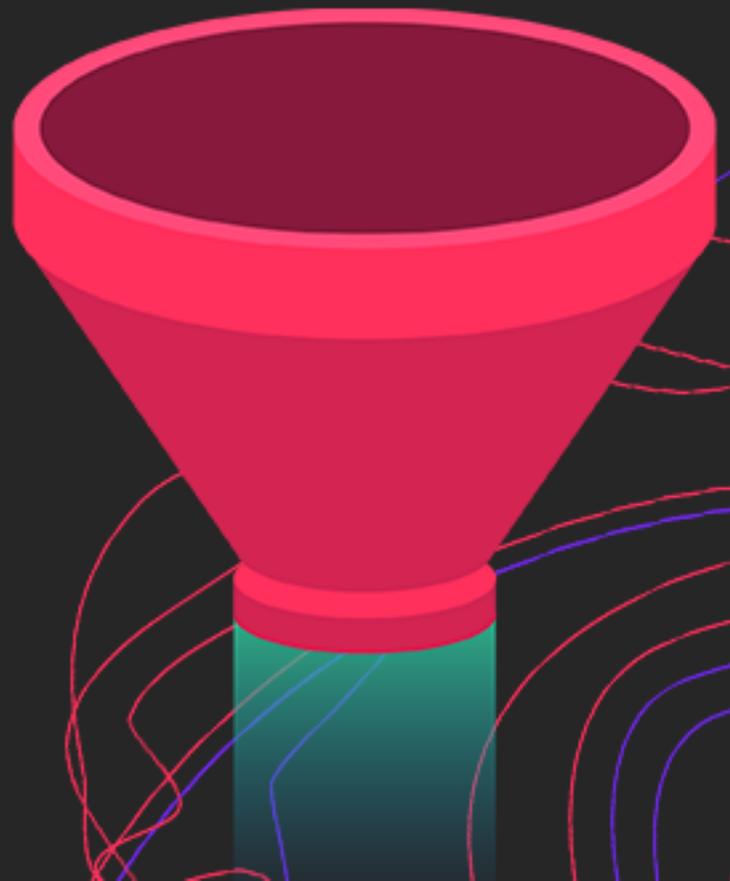


HEROSPARK

Funil de Vendas

Tudo o que você precisa
para vender no automático



Equipe



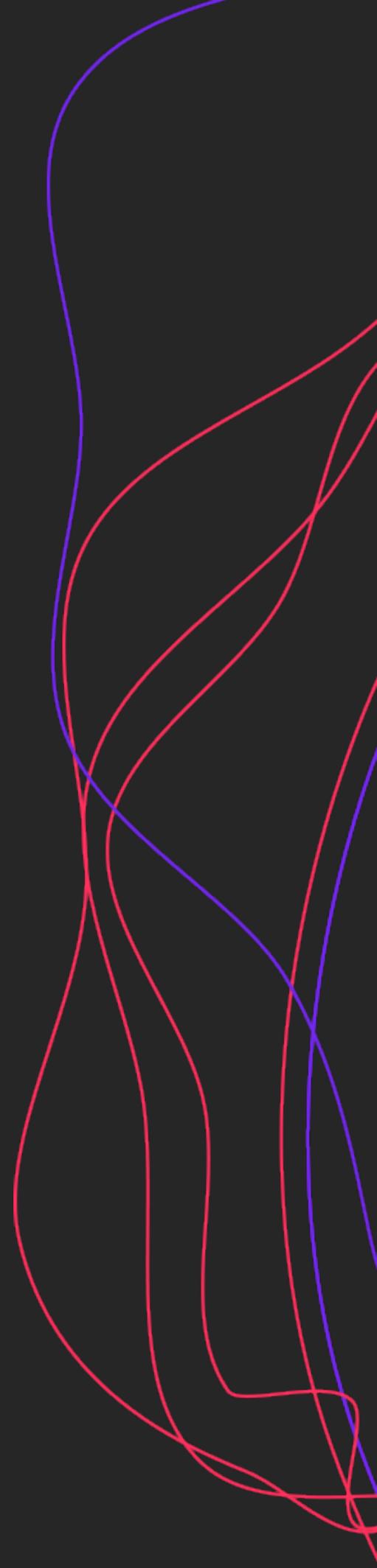
Bruno Mendonça
Head de Inbound Marketing



Chris Aguilera
Copywriter



Lucas Santos
Designer



Sumário

| | |
|--|----|
| Introdução | 04 |
| O que é Funil de Vendas? | 05 |
| Etapas do Funil | 07 |
| Topo de Funil | 08 |
| Meio de Funil | 09 |
| Fundo de Funil | 10 |
| Funil de Vendas Funcionando na Prática | 11 |
| Como criar um Funil de Vendas eficiente? | 14 |
| Funil de Vendas e Jornada de Compra | 20 |
| Funil de Vendas é para você? | 23 |
| Ferramentas de Funil de Vendas | 25 |
| Conclusão | 29 |
| Sobre a HeroSpark | 30 |

INTRODUÇÃO

Hoje, mais do que nunca, com tudo caminhando a passos largos para o universo digital, as pessoas em geral buscam sempre novas alternativas para gerarem ativos que as farão ganhar dinheiro até mesmo dormindo - ou no automático.

Esqueça por um momento aquela velha máxima de “trabalhe enquanto eles dormem”. Esse mantra está ficando cada vez mais obsoleto. Isso porque, por mais que seja difícil de se acreditar em um primeiro momento, é possível sim ganhar dinheiro no automático ou enquanto você está dormindo.

Mas, para isso, é necessário conhecer uma definição que já ajudou milhares de pessoas a alcançarem o sucesso e faturarem verdadeiras fortunas com uma estratégia bem pensada e executada: o conceito de Funil de Vendas.

Antes de falarmos sobre o assunto tema deste material, é bom deixar uma coisa bem clara: sim, ao final desta leitura, você será capaz de ganhar dinheiro enquanto dorme. Ou pelo menos ter todos os insumos para isso.

Então, pega papel, caneta, procure um lugar confortável para sentar e vamos juntos!

Boa leitura!

O QUE É FUNIL DE VENDAS?

O Funil de Vendas é a representação do caminho percorrido por um cliente até a finalização de uma determinada compra. Mas, como você verá mais à frente, esse caminho continua mesmo após a conversão.

Em outras palavras, é um modelo estratégico que reflete toda a jornada do cliente, desde o primeiro contato com a sua empresa até o fechamento de uma venda. Esse processo possui uma série de etapas e gatilhos que tem como objetivo dar suporte à jornada de compra das personas de um determinado negócio.

Logo, podemos dizer que um funil de vendas contribui diretamente para tomadas de decisões em relação ao planejamento e à estrutura de aquisição de novos clientes de uma empresa.



O que é Funil de Vendas

Para que esse caminho seja percorrido de forma organizada e eficiente, é dever da empresa criar um funil capaz de eliminar o atrito existente entre lead/empresa. Por isso, ao planejar o seu funil, você deve dividi-lo em três etapas: topo, meio e fundo.

Seu papel nesse cenário é produzir conteúdos adequados para cada etapa do funil. Por exemplo, fornecer materiais gratuitos para transformar visitantes em leads, ou até mesmo fazer um lead avançar em sua jornada.

No próximo tópico, falaremos mais sobre as etapas do funil e como você pode se planejar para elas.



ETAPAS DO FUNIL

Agora que você já sabe o que é um funil de vendas, vamos falar sobre as suas etapas: topo, meio e fundo de funil. Essas etapas, como falamos, estão diretamente ligadas às fases da jornada de compra do cliente.

Você pode ter uma ideia melhor das etapas de um funil de vendas a partir do gráfico a seguir:



Para ajudar você a entender melhor as diferenciações de cada uma dessas etapas, vamos detalhá-las melhor na sequência.

Topo de Funil

A etapa de topo de funil é o momento onde o seu visitante irá se tornar um lead.

Essa é a etapa da consciência, pois até então, o seu visitante nem sabia que tinha determinado problema. Ao entrar em contato com o seu conteúdo, ele identifica uma falha e começa a buscar por meios de solucioná-la.

Vamos a um exemplo para você entender melhor...

Aqui no Brasil não há a disciplina de educação financeira na maioria das grades escolares. Logo, crescemos com esse *gap* na nossa formação. Mas, de qualquer forma, entramos na faculdade, trabalhamos, viajamos e casamos, tudo isso sem esse conhecimento profundo de educação financeira. Ou seja, na nossa cabeça, nós não temos esse problema.

No entanto, ao entrar em contato com um ebook intitulado “Noções Básicas de Educação Financeira”, você percebe que está investindo errado, que a poupança não é o melhor lugar para guardar dinheiro. Além disso, também percebe que, do jeito que está agora, terá problemas financeiros na sua aposentadoria.

Pronto, problema identificado! É natural que você comece a procurar mais coisas sobre educação financeira buscando mais conhecimento e, conseqüentemente, resolver essa demanda que você acabou de identificar.

Sabendo disso, você entende a importância de educar um lead no topo de funil? Esse é o momento que você ou a sua empresa deve se posicionar como autoridade no assunto.

Assim como em um funil tradicional, esse é o lugar onde há mais movimentação. Seja de visitantes, seja de material. A produção de conteúdo para topo de funil deve ser ininterrupta, pois na maioria das vezes, as pessoas entrarão em contato com a sua empresa através desses conteúdos.

Ao produzir conteúdos ricos como ebooks, ferramentas, webinars ou infográficos você estará fornecendo um material capaz de ajudar o seu visitante e, em troca, receberá os dados desse visitante, transformando-o em um lead. Agora você pode avançá-lo dentro do funil.

Meio de Funil

Na etapa de meio de funil, o seu visitante já identificou que tem um problema e, por isso, deixou de ser apenas um visitante. De alguma forma, ele já interagiu com algum conteúdo produzido por você, então tornou-se um lead.

Apesar de já ter entendido que tem um problema, nessa etapa a pessoa ainda não está querendo realizar uma compra. Esse é o momento de consideração da compra. Ou seja, o lead está avaliando várias opções no mercado e vendo qual se encaixa mais no seu problema e, principalmente, orçamento.

Lá no topo do funil você já se mostrou como uma autoridade para essa pessoa, lembra? Agora é a hora de você criar uma relação de confiança com ela.

Nesse momento, você precisa entender que ainda não é o momento de vender, ou seja, não atrole o processo e saia oferecendo produtos a essa altura do campeonato!

O lead já leu bastante sobre o assunto, já consumiu uma grande quantidade de materiais gratuitos e agora ele está considerando fazer uma compra para encerrar logo esse assunto e resolver o seu problema. **O seu objetivo aqui é ajudá-lo com dicas práticas e técnicas,** mesmo que no futuro ele venha a comprar o produto de outra empresa.



Fundo de Funil

Se a segunda etapa do funil de vendas é a consideração da compra, aqui no fundo do funil é o momento de decisão da compra. Ou seja, **agora sim você faz o seu nome e vende seu produto e/ou serviço!**

Determinada pessoa identificou que tem um problema, viu em você uma autoridade no assunto, começou a consumir seus conteúdos e, sozinha, chegou a conclusão que não consegue resolver aquele problema sozinha. Então, ela precisa comprar algo para ajudá-la a resolver tal situação.

É nessa etapa que surgem os MQLs (Marketing Qualified Leads), ou seja, pessoas que estão prontas para serem levadas até o time comercial, iniciar um processo de negociação e fechar o negócio. Ou ainda, se no caso o processo de venda ser no modelo self service, realizar uma compra diretamente.

Se você quiser saber um pouco mais sobre todas as etapas de um funil de vendas, **pode assistir a este vídeo aqui:** [O Segredo por trás dos Lançamentos Milionários](#)



Assista aqui: [O Segredo por trás dos Lançamentos Milionários](#)

FUNIL DE VENDAS FUNCIONANDO NA PRÁTICA

Você já entendeu todas as etapas, né?

Mas vamos mostrar agora um exemplo prático para que, de um vez por todas, você consiga fixar esse conhecimento na sua cabeça.

Vamos usar como exemplo um consultório odontológico, ok?

Infelizmente, você está sendo acometido pelo mau hálito. Isso é bem ruim. Então, ao procurar sobre causas do mau hálito, você encontra o Blog do Dentinho. Lá **no topo do funil**, você descobre que uma das causas do mau hálito é o tártaro.



Funil de vendas funcionando na prática

Problema identificado: você tem tártaro.

Então você se cadastra na lista de e-mails desse consultório para começar a receber dicas de como eliminar o tártaro, ou seja, você já se tornou um lead. Nesse momento, **estamos no meio de funil.**

Paralelamente a isso, você começa a procurar no site do Dentinho métodos e técnicas para eliminar o tártaro dos seus dentes, afinal, você quer acabar com o mau hálito. Mas vale lembrar que, nessa etapa, você está consumindo conteúdos de vários sites diferentes.

Após muitas pesquisas e tentativas, você percebe que não vai conseguir resolver esse problema sozinho. Você vai precisar fazer uma limpeza! **Chegamos ao fundo do funil!**



Funil de vendas funcionando na prática

É preciso, urgentemente, marcar uma consulta para fazer uma limpeza completa! Com certeza você vai lembrar do Consultório do Dentinho, não é mesmo? Aquele que te ajudou lá no início dessa ingrata jornada.

Para você, os problemas com tártaro estão chegando ao fim. Para o consultório, você se tornou um MQL e logo será passado para alguém da secretaria e, assim, poder marcar a consulta.

Viu como é fácil montar um funil de vendas eficiente?

Agora vem a parte legal: você percebeu que o nosso querido dentista Dentinho não escreveu aquele post no blog SÓ para você? Aquele conteúdo foi produzido em algum momento e, ao longo dos anos, serviu para educar o topo de funil, como eu disse lá no começo desse texto.

É possível que você tenha lido esse post às 3 horas da manhã de um domingo, enquanto o Doutor Dentinho dormia tranquilamente. A partir daquele momento, você estava inserido no funil de vendas do consultório dele sem que ele movesse um dedo.

Então, nesse contexto, uma questão será tratada no próximo tópico: **como criar um funil de vendas eficiente?**

Vamos juntos descobrir!



COMO CRIAR UM FUNIL DE VENDAS EFICIENTE?

Chegamos até aqui e você já sabe o que é um funil de vendas e viu como ele funciona na prática. Não é nenhum bicho de sete cabeças, não é mesmo? Agora, fazê-lo de forma eficiente pode ser uma tarefa um pouco mais complicada.

Mas estamos aqui para ajudar. Por isso, vamos mostrar um passo a passo bastante simples que vai fazer com que você entenda como criar funis que vendem e são eficientes de verdade. E, claro, que vai fazer com que você gere resultados mesmo dormindo.

Confira a seguir esses passos e veja como criar um funil de vendas ideal.



Defina sua persona

Esse é o primeiro passo. A origem de tudo. O marco que pode refletir em um funil que gere resultados de verdade ou seja um verdadeiro fracasso.

Lembrando sempre que [persona](#) e público-alvo são conceitos diferentes, apesar de complementares. Cuidado aqui que você pode se confundir e comprometer todo o seu funil.

Essa etapa é talvez a mais importante e também a mais menosprezada pelas pessoas. Por isso, **se você fizer o seu dever de casa e dedicar um bom tempo estudando a sua persona, seus hábitos, interesses, o seu funil tem grandes chance de ser muito mais assertivo que caso você não o fizesse da forma correta.** Você deve separar um tempo para fazer essa análise e depois um novo momento para desenhar essas personas.

É importante frisar aqui que um único negócio pode ter várias personas e conversar com todas elas ao mesmo tempo, mas é preciso definir muito bem quem são essas personas, pois você precisa saber para quem está vendendo.

Esse trabalho irá ajudar bastante no momento que você for definir a oferta, o copy, a distribuição de conteúdos, os CTAs, entre outros aspectos que você irá utilizar.

Isso porque tudo isso pode mudar radicalmente de acordo com a persona.

Na hora de criar uma persona, é importante levar em consideração certos fatores, como profissão, idade, sexo, região, faixa salarial, hobbies, estado civil, desejos, medos, etc. Percebe como a criação de persona é algo muito mais completo que público-alvo?

E você? Já definiu a sua persona? Se sim, ótimo. Você está no caminho certo. Se não, reserve um momento para fazer isso antes de avançar na leitura, ok?



Crie ofertas para essa persona

Agora que você já definiu para quem você vai vender, é preciso **começar a criar conteúdos e ofertas para essas pessoas**. Nada mais justo, não? Só assim você irá conseguir de fato impactar e chamar atenção do seu público. Como falamos, tudo isso varia de acordo a persona. Lembre-se disso sempre.

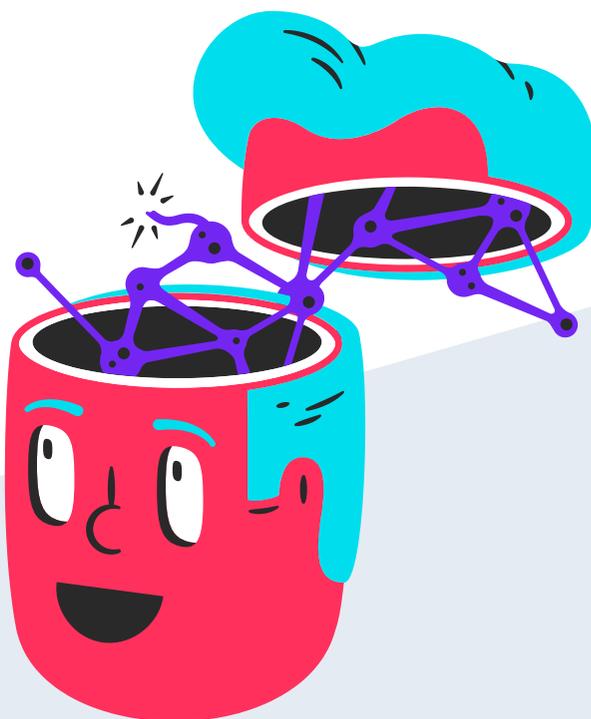
Pois bem, a lógica de um funil de vendas é basicamente essa: um usuário acessa o seu site, faz uma conversão, tornando-se um lead, depois vira uma oportunidade até chegar ao fundo do funil e se tornar um cliente.

De maneira prática, você precisa fazer com que esse usuário entre de alguma forma no seu funil. Você precisa que ele faça uma conversão para entrar na sua lista.

Por isso a importância da criação de ofertas baseadas nas personas do seu negócio digital. Tendo tudo isso muito bem definido, será mais fácil criar conteúdos que irão de fato impactar essas pessoas.

Antes de querer vender algo, é preciso agregar valor!

Então ofereça webinars, ebooks, infográficos e templates de forma gratuita, em troca de nome e e-mail do visitante, ou quaisquer informações que você queira coletar.



Crie fluxos de e-mails automatizados

Muito bem! Você chegou até aqui entendendo bem quem é a sua persona e já definiu as ofertas que irá usar para impactá-las da melhor forma possível. Se o seu funil já estiver no ar, provavelmente você já deve estar gerando seus primeiros leads.

E agora? Agora, já com o lead em sua base de e-mails, o foco no momento é fazer com que ele avance no funil. Mas como fazer isso de maneira escalável? **Através de fluxos de e-mails automatizados.**

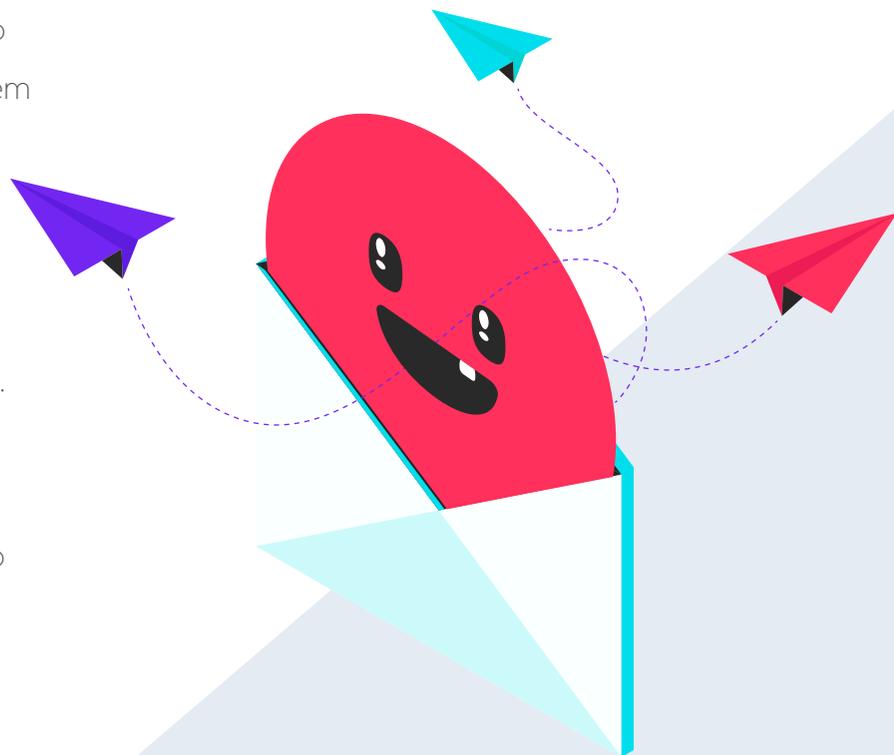
A automação de e-mails é essencial para um funil bem construído. Isso porque, além de agilizar e escalar o trabalho, diminui consideravelmente o CAC - Custo de Aquisição de Clientes. Afinal, com um fluxo de e-mails bem feito, os leads permanecem sempre aquecidos e com maior potencial de tornarem-se clientes no futuro.

Os fluxos podem conter conteúdos ricos, newsletters, atualizações, além de ofertas. Essa é uma forma de manter a sua base de leads sempre em contato com o seu negócio, mesmo que não seja oferecendo produtos, diretamente.

Mais uma vez voltamos para a questão de realizar vendas enquanto dorme. Se você pensar que uma automação de e-mails faz com que o seu negócio fique disponível 24 horas por dia, 7 dias por semana, você pode sim faturar dormindo.

Se um usuário converte em uma das suas landing pages, ele recebe imediatamente o conteúdo relacionado, sem demandar nenhum esforço manual.

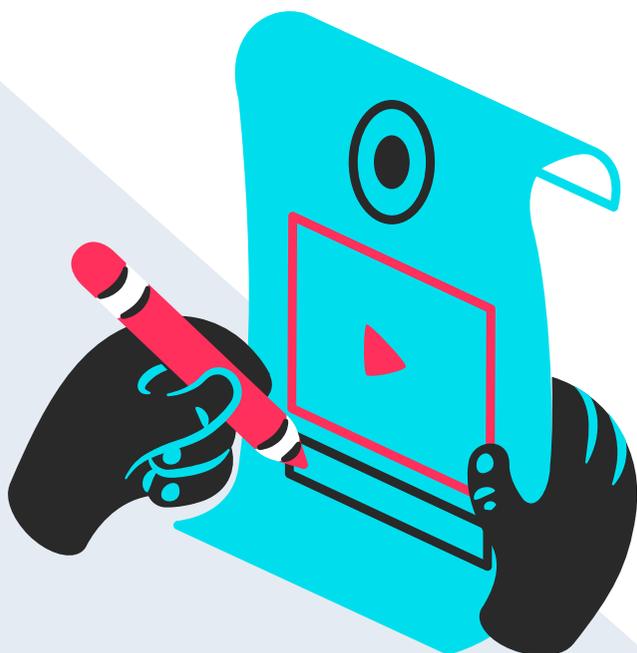
Seria um sonho? Certamente não, mas uma realidade cada vez mais próxima pra você que está buscando o jeito certo de criar um funil de vendas eficiente.



Produza conteúdos relevantes

Você precisa de conteúdos relevantes por dois motivos: primeiro para que as pessoas entrem no seu funil. Em segundo, a parte mais complicada, fazer com que elas permaneçam na sua estrutura até o momento da compra. Esses conteúdos podem ser produzidos através das redes sociais, e-mail marketing, newsletters, blogs, etc.

Uma dica importante é que os conteúdos que são feitos para vendas, devem levar o lead para um único lugar: a sua oferta. **Mas não se esqueça da proporção de 95% de conteúdo educativo e apenas 5% de conteúdos voltados para vendas, ok?**



Essa proporção é importante, pois as pessoas não aguentam mais serem importunadas por propagandas invasivas. Lembre-se que, nas duas primeiras etapas do funil, a sua maior missão é informar e educar, a parte de vender fica só para o fundo de funil.

Uma dica muito importante aqui é reforçar a importância de conteúdos relevantes. Não são quaisquer conteúdos.

São conteúdos que de fato agregam valor aos seus leads e que o ajudarão a resolver de forma clara e precisa determinado problema.

Como diz aquela velha máxima do mercado, conteúdo é rei. Produza, de fato, conteúdos ricos e que agreguem valor ao seu público que você terá muito mais chances de tê-los como clientes no futuro.

Crie Landing Pages que convertem de verdade

Chegou o grande momento! O seu lead passou por todas as etapas do seu funil de vendas e chegou a conclusão que você é a pessoa certa para ajudá-lo. Que maravilha! Então, ele vai até a sua página de compra e... meu Deus do céu, que coisa horrível!

Palavras erradas, contraste ruins de cores, um monte de informações que não dizem nada, textos quebrados, imagens retiradas de bancos gratuitos, enfim, uma verdadeira bagunça. Você, no lugar desse lead, confiaria nessa empresa?

A sua Landing Page é o lugar perfeito para escrever uma boa copy, deixar a oferta bem clara e ter um bom suporte para eventuais **dúvidas**. Além, é claro, de um produto de qualidade que tenha o poder de se vender.

Criar uma Landing Page de qualidade e que converta de verdade é fundamental para o sucesso do seu funil e das suas vendas.

Por isso, fique bastante atento com a solução escolhida para disponibilizar a sua LP para seus leads. Isso fará toda a diferença no sucesso da sua estratégia.



Veja também: [Funil de Vendas para Negócios Digitais](#)

FUNIL DE VENDAS E JORNADA DE COMPRA

Talvez você já tenha ouvido falar sobre Jornada de Compra. O seu conceito é normalmente atrelado a definição de funil de vendas, visto que ambos caminham lado a lado.

Uma jornada de compras é, basicamente, o caminho que uma pessoa percorre desde o momento que ela tem conhecimento de um determinado produto, serviço ou empresa, até o momento de compra.

Cada persona em especial do seu negócio possui uma jornada de compra distinta e a sua tarefa aqui é conversar com todas elas da forma mais singular possível.

Normalmente, a jornada de compra se divide em quatro etapas muito bem definidas:

- 1. Descoberta;**
- 2. Reconhecimento do problema;**
- 3. Consideração da Solução;**
- 4. Decisão de Compra.**

Funil de vendas e jornada de compra

Só com esses termos você já percebeu a relação com o funil de vendas, não é mesmo? São os mesmos pontos abordados em ambos os casos. Veja melhor no gráfico a seguir:



Coincidência?

Nem um pouco. E para mostrarmos isso da forma mais clara possível, vamos tratar com mais um exemplo prático.

Exemplo Prático: Funil de Vendas e Jornada de Compras

Você é convidado para um casamento que acontecerá daqui 6 meses. Eba! Comida de graça, todo mundo gosta. Em um primeiro momento, você para e pensa “não sei se tenho a roupa adequada para este evento”, mas segue a sua vida. Aqui começou o aprendizado e a **descoberta do problema**.

Com o passar dos meses você vai percebendo que, realmente, não tem a roupa que precisa para o casamento. Ou seja, você começa a fase de **reconhecimento do problema**.

Essas duas primeiras etapas, descoberta e reconhecimento, estão no topo do funil.

Agora que você identificou o problema, vai começar a **considerar uma solução**. Será que é melhor alugar ou comprar uma roupa para o casamento? Quantas lojas na sua cidade fazem isso? É possível comprar online? Esse amigo que vai casar é tão amigo assim? Brincadeira.

Ok, você não tem roupa, não gostou das roupas que estão para alugar e decidiu comprar. Simples: você vai até o shopping mais próximo, visita duas ou três lojas e compra a roupa para o casamento.

Chegamos ao fundo do funil.

Esse foi um exemplo simples, do nosso dia a dia. Ao longo da nossa vida passamos por esse tipo de decisão várias vezes. No entanto, muitas vezes essa jornada de compra pode ser tortuosa.

Se você nunca viajou para os Estados Unidos e não é fluente na língua, a jornada de compra para passar férias na Disney pode ser um pouco mais complexa que escolher uma roupa para o casamento do seu amigo.

Mais uma vez reiteramos aqui a importância de um funil de vendas bem estruturado, pois quanto mais conteúdo, mais dicas, técnicas e ajudas você oferecer, **maiores as chances da pessoa se tornar um comprador**.



FUNIL DE VENDAS É PARA VOCÊ?

Se você chegou até aqui e ainda está com dúvidas a respeito de que criar um funil de vendas é ou não pra você, temos uma coisa pra te dizer: fique tranquilo. É normal as pessoas terem dúvidas sobre o assunto, afinal, criar um funil de vendas eficiente não é tarefas das mais fáceis.

No entanto, podemos afirmar categoricamente que **sim, você precisa de um funil de vendas!** Isso, claro, se você estiver disposto a ganhar dinheiro com seu produto ou negócio digital.

Existem algumas coisas dentro do empreendedorismo digital que são fundamentais como, por exemplo, mapear de onde estão vindo os seus leads. Você precisa saber qual canal está performando melhor e, ao identificar uma falha, corrigi-la o mais rápido possível.

Um funil de vendas bem estruturado oferece várias vantagens, como **previsibilidade de resultados, maior produtividade, economia de energia, otimização de gestão, controle de tráfego e muito mais.** Você, realmente, acredita que o seu negócio irá prosperar sem esses elementos? Pode acontecer, mas o esforço certamente será muito maior.

Então, até mesmo para servir como reforço...

sim, você precisa de um funil de vendas no seu negócio.

E como estamos chegando ao final deste material, não vamos te deixar na mão. No próximo tópico, você terá acesso às principais ferramentas que você irá precisar ter para tornar o seu funil de vendas uma realidade o mais breve possível. **Vamos juntos!**



FERRAMENTAS DE FUNIL DE VENDAS

Chegamos ao último tópico deste material e esperamos que você tenha conseguido compreender toda a importância de um funil de vendas eficiente para o seu negócio. Imagino que já esteja craque no assunto, certo?

Então, chegou a hora de colocar a mão na massa. Nesse sentido, quais seriam as ferramentas necessárias para se criar um funil que venda de verdade?

Lembra quando falamos lá no começo do material que você iria vender enquanto dorme?

Pois bem, imagine que, justamente enquanto você dormia, um lead converte no seu funil e pede para receber um ebook gratuito. Obviamente, esse lead vai querer receber o material na hora, né? Mas se você está dormindo...

É aí que entram as diversas ferramentas que você precisará usar para criar um funil de vendas de impacto!

Ferramentas de Funil de Vendas

Primeiro, um dispositivo para criar Landing Pages para você poder gerar ofertas para a sua audiência.

Quando um visitante converte em algum material seu, ele torna-se um lead. Lembra? Mas para onde vão todos esses leads? É isso aí, você também precisa de uma plataforma capaz de criar a sua lista de leads de forma que você consiga se comunicar com eles.

Você também vai precisar de uma ferramenta capaz de automatizar os seus processos, ou seja, enviar materiais e disparar e-mails sem que você tenha que colocar a mão na massa a cada novo lead. É tanta coisa que chegar dar um cansaço de ler tudo, né?

Apenas para você não se perder, segue a lista de ferramentas necessárias para criar um funil de vendas completo:

1. Ferramenta para criar landing pages;
2. Ferramenta para disparar e-mails e hospedar sua base;
3. Ferramenta de automação de marketing.

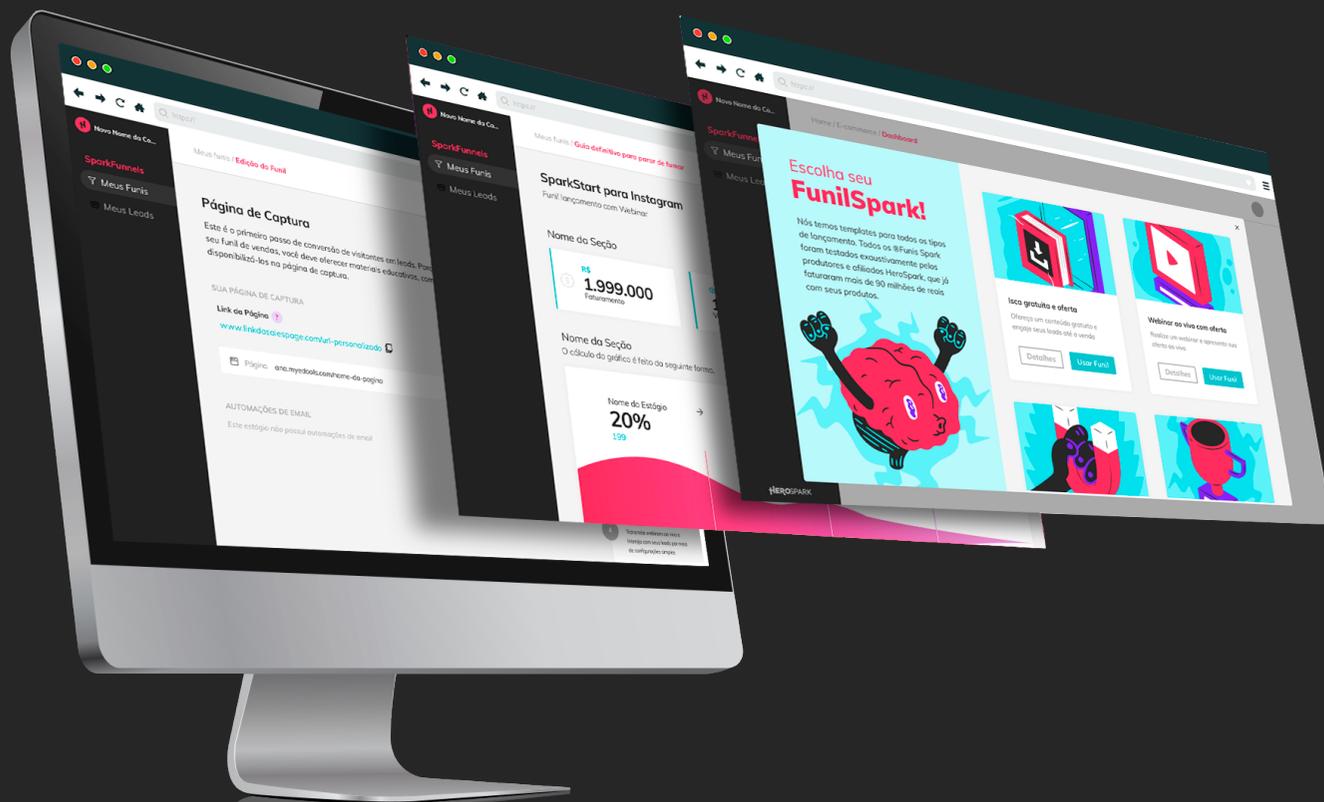
Agora parece que ficou complexo, não é mesmo? E se não precisar ser assim?

Pois bem, existe uma única ferramenta que é capaz de concentrar tudo isso o que foi falado em apenas um lugar, você sabia?

Além disso, usando essa ferramenta, você pode construir um funil de vendas eficiente sem precisar de um programador, designer ou agência de marketing. Melhor ainda: vai poder fazer isso em pouquíssimos minutos. E gratuitamente!



Essa ferramenta é o **SPARKFUNNELS**



O SparkFunnel é a ferramenta de funil de vendas da HeroSpark.

Com ela, você consegue criar seu funil a partir de templates pré prontos de landing pages e emails e distribuir suas ofertas e produtos para sua audiência gratuitamente.

Clique no botão a seguir para conhecer mais sobre a ferramenta.

[Quero saber mais sobre o SparkFunnel](#)

SPARKFUNNELS

Se preferir, você pode assistir ao vídeo abaixo onde ensinamos na prática a **criar o seu funil de vendas em menos de 20 minutos com o SparkFunnels**. É garantido!



Assista aqui: [SparkFunnels: a ferramenta de funil de vendas da HeroSpark](#)

CON CLU SÃO

E aí, está pronto para criar o seu próprio funil de vendas e impactar a vida de milhares de pessoas?

Esperamos que este material tenha sido muito proveitoso e que você consiga de fato criar um funil que impacte pessoas de verdade e que realize muitas vendas para o seu negócio.

Conhecer todos os aspectos que fazem um funil de vendas um sucesso é essencial para que você consiga se aproveitar de todos os benefícios que o mesmo pode proporcionar. E, a partir dessa leitura, você tem todos os insumos para colocá-los em prática.

Agora a bola está contigo. Desejamos muito sucesso e que você coloque os ensinamentos deste material em prática o mais breve possível.

Até a próxima e boas vendas!

SOBRE A HEROSPARK

A HeroSpark é uma solução para empreendedores digitais que utiliza o talento de seus clientes como matéria-prima para construir um business online. A empresa nasceu da fusão entre Edools e EADBOX, startups que até então eram referência na área de edtech - e concorrentes.

Elencada entre uma das 10 melhores startups do Paraná, a HeroSpark já conta com mais de 1.600 clientes, mais de 6 milhões de alunos e está presente em mais de 20 países, se tornando líder de mercado na América Latina.

Somos referência em empreendedorismo digital!

+1.600
clientes

+120 Mil
cursos online

7 milhões
de pessoas impactadas

20 países
onde estamos presentes

Conheça a HeroSpark

HEROSPARK

Made by Heroes at
HEROSPARK