



CINCO FACTORES DE

Crecimiento digital para fabricantes





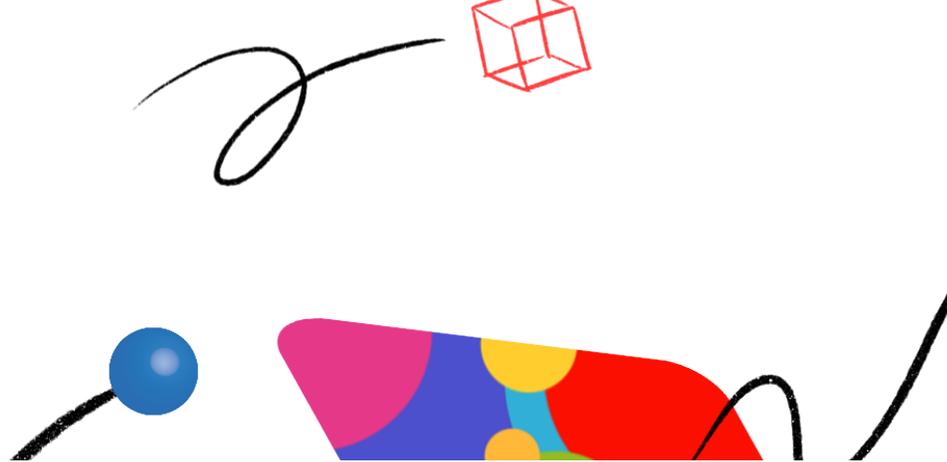
La tecnología está transformando el sector manufacturero.

Con los nuevos mercados y ecosistemas en línea, se ha vuelto aún más fácil para las empresas de fabricación llegar a nuevos clientes en todo el mundo. Al mismo tiempo, la nueva generación de compradores B2B recurre a Internet en lugar de a los representantes de ventas. De hecho, los compradores suelen avanzar entre un 60 % y un 80 % en el proceso de compra antes de hablar con el departamento de ventas. ¿Cómo seguir creciendo en este entorno altamente competitivo y cada vez más dependiente de las ventas digitales?

La respuesta, al menos en parte, es la automatización del marketing. Con las herramientas adecuadas, su departamento de marketing puede cerrar la brecha entre su presencia en línea y el ventas, agregando valor a ambos.

Este breve e-book explora cinco impulsores de crecimiento digital, habilitados por la automatización del marketing, que pueden impulsar un crecimiento acelerado.

¹ "Why it's getting harder for manufacturers to make sales: and how marketing can help", Marketo: <https://www.marketo.com/ebooks/why-its-getting-harder-for-manufacturers-to-make-sales-and-how-marketing-can-help/>



1. Una conexión perfecta entre marketing y ventas.

Cuando los equipos de marketing y ventas comparten los mismos datos, funcionan mejor. El marketing puede comprender mejor qué comportamientos indican la intención del comprador. El equipo de ventas puede ver todas las interacciones pasadas de un cliente con marketing y usar esa experiencia como referencia. Además, las entregas desde el marketing hasta las ventas se vuelven más simples y objetivas.

Crear este tipo de conexión perfecta entre marketing y ventas requiere un sistema de automatización de marketing que funcione con su CRM, como Salesforce.com, Microsoft Dynamics CRM u otros. También necesita sincronización bidireccional casi en tiempo real.

Comvita: el éxito del marketing en números

Después de adoptar Adobe Marketo Engage:

480%

aumento en la conversión de leads

225%

de aumento en valor de las ventas cuando los clientes potenciales eran estimulados

EN COMVITA, LA AUTOMATIZACIÓN DEL MARKETING AYUDA A UN EQUIPO PEQUEÑO A GANAR CON CONTENIDO ESPECÍFICO.

Comvita es una compañía global de salud natural enfocada en la salud preventiva y holística. Antes de Marketo, Comvita usaba un sistema de administración de contenido con una herramienta de correo electrónico integrada, que le permitía enviar correos electrónicos y verificar que habían sido leídos. Pero eso no fue suficiente. Todos los contactos recibieron el mismo contenido genérico y Comvita ni siquiera pudo identificar a los clientes más útiles.

Para impulsar el crecimiento, eligió el sistema de automatización de marketing de Marketo Engage. Con él, Comvita puede descubrir información valiosa sobre los clientes y crear flujos de estímulo con contenido dirigido. En solo 6 meses, Comvita vio un aumento del 480 % en las conversiones de nuevos clientes potenciales y un aumento del 255 % en el valor de las ventas cuando se cultivaron los clientes potenciales. Todo esto con un pequeño equipo de marketing.



2. Campañas personalizadas.

Aunque los compradores pasan menos tiempo con los representantes de ventas, todavía desean una experiencia personalizada. Actualmente, el 66% de los clientes B2B esperan interacciones personalizadas con todos los proveedores o marcas.

Para llegar a estos compradores, el marketing necesita crear campañas altamente personalizadas, que pueden incluir todo, desde correos electrónicos hasta contenido web personalizado para cada nuevo visitante.

Este nivel de personalización requiere una plataforma de automatización de marketing capaz de conectar el contenido correcto con los clientes correctos en el momento adecuado. Su conjunto de herramientas de automatización de marketing también debe admitir diferentes canales de comunicación (correo electrónico, SMS, notificaciones push, etc.) en varios dispositivos.

“ Recursos como los modelos y la clonación han aumentado significativamente nuestra eficiencia. Podemos armar una campaña lista para el lanzamiento en menos de 30 minutos, y estamos seguros de que nuestras campañas y programas se basan en las mejores prácticas y están diseñados para lograr el máximo impacto”.

Scott Wright

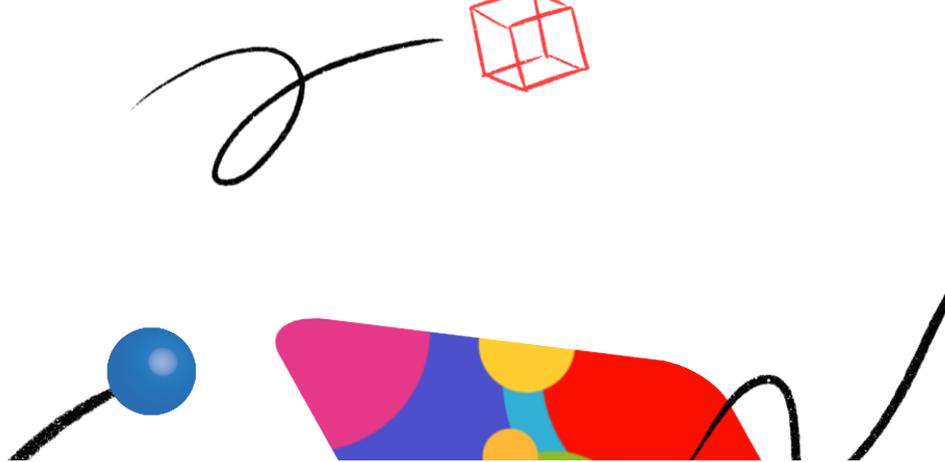
Gerente de automação de marketing da Pelco

EN PELCO, LA AUTOMATIZACIÓN DEL MARKETING PROPORCIONA CAMPAÑAS MÁS PERSONALIZADAS Y EFICACES.

Pelco, líder mundial en diseño, desarrollo y producción de soluciones de videovigilancia, tiene una base de clientes amplia y variada. Vender a sus diferentes públicos es un desafío. El software de marketing anterior de la empresa era extremadamente lento, limitando lo que el departamento de marketing podía hacer.

Cambiar a Marketo Engage ha hecho una enorme diferencia en la velocidad de tus acciones y en los resultados alcanzados:

- El rendimiento de los correos electrónicos casi se duplicó.
- Los índices de apertura subieron de 18,33% a 27%, y los índices de click-through fueron de 1,39% a 3,5%.
- En los primeros 6 meses, las campañas de Marketo generaron 221% más leads de marketing cualificados (PEM) que en los 18 meses anteriores con la antigua solución de marketing.



3. Medición avanzada de rendimiento.

Los equipos de marketing solían confiar en la intuición para elegir la siguiente campaña o enfoque. Esos días han quedado atrás. Con las herramientas de automatización de marketing adecuadas, puede analizar los datos de marketing y ventas para comprender el recorrido único del comprador de cada producto e identificar qué tipos de interacciones impulsarán a los clientes potenciales a comprar. Idealmente, la plataforma de automatización de marketing debería permitir:

- Identifique indicadores clave de rendimiento (KPI) y asegúrese de que los equipos de marketing y ventas estén alineados y trabajen hacia los mismos objetivos
- Clasifique a los clientes potenciales en función de su disposición a comprar
- Concéntrese principalmente en las métricas más importantes para su negocio
- Predecir tendencias futuras en función del comportamiento pasado utilizando análisis predictivos y otras técnicas de modelado

Con la medición avanzada del rendimiento, puede crear estrategias de marketing más efectivas y proporcionar una justificación cuantitativa para su inversión en marketing.

James Hardie: éxito de marketing en números

Después de adoptar Adobe Marketo Engage:

523%

aumento del volumen de campañas

200%

de aumento en interacciones con clientes

EN JAMES HARDIE, LA AUTOMATIZACIÓN DEL MARKETING OFRECE MEDICIONES DE RENDIMIENTO QUE IMPULSAN GRANDES RESULTADOS.

James Hardie es un fabricante especializado en materiales de construcción. Antes de Marketo Engage, tenía una base de datos de leads con miles de clientes y leads comerciales. Sin embargo, más del 70% de los leads no tenían un estado definido. No era posible monitorear el progreso de los leads ni medir el éxito de las campañas.

Con la automatización de marketing de Adobe Marketo Engage, incluidas las funciones de análisis, aumentó el volumen de las campañas en un 523%. Las interacciones con los clientes aumentaron un 200%. Todo esto con el mismo equipo de marketing.



4. Estrategias de marketing simples basadas en cuentas.

El análisis de datos eficaz puede ayudar a calificar a los clientes potenciales y medir el rendimiento, así como inspirar ganancias rápidas, especialmente cuando se combina con el marketing basado en cuentas (ABM). ABM es una estrategia que enfoca los esfuerzos en cuentas seleccionadas que tienen más probabilidades de aprovechar al máximo sus productos y generar ingresos. Con ABM y herramientas y herramientas, los fabricantes pueden:

- Dirigir el enfoque de los equipos de marketing y ventas a cuentas importantes
- Aumente la eficiencia centrándose solo en los clientes que importan, en lugar de abarcar varios clientes
- Personalice las comunicaciones, haciendo que el contenido sea más relevante para los compradores en cada etapa del viaje
- Genera ingresos mucho más rápido y fácil

Su plataforma de automatización de marketing debe ser compatible con ABM y con el marketing basado en clientes potenciales.



Lograr las ganancias deseadas.

Según Alterra Group, el 97% de los marketers han logrado un mayor retorno de la inversión incorporando ABM en lugar de otras iniciativas de marketing.³

³ "Adobe Marketo Engage, The Definitive Guide to Account-based Marketing, 2019.



5. Dimensionamiento rápido en respuesta al crecimiento.

Una de las áreas en las que la automatización del marketing destaca es la de permitir a los fabricantes hacer un seguimiento del crecimiento y aprovecharlo. Con la automatización adecuada, puede ampliar sus campañas sin tener que aumentar su equipo. Para garantizar la máxima escalabilidad, su plataforma de automatización de marketing debe ser capaz de:

- Agilice los procesos y automatice las tareas repetitivas
- Automatizar el desarrollo de clientes potenciales y personalizar las comunicaciones
- Recibir volúmenes crecientes de datos sobre clientes potenciales y cuentas

Con la automatización adecuada, puede escalar sus campañas sin necesidad hacer crecer tu equipo.

¿Y el futuro?

A medida que la tecnología cambia la forma en que las empresas compran, la solución de automatización de marketing adecuada puede ayudar a su empresa de fabricación a destacar entre la competencia y llegar a los compradores nativos digitales. Si ya dispone de una solución de automatización del marketing, es hora de examinarla más de cerca y ver si satisface todas sus necesidades.

Si no tiene una solución de automatización del marketing, es hora de encontrar una, y rápido.

Acerca de Adobe Marketo Engage

Adobe Marketo Engage, como parte de Adobe Experience Cloud, proporciona la solución ideal para la gestión de clientes potenciales y los especialistas en marketing B2B que buscan transformar las experiencias de los clientes al participar en cada paso de procesos de compra complejos.

Con soporte nativo para estrategias de marketing basadas en clientes potenciales y cuentas, Adobe Marketo Engage combina marketing y ventas en una solución integral diseñada para orquestar experiencias personalizadas, optimizar el contenido y medir el impacto comercial en todos los canales, desde la consideración hasta la conversión y mucho más.

Para obtener más información sobre Adobe Marketo Engage, la amplia comunidad de profesionales del marketing apasionados de Marketing Nation y nuestro extenso ecosistema de socios, visite:

www.marketo.com

Agenda una demo



© 2022 Adobe. Todos los derechos reservados.

Adobe Adobe Marketo Engage y el logotipo de Adobe son marcas registradas o marcas comerciales de Adobe en los Estados Unidos y/o en otros países.