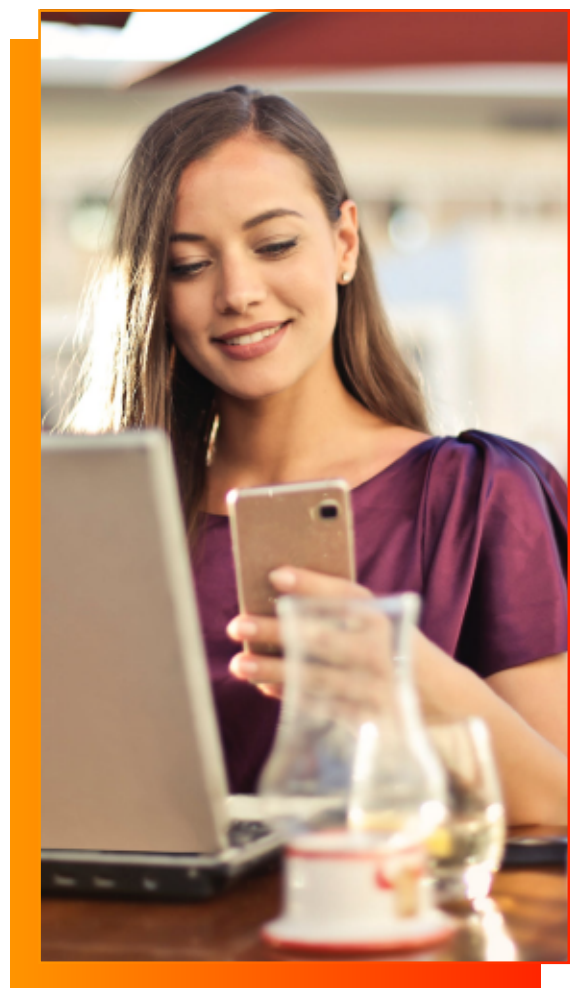
A comunicação deve ser precisa e enxutas, ou seja, práticas.

Difícilmente alguém lerá um passo-a-passo super extenso. Muita coisa para ler e entender prejudica o engajamento e aumenta a taxa de desistência.

Seja direto e comunique apenas informações relevantes, como:

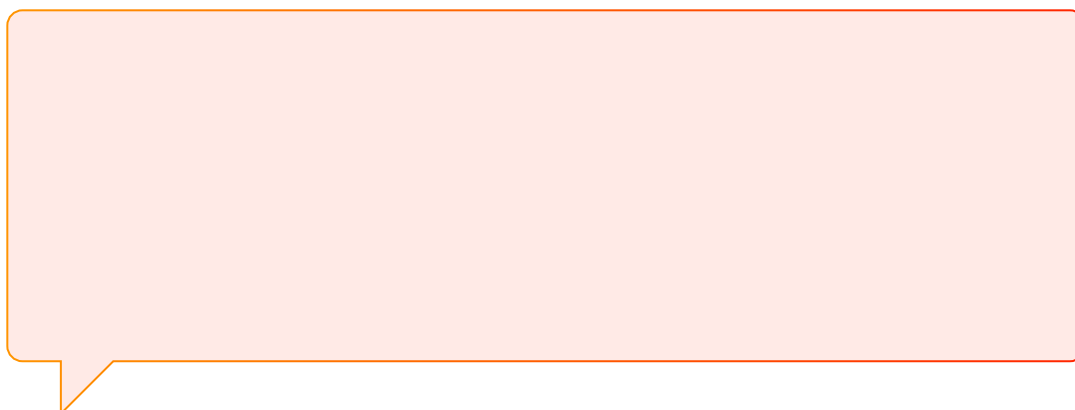
- **Passo a passo para participar do programa de indicação;**
- **Quais são os benefícios;**
- **Qual é a recompensa e como resgatá-la;**
- **Qual é o regulamento da campanha.**

Estas informações podem estar reunidas na página de indicação, landing pages, nos e-mails que você manda durante o processo da indicação, nas mensagens padrões e assim por diante.

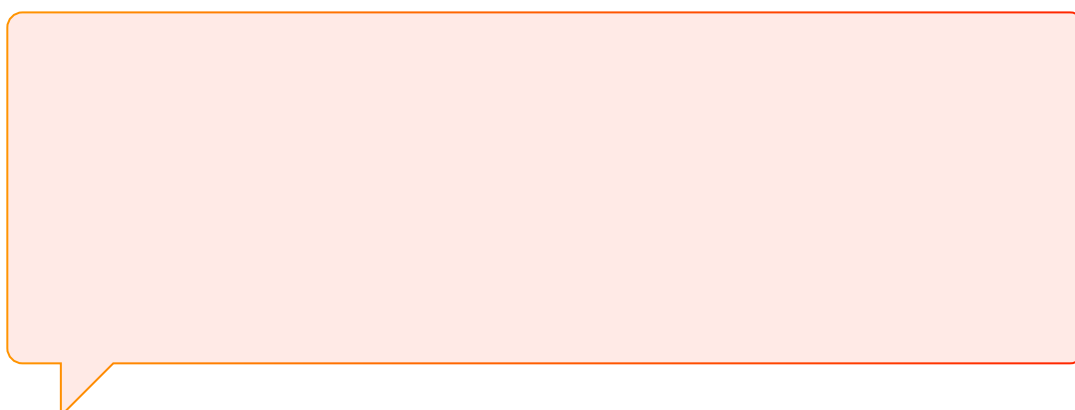


## Vamos para a prática?

Defina as mensagens da sua comunicação principal:

A large, empty speech bubble with a light orange background and a dark orange border. It has a small tail pointing downwards and to the left, indicating it is a message being sent.

Quando seu cliente for divulgar sua empresa, ele enviará esta mensagem pré definida, já com o link embaixador que redireciona o indicado para a sua página de indicação.

A large, empty speech bubble with a light orange background and a dark orange border. It has a small tail pointing downwards and to the left, indicating it is a message being sent.

Seu cliente acabou de fazer a primeira indicação? Agradeça e explique os próximos passos

## Canais

Depois de definir como a comunicação, é preciso decidir por onde sua divulgação será veiculada...

Está na hora de escolher seus canais de divulgação!

Esta escolha pode ser decisiva para o sucesso do seu programa de indicação...

Por isso, antes de definir seu(s) canal(ais), lembre-se:

mapeie pontos de contato que você tem com o seu cliente  
identifique em qual canal seu cliente é mais engajado  
escolha aqueles que sua empresa tem mais familiaridade  
analise dados e veja quais canais tem os melhores resultados

Esses podem ser:

- Site
- E-mail
- WhatsApp
- Telegram
- Instagram
- FaceBook
- YouTube
- Equipe comercial
- Colaboradores em geral
- Suporte
- InApp
- Vídeos
- Automação do Marketing
- Pós venda
- Material impresso

Marque as opções que mais fazem sentido para sua empresa.



## Frequência

Para finalizar, estabeleça uma frequência de divulgação.

Deve haver um equilíbrio para não divulgar de menos e nem saturar seus clientes.

O ideal é garantir uma frequência precisa de mensagens e postagens. O suficiente para avisar a todos sobre a sua nova campanha e lembrá-los de tempos em tempos de que ainda podem participar ou indicar de novo.

Frequência gera recorrência.

Um programa de indicação para virar um canal de vendas de alta conversão deve ser recorrente. Por isso a importância de incentivar seus clientes a indicar.

Seguindo essa premissa, desenvolva um cronograma com dias e horários específicos para a divulgação; com a frequência adequada para cada tipo de público de interesse do seu programa de indicação.

Assim, você aprimora seu planejamento e terá a oportunidade de automatizar o processo, para que sua estratégia tenha muito mais eficiência.

Veja como seu público responde às suas tentativas de divulgação. Isso servirá como um termômetro de como suas ações estão indo. Cada caso é um caso.

Se você perceber que mesmo com o aumento da frequência da sua divulgação, não houve um aumento da participação ou aumento de indicações; reveja suas estratégias, troque de canais, modifique as mensagens.

Sempre faça testes e acompanhe os números para que suas campanhas fiquem cada vez mais assertivas e, conseqüentemente, aumentem sua taxa de conversão dentro do programa de indicação.

Prepare-se para criar o seu próprio cronograma de divulgação!

**Use este calendário para ter uma noção do que precisará na sua divulgação e quando precisará.**

	Ação	Material	Canal	Data	Respons.
●					
●					
●					
●					
●					
●					
●					
●					
●					
●					
●					
●					
●					
●					
●					
●					
●					
●					
●					
●					
●					
●					

## Para consultar

Pronto!

Agora você já pode colocar em prática o seu planejamento de divulgação do seu programa de indicação.

Se precisar de mais informações ou ideias, escolhemos a dedo alguns conteúdos que podem te auxiliar:

**Divulgação do Programa de Indicação: o passo a passo definitivo**

**Como pedir indicações**

**Landing Pages**

**Campanha de indicação**

**Canais de divulgação**

**Programa de Indicação: tudo o que você precisa saber**



Comece agora com a plataforma líder em marketing de indicação no Brasil.

[Blog](#)

[Fale com um especialista](#)

