

# Que é um Lead?



**Lead é uma palavra muito popular para os profissionais que atuam na área do marketing digital e começam a tratar os seus visitantes como clientes em potencial. Desta forma, procuram traçar metas e estratégias para gerar contatos e mantê-los. Assim, o termo quer dizer um contato novo que a empresa recebe.**

Um dos maiores desafios é captar novos clientes. Geralmente, a estratégia do marketing é focada na geração de contatos, conhecimento do seu público alvo, o comportamento, a fim de criar campanha de marketing, para atrair novos leads, que são fundamentais para o sucesso da Organização.

Um lead pode ser qualificado segundo algum critério da própria Organização, ou ele pode ser eliminado, ou seja, descartando. Nesta hipótese, o termo é conhecido como “lixo”. Geralmente, as empresas mensuram o retorno do investimento do marketing digital por meio do acompanhamento de conversões, que pode ser feito através dos leads gerados. Assim, as Organizações apostam em publicidade online, esperando o retorno em lead. Por exemplo, uma venda poderá ser mensurada em quantos leads gerados? Desta maneira, conseguem desenvolver uma estratégia de vendas digital, além de conhecer e manter o foco no seu conteúdo.

Um outro conceito muito utilizado no mercado digital é o lead qualificado. Na prática, não há garantia que um lead comum vai se transformar em um cliente novo, ao contrário, do lead

qualificado, que significa que o usuário tem como objetivo comprar o produto da empresa, ou seja, há uma garantia muito maior em adquirir o serviço.

Desta forma, os leads devem ser feitos de forma objetiva, para criar campanhas efetivas, a fim de gerar os resultados esperados para a empresa. Os conteúdos devem ser específicos, mensurados, para convencer os clientes que a Organização tem a melhor opção.

Além disso, a palavra é muito conhecida no gerenciamento do relacionamento com cliente (CRM-client relationship manager), que são softwares que atuam na área de departamento comercial da empresa. Cada CRM tem o seu próprio padrão e metodologia que deve ser seguido. Portanto, o lead deve ser visto pela empresa como prioridade na sua estratégia, a fim de estabelecer um contato novo com os possíveis clientes e conquistar o público alvo.