Captação de Leads

Capture leads por formulário ou link de WhatsApp com rastreio de origem.

- Criar um formulário de captação
- Gerar um link direto de contato (Clique direto para WhatsApp)
- Rastrear a origem dos leads por UTM
- Consultar as conversões do formulário
- Instalar o formulário no seu site (widget)
- Redirecionar o lead para sua página após o envio

Criar um formulário de captação

Crie uma página de formulário para captar leads na internet e transformar cada envio em um contato e uma negociação no seu CRM, já com a origem do lead registrada.

> Este recurso faz parte do módulo **Captação de Leads**. Se ele não aparecer na sua conta, fale com o administrador para ativá-lo. Veja Planos e módulos.

Objetivo

Montar um formulário do tipo **Formulário** que cria contato e negociação no CRM a cada envio.

Pré-requisitos

- Perfil **Administrador** ou **Supervisor** (apenas eles gerenciam a captação)
- Módulo **Captação de Leads** ativo
- Um **funil** criado no CRM para receber os leads (veja Criar um funil de vendas)
- Acesse pelo computador: esta tela não está disponível no celular

Tempo estimado

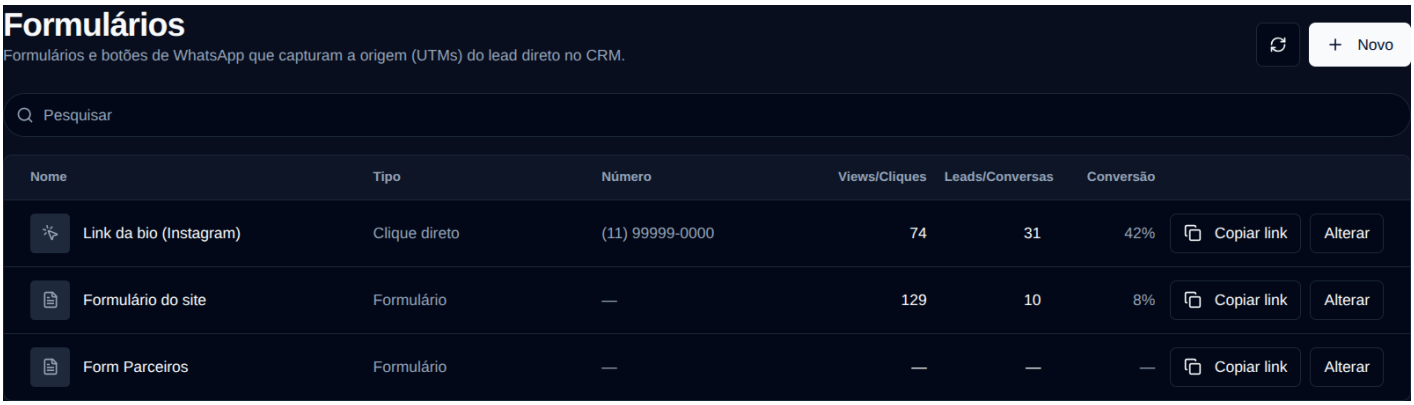
8 minutos.

Caminho de acesso

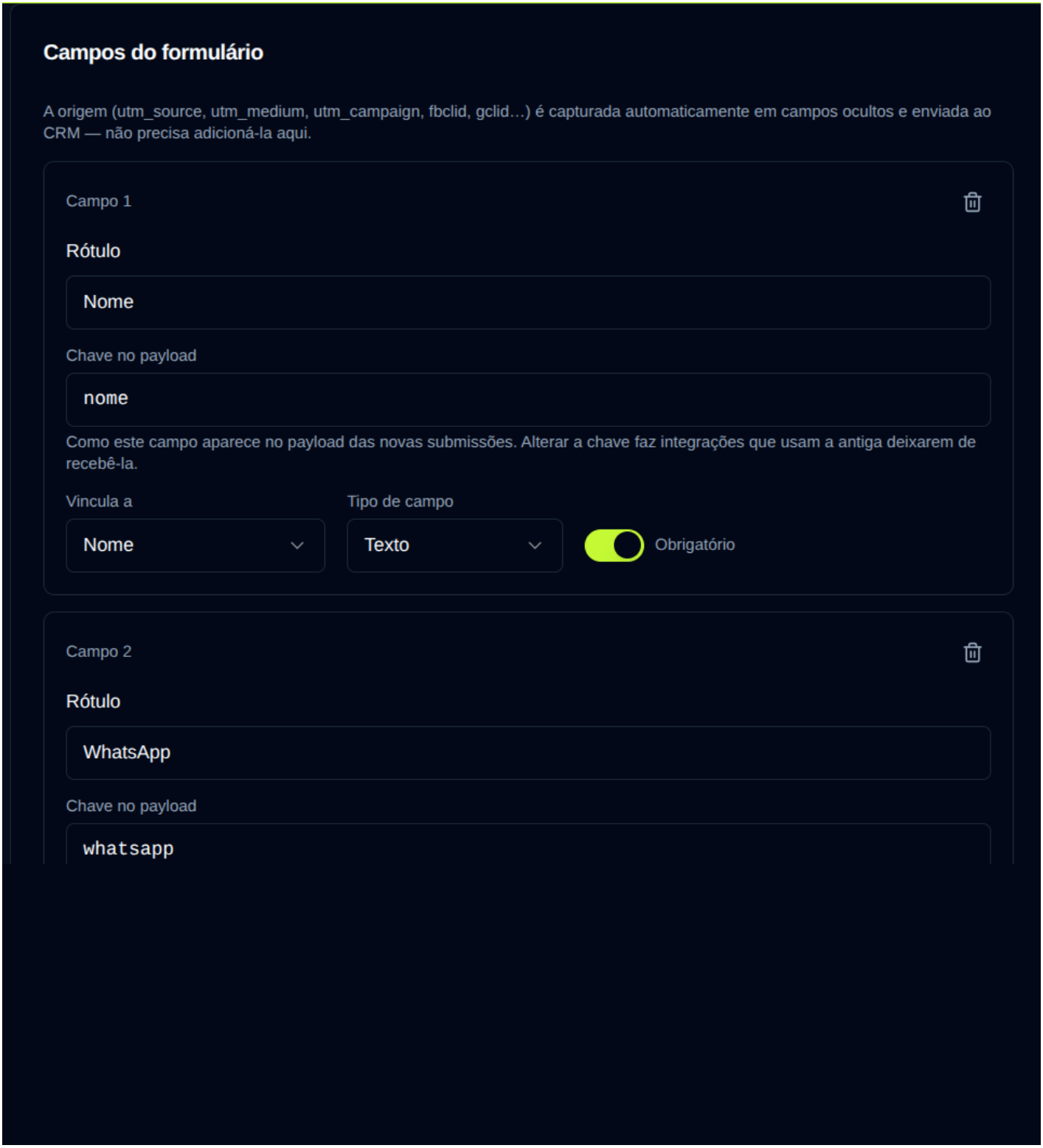
Marketing → Captação

Passo a passo

1. Na tela **Captação**, clique em **Novo**. Abre a tela **Nova captação**.



2. No bloco **Tipo**, escolha **Formulário** (Página com campos. Cria contato + card no CRM com a origem do lead).
3. Preencha o **Nome interno** (ex.: `Campanha Google Ads - Junho`). Ele só aparece para a sua equipe, nunca para o lead.
4. Em **Marca exibida (no formulário)**, informe o nome que o visitante verá no topo da página. Se deixar em branco, é usado o nome da empresa.
5. No bloco **Campos do formulário**, ajuste cada campo:
   - **Rótulo**: o texto que o lead lê (ex.: `Seu nome`).
   - **Chave no payload**: o nome desse campo nos dados de cada submissão, usado por integrações. É gerada automaticamente a partir do **Rótulo**; você pode informar a sua. Alterar a chave depois de publicado faz integrações que usavam a antiga deixarem de recebê-la.
   - **Vincula a**: a que dado o campo corresponde: **Nome**, **Telefone (WhatsApp)**, **E-mail**, **Empresa** ou **Personalizado**. Em **Empresa**, o que o lead escrever vira uma empresa do seu CRM: se já existir uma com aquele nome, ela é reaproveitada; se não, é criada na hora e fica vinculada à negociação e ao contato.
   - **Tipo de campo**: **Texto**, **E-mail**, **Telefone**, **Área de texto** ou **Seleção** (a Seleção mostra **Opções (uma por linha)**).
   - **Obrigatório**: ative para exigir o preenchimento. Use **Adicionar campo** para incluir mais e o ícone de lixeira para remover.



6. No bloco **Ação após enviar**, escolha entre três opções: **Mostrar agradecimento** (exibe uma mensagem de obrigado), **Ir pro WhatsApp** (redireciona o lead ao WhatsApp após enviar) ou **Redirecionar para uma página** (leva o lead a uma página sua depois do envio, veja Redirecionar o lead para sua página após o envio). No agradecimento, escreva a **Mensagem de agradecimento**.
7. No bloco **Destino do lead no CRM**, escolha o **Funil** e a **Etapa** onde a negociação nasce. Em branco, entra na primeira etapa do funil. Ajuste o **Título do card** se quiser: use `{{name}}`, `{{phone}}` e, quando o formulário tiver um campo vinculado a Empresa,

`{{company}}`.

8. Clique em **Salvar**. Depois, copie o endereço da página no campo do topo com **Copiar**.
9. Quer usar o formulário sem sair do seu site? No bloco **Instalar no seu site**, escolha o modo **Botão flutuante** ou **Incorporado na página**, copie o código de instalação e cole no seu site: veja o passo a passo em Instalar o formulário no seu site (widget). Se quiser restringir em quais domínios o formulário aparece, preencha **Domínios autorizados (opcional)**, no mesmo bloco.

Resultado esperado

Aparece "Criado com sucesso" e a captação passa a constar na lista **Captação**, com o tipo **Formulário**. O link público começa por `/f/`. A cada envio, um contato e uma negociação surgem no funil escolhido, já com a origem do lead.

Erros comuns

- **Sintoma:** aparece "Seu plano permite N formulários ativos, e você já tem N. Desative um formulário ou troque de plano.". **Solução:** o seu plano limita quantos formulários ficam ativos ao mesmo tempo; o topo da tela **Formulários** mostra o uso. Desative um formulário que não usa mais e tente de novo. Veja Quantos usuários e canais meu plano permite?.
- **Sintoma:** aparece "Escolha o funil de destino do lead". **Solução:** selecione um **Funil** no bloco **Destino do lead no CRM**.
- **Sintoma:** aparece "Dê um texto a todos os campos". **Solução:** todo campo precisa de **Rótulo**; preencha ou remova os vazios.
- **Sintoma:** ao usar **Ir pro WhatsApp**, aparece "Para redirecionar ao WhatsApp, inclua um campo de telefone". **Solução:** garanta um campo com **Vincula a: Telefone (WhatsApp)** e escolha o canal.

Artigos relacionados

- Gerar um link direto de contato (Clique direto para WhatsApp)
- Rastrear a origem dos leads por UTM
- Consultar as conversões do formulário
- Criar um funil de vendas
- Instalar o formulário no seu site (widget)

- Redirecionar o lead para sua página após o envio

Gerar um link direto de contato (Clique direto para WhatsApp)

Gere um link que leva o lead direto para uma conversa no seu WhatsApp, com a mensagem já pronta e a origem do lead ligada à primeira mensagem.

> Este recurso faz parte do módulo **Captação de Leads**. Se ele não aparecer na sua conta, fale com o administrador para ativá-lo. Veja Planos e módulos.

Objetivo

Criar uma captação do tipo **Clique direto** que abre o WhatsApp com uma mensagem pré-preenchida.

Pré-requisitos

- Perfil **Administrador** ou **Supervisor** (apenas eles gerenciam a captação)
- Módulo **Captação de Leads** ativo
- Um canal de WhatsApp conectado (veja Conectar WhatsApp via QR Code)
- Acesse pelo computador: esta tela não está disponível no celular

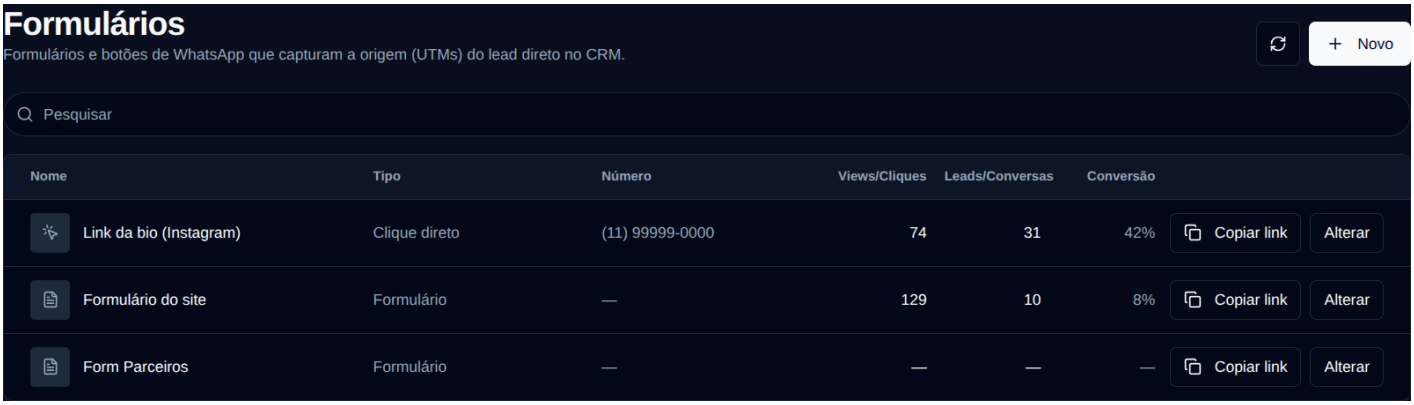
Tempo estimado

5 minutos.

Caminho de acesso

Passo a passo

1. Na tela **Captação**, clique em **Novo**. Abre a tela **Nova captação**.



2. No bloco **Tipo**, escolha **Clique direto** (Vai direto pro WhatsApp; a origem (UTM) chega na 1ª mensagem).
3. Preencha o **Nome interno** (ex.: `Bio do Instagram`). Ele é só para a sua equipe.
4. Em **Marca exibida**, informe o nome que aparece ao lead, se quiser. Em branco, é usado o nome da empresa.
5. No bloco **WhatsApp**, abra **Canal de WhatsApp (número que recebe)** e selecione o número que vai receber as conversas.
6. Em **Mensagem pré-preenchida no WhatsApp**, escreva o texto que já vem digitado para o lead (ex.: `Olá! Vim pelo link e gostaria de mais informações.`). Você pode inserir `{{ref}}` para posicionar o código de rastreio; se omitir, ele é anexado ao fim automaticamente. É esse código que liga a primeira mensagem à origem do lead.



7. Mantenha o **Ativo** ligado e clique em **Salvar**.
8. No campo do topo, clique em **Copiar** para copiar o endereço e divulgá-lo. Na lista **Captação**, o botão **Copiar link** faz o mesmo.

Resultado esperado

Aparece "Criado com sucesso" e a captação consta na lista **Captação** com o tipo **Clique direto**. O link público começa por `/w/`. Ao abri-lo, o lead cai no WhatsApp do número escolhido com a mensagem já pronta. A cada clique, o número em **Views/Cliques** da linha aumenta.

Erros comuns

- **Sintoma:** aparece "Escolha o canal de WhatsApp de destino". **Solução:** selecione um número em **Canal de WhatsApp (número que recebe)**.
- **Sintoma:** aviso "Este canal não tem número conectado: o link do WhatsApp pode não funcionar." **Solução:** escolha um canal com número ativo ou reconecte o canal (veja Reconectar um canal que caiu ou trocar de número).
- **Sintoma:** a origem não chega na conversa. **Solução:** confira se o `{{ref}}` continua na mensagem, ou deixe o campo sem ele para o código ser anexado sozinho.

Artigos relacionados

- Criar um formulário de captação
- Rastrear a origem dos leads por UTM
- Consultar as conversões do formulário
- Conectar WhatsApp via QR Code

Rastrear a origem dos leads por UTM

Descubra de qual anúncio, post ou canal cada lead veio adicionando parâmetros UTM aos seus links de captação: a origem viaja junto com o lead até o CRM.

> Este recurso faz parte do módulo **Captação de Leads**. Se ele não aparecer na sua conta, fale com o administrador para ativá-lo. Veja Planos e módulos.

Objetivo

Marcar seus links de captação com UTM para saber a origem de cada lead.

Pré-requisitos

- Perfil **Administrador** ou **Supervisor**
- Módulo **Captação de Leads** ativo
- Uma captação já criada (veja Criar um formulário de captação ou Gerar um link direto de contato (Clique direto para WhatsApp))

Tempo estimado

5 minutos.

Caminho de acesso

Marketing → Captação

O que são UTMs

UTMs são pedaços de texto que você adiciona ao fim do endereço do link para identificar de onde veio o clique. Os mais usados são:

- **utm_source**: a fonte (ex.: `google`, `instagram`, `newsletter`).
- **utm_medium**: o meio (ex.: `cpc`, `bio`, `email`).
- **utm_campaign**: o nome da campanha (ex.: `promo_junho`).

O AtendeBot também reconhece os identificadores de anúncio **fbclid** (Meta) e **gclid** (Google), capturados sozinhos quando o clique vem desses anúncios.

Passo a passo

1. Na tela **Captação**, copie o endereço da sua captação com **Copiar link**.
2. Acrescente as UTMs ao fim do endereço. Comece com `?` e separe cada uma com `&`. Exemplo: `https://seu-dominio/f/seu-formulario?utm_source=instagram&utm_medium=bio&utm_campaign=promo_junho`
3. Use um endereço diferente por origem: um para o Instagram, outro para o Google Ads, outro para a newsletter. Assim cada canal fica separado no relatório.
4. Divulgue cada endereço no lugar certo e pronto: não há nada a configurar na tela.



Como a origem chega ao CRM

- **Formulário:** a origem (utm_source, utm_medium, utm_campaign, fbclid, gclid...) é capturada automaticamente em campos ocultos e enviada junto com a negociação ao CRM. Você não precisa adicioná-la como campo do formulário.
- **Formulário instalado no seu site (widget):** a captura continua automática, mas as UTMs consideradas são as da página do seu site onde o widget está, não as do endereço hospedado pelo AtendeBot. Veja Instalar o formulário no seu site (widget).
- **Clique direto:** a origem viaja no código de rastreio da mensagem (o `{{ref}}` da **Mensagem pré-preenchida no WhatsApp**) e chega na primeira mensagem da conversa.

Resultado esperado

Cada lead que chega pelo link marcado carrega sua origem. Os leads de formulário viram negociações no funil escolhido com esses dados; os de clique direto trazem a origem na primeira mensagem do WhatsApp.

Erros comuns

- **Sintoma:** as UTMs somem ou o link quebra. **Solução:** use `?` só uma vez, logo após o endereço, e `&` entre cada parâmetro; não deixe espaços.
- **Sintoma:** dois canais aparecem misturados. **Solução:** gere um endereço com UTMs próprias para cada canal, em vez de reaproveitar o mesmo.

Artigos relacionados

- Criar um formulário de captação
- Gerar um link direto de contato (Clique direto para WhatsApp)
- Consultar as conversões do formulário
- Instalar o formulário no seu site (widget)

Consultar as conversões do formulário

Acompanhe quantos leads cada formulário e cada link já trouxeram e onde eles caíram no seu CRM.

> Este recurso faz parte do módulo **Captação de Leads**. Se ele não aparecer na sua conta, fale com o administrador para ativá-lo. Veja Planos e módulos.

Objetivo

Ver o número de leads de cada captação e localizar as negociações que elas geraram.

Pré-requisitos

- Perfil **Administrador** ou **Supervisor**
- Módulo **Captação de Leads** ativo
- Acesse pelo computador: esta tela não está disponível no celular

Tempo estimado

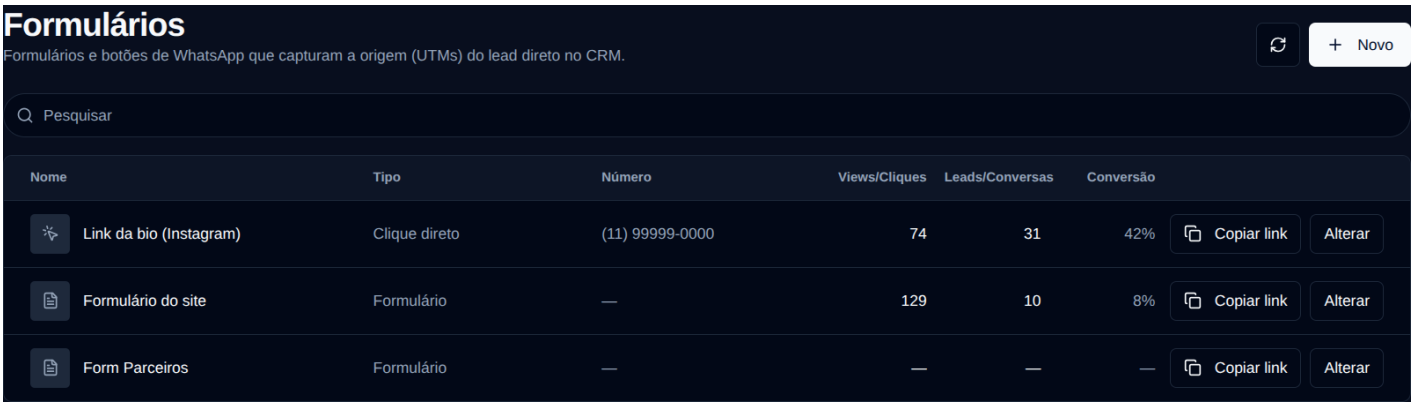
3 minutos.

Caminho de acesso

Marketing → Captação

Passo a passo

1. Abra **Marketing → Captação**. A lista mostra cada captação com as colunas **Nome**, **Tipo**, **Número**, **Views/Cliques**, **Leads/Conversas** e **Conversão**.
2. Leia as colunas de números. Para uma captação do tipo **Formulário**: **Views/Cliques** mostra quantas vezes a página do formulário foi aberta, e **Leads/Conversas** conta os envios recebidos. Para **Clique direto**: **Views/Cliques** mostra os cliques no link, e **Leads/Conversas** conta as conversas que ele gerou no WhatsApp. A coluna **Conversão** mostra o percentual de **Leads/Conversas** sobre **Views/Cliques** (leads ÷ views, ou conversas ÷ cliques) e exibe um traço quando ainda não há base para calcular (nenhuma view ou clique registrado ainda).



3. Clique no ícone de atualizar (**Atualizar**), no topo, para trazer os números mais recentes.
4. Use o campo **Pesquisar** para filtrar por nome quando tiver muitas captações.
5. Para ver os leads em si de um formulário, vá ao **funil** de destino em **CRM → Kanban**: cada envio virou uma negociação, com a origem do lead registrada. Abra um card para conferir os detalhes (veja Abrir o detalhe da negociação (histórico, tarefas, produtos)).

Resultado esperado

Você vê, de relance, quais captações trazem mais leads e quais não convertem. As negociações geradas pelos formulários aparecem no funil escolhido, prontas para o time trabalhar.

Erros comuns

- **Sintoma:** a coluna **Leads/Conversas** mostra um traço mesmo depois de divulgar o link. **Solução:** confirme que a captação está **Ativa** e que o link divulgado é o mesmo da lista; clique em **Atualizar** para recarregar.

- **Sintoma:** os leads não aparecem no funil. **Solução:** abra a captação e verifique o **Funil** e a **Etapa** em **Destino do lead no CRM**: é lá que as negociações caem.
- **Sintoma:** a tela mostra "Acesso restrito". **Solução:** apenas Administradores e Supervisores gerenciam a captação; peça o perfil ao administrador.

Artigos relacionados

- Criar um formulário de captação
- Rastrear a origem dos leads por UTM
- Abrir o detalhe da negociação (histórico, tarefas, produtos)
- Ver total de vendas e valor por funil

Instalar o formulário no seu site (widget)

Instale o formulário de captação no seu próprio site (como um botão de chat flutuante ou incorporado numa seção da página) para captar leads sem levar o visitante para outro endereço.

> Este recurso faz parte do módulo **Captação de Leads**. Se ele não aparecer na sua conta, fale com o administrador para ativá-lo. Veja Planos e módulos.

Objetivo

Gerar o código de instalação de um formulário de captação e colá-lo no seu site, no modo Botão flutuante ou Incorporado na página.

Pré-requisitos

- Perfil **Administrador** ou **Supervisor** (apenas eles gerenciam a captação)
- Módulo **Captação de Leads** ativo
- Um formulário de captação já criado e salvo pelo menos uma vez (veja Criar um formulário de captação)
- Acesso ao editor do seu site (WordPress, Wix, Loja Integrada) ou ao Google Tag Manager, para colar o código
- Acesse pelo computador: esta tela não está disponível no celular

Tempo estimado

10 minutos.

Caminho de acesso

Marketing → Captação → abra um formulário existente (ou crie um) → bloco **Instalar no seu site**

Passo a passo

1. Abra **Marketing → Captação** e clique em um formulário do tipo **Formulário** para editá-lo (ou crie um novo, veja Criar um formulário de captação, e clique em **Salvar** pelo menos uma vez). O código de instalação só existe depois do primeiro salvamento, porque depende do endereço público do formulário.
2. Role até o bloco **Instalar no seu site**.



3. Escolha o modo:
   - **Botão flutuante**: Um botão de chat no canto do site que abre o formulário.
   - **Incorporado na página**: O formulário aparece dentro de uma seção do seu site.
4. No modo **Botão flutuante**, ajuste a **Cor do botão** e a **Posição** (**Direita** ou **Esquerda**).
5. Clique em **Copiar código**, logo abaixo do **Código de instalação**. Se aparecer a mensagem "Salve o formulário para gerar o código de instalação." no lugar do código, clique em **Salvar** no topo da tela primeiro.
6. Cole o código copiado no seu site, no lugar certo para cada plataforma:

- **WordPress**: Adicione um bloco **HTML personalizado** na página (ou no rodapé, se o tema tiver essa opção) e cole a tag `<script>` inteira.
- **Wix**: Adicione um elemento **Incorporar código** (Código personalizado / HTML iframe) e cole o snippet no campo de código.
- **Loja Integrada**: Acesse **HTML/Rodapé personalizado** nas configurações da loja e cole o snippet lá, para que carregue em todas as páginas.
- **Google Tag Manager**: Crie uma tag do tipo **HTML personalizado**, cole o snippet, defina o acionador **All Pages** e publique o container. Vantagem: como a tag fica no container do GTM, fora do template do site, trocar de tema ou um desenvolvedor mexer no HTML do site não remove o widget.

7. No modo **Incorporado na página**, garanta que existe um elemento com o id `captacao` na mesma página onde o código foi colado (ex.: `<div id="captacao"></div>`): é ali que o formulário aparece. Sem ele, o formulário aparece logo depois do próprio código.
8. Publique a página ou o container no seu site.



As UTMs continuam sendo capturadas

Se a página do seu site já recebe cliques com parâmetros UTM (`utm_source`, `utm_medium`, `utm_campaign`) ou os identificadores `fbclid`/`gclid`, eles continuam sendo capturados automaticamente pelo widget e enviados junto com o lead ao CRM: não é preciso configurar nada a mais. Veja Rastrear a origem dos leads por UTM.

Resultado esperado

O botão flutuante ou o formulário incorporado aparece no site, pronto para captar leads sem sair da página. A cada envio, um contato e uma negociação surgem no funil escolhido, exatamente como no formulário hospedado (veja Criar um formulário de captação).

Erros comuns

- **Sintoma:** o widget não aparece no site. **Solução:** confira se um bloqueador de anúncios do navegador não está impedindo o carregamento do script; confirme que colou a tag `<script>` inteira, do jeito que foi copiada; e verifique se o formulário está **Ativo**: um formulário inativo carrega o widget, mas ele mostra "Formulário indisponível".
- **Sintoma:** "Formulário indisponível" aparece dentro do widget. **Solução:** confirme que o formulário está **Ativo**; se o campo **Domínios autorizados (opcional)** estiver preenchido (na tela de edição do formulário), confira se o domínio onde o widget foi instalado está nessa lista.

Artigos relacionados

- Criar um formulário de captação
- Rastrear a origem dos leads por UTM
- Redirecionar o lead para sua página após o envio

Redirecionar o lead para sua página após o envio

Leve o lead para uma página própria (como uma página de obrigado com pixel de conversão) assim que ele enviar o formulário de captação.

> Este recurso faz parte do módulo **Captação de Leads**. Se ele não aparecer na sua conta, fale com o administrador para ativá-lo. Veja Planos e módulos.

Objetivo

Configurar a ação **Redirecionar para uma página** no bloco **Ação após enviar**, para levar o lead a uma URL própria depois do envio do formulário.

Pré-requisitos

- Perfil **Administrador** ou **Supervisor**
- Módulo **Captação de Leads** ativo
- Um formulário de captação criado (veja Criar um formulário de captação)
- A página de destino publicada no seu site, com o endereço completo (`https://`)
- Acesse pelo computador: esta tela não está disponível no celular

Tempo estimado

5 minutos.

Caminho de acesso

Marketing → Captação → abra um formulário → bloco **Ação após enviar**

Passo a passo

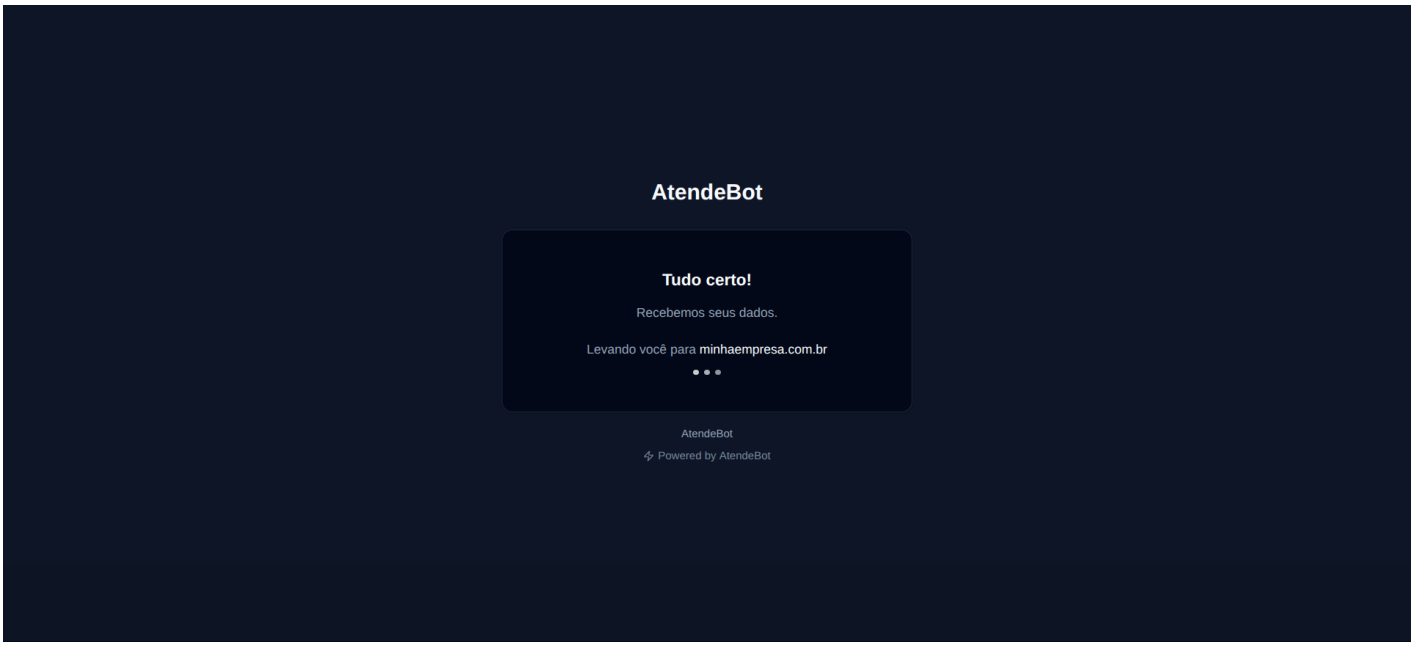
1. Na tela de edição do formulário, no bloco **Ação após enviar**, escolha **Redirecionar para uma página** (Leva o lead para outra página, como uma página de obrigado.).



2. Em **URL de redirecionamento**, informe o endereço completo da sua página, começando obrigatoriamente com `https://` (ex.: `https://seusite.com.br/obrigado`).
3. Use a própria página de obrigado do seu site como destino, e dispare nela o pixel de conversão do Meta (evento de Lead) ou do Google Ads/Analytics (evento de conversão). O AtendeBot não dispara nenhum pixel (quem faz isso é a página de destino), e ter uma página própria para essa disparada dá ao Meta e ao Google o sinal de conversão no momento certo, o que deixa a otimização e o relatório de cada campanha mais precisos.
4. Clique em **Salvar**.

O que o lead vê

Ele preenche os campos e clica em enviar. Na página hospedada do formulário, aparece por cerca de 2,5 segundos uma tela de transição ("Tudo certo!", "Recebemos seus dados." e "Levando você para `<seu domínio>`...") e só então o navegador é levado para a URL configurada. No formulário instalado como widget no seu site (embed), o redirecionamento acontece direto, sem essa tela intermediária.



Os outros modos continuam disponíveis

Trocar para **Redirecionar para uma página** não remove as outras opções do bloco **Ação após enviar**: **Mostrar agradecimento** e **Ir pro WhatsApp** continuam lá, e você pode alternar entre elas a qualquer momento; a mudança vale para os próximos envios, sem afetar os leads já recebidos.

Resultado esperado

Depois de salvar, cada envio do formulário leva o lead direto à URL configurada, em vez da mensagem de agradecimento.

Erros comuns

- **Sintoma:** "Informe uma URL de redirecionamento válida, começando com https://" ao clicar em **Salvar**. **Solução:** preencha **URL de redirecionamento** com um endereço completo iniciado por `https://`, não funciona com `http://` nem endereços incompletos.
- **Sintoma:** "A URL de redirecionamento precisa estar em um dos domínios autorizados" ao salvar. **Solução:** se o formulário tiver o campo **Domínios autorizados (opcional)** preenchido, a URL de redirecionamento só pode apontar para um desses domínios (ou

subdomínio deles): ajuste a URL ou inclua o domínio na lista.

Artigos relacionados

- Criar um formulário de captação
- Instalar o formulário no seu site (widget)
- Consultar as conversões do formulário