



Guia

Como engajar grupos de compra e impulsionar o crescimento dos negócios usando IA.

Descubra quatro maneiras incríveis de otimizar jornadas B2B.



Resumo



Membros mais engajados:
Raymond Noel, Whitney Wall



Produto de maior interesse:
software de folha de pagamento



Nenhuma função ausente



Raymond Noel
CEO

Pontuação de engajamento do membro



Gerar função de grupo de compradores



Grupo de compra
Compradores de software financeiro para Bodea

Nome da conta: Bodea

Pontuação de engajamento do grupo de compra:  22

Pontuação de integralidade do grupo de compra:  100%

As equipes de go-to-market B2B enfrentam grandes dificuldades em priorizar, engajar e qualificar de maneira eficaz os grupos de compra. A equipe de marketing frequentemente investe uma quantidade significativa de tempo e orçamento na qualificação de leads, mas sem o contexto necessário sobre a conta e os grupos de compra de que as equipes de vendas precisam. As equipes de vendas querem engajar as principais partes interessadas dentro dos grupos de compra, mas a falta de dados sobre os leads e os insights do marketing dificultam a definição das contas mais estratégicas para focar. Essa falta de alinhamento entre as equipes de vendas e marketing resulta em experiências de marca inconsistentes para clientes, diminui o retorno sobre o investimento (ROI) e, no final das contas, limita o potencial de crescimento da receita.

Como resposta a esses desafios, emergiu um novo padrão: estratégias focadas na precisão das contas e dos grupos de compra. Adotar uma abordagem que prioriza o grupo de compra acelera os ciclos de vendas, identificando e envolvendo tanto as partes interessadas conhecidas quanto as desconhecidas, refletindo de maneira mais precisa como as decisões de compra B2B são tomadas em diferentes unidades de negócios. Essa visão compartilhada facilita a colaboração entre marketing e vendas, permitindo que trabalhem como uma equipe de receita integrada, utilizando insights, métricas e estratégias alinhadas para promover o trabalho conjunto e eliminar silos antigos.



▪️ Email acionador

Email

Sete maneiras de implementar um software de contabilidade baseado em nuvem.

Contas-alvo



- Tomador de decisões
- Praticante
- Influenciador

No entanto, entender o engajamento entre indivíduos e grupos e criar experiências personalizadas para todas as pessoas normalmente demanda um grande esforço de reconciliação manual de dados, gerenciamento de conteúdo e planejamento. Sem a tecnologia adequada para apoiar essa abordagem, o erro humano pode se tornar um problema, sobrecarregando a equipe com uma carga de trabalho excessiva.

Soluções como o [Adobe Journey Optimizer B2B Edition](#) são capazes de superar esses obstáculos, simplificando a identificação, a qualificação e o engajamento de contas com precisão do grupo de compra para produtos específicos em todas as fases do ciclo de vida do cliente.

Neste guia, analisamos em profundidade quatro casos de uso principais do Journey Optimizer B2B Edition e como eles apoiam uma abordagem focada no grupo de compra. Esses casos incluem:

- Aceleração dos ciclos de vendas
- Identificação de grupos de compra e partes interessadas ausentes
- Criação de jornadas e conteúdo personalizados
- Aumento da qualidade do pipeline com grupos de compra qualificados de marketing (MQBGs)

Quatro casos de uso principais do Journey Optimizer B2B Edition.

1. Aceleração dos ciclos de vendas.

Desafio atual. O departamento de vendas é altamente capacitado em compreender as contas, enquanto o de marketing se destaca em converter leads individuais. No entanto, quando as equipes de marketing e vendas não priorizam nem se concentram nas mesmas contas e membros do grupo de compra, as duas deixam de aproveitar oportunidades para maximizar conversões e aumentar a receita.

Solução. Uma visão unificada e detalhada do engajamento de vendas e marketing, tanto no nível da conta quanto no do grupo de compra, pode melhorar significativamente a comunicação entre as equipes de marketing e vendas. Essa perspectiva compartilhada permite que as duas equipes priorizem as contas de maneira mais assertiva e respondam de modo mais ágil às necessidades de compradores, o que, no final das contas, acelera os ciclos de vendas.

Dos nossos especialistas:

Historicamente, as organizações têm enfrentado dificuldades em combinar de maneira econômica dados e insights sobre leads, contas e grupos de compra em uma visão unificada. A maioria das equipes de vendas e marketing utiliza ferramentas com diferentes bancos de dados, estruturas de dados e recursos de engajamento, sem o suporte de IA para gerar insights compartilhados.

O Journey Optimizer B2B Edition preenche essa lacuna entre vendas e marketing com:

Insights compartilhados de contas e grupos de compra, viabilizados por IA. Recursos como o painel de Insights da conta foram desenvolvidos tanto para usuários de marketing quanto de vendas. Essas ferramentas utilizam IA e dados primários unificados de atividades de vendas e marketing para gerar insights sobre a intenção e as qualificações de contas e grupos de compra. Esses insights são compartilhados entre as equipes, ajudando profissionais de marketing a priorizar o engajamento e os vendedores a focar no alcance das contas. [Entenda melhor.](#)



Grupo de compra:
Altura Cloud

Conta: Luma Inc.

Membros do grupo de compra: 15



Shirley Rossi

Tomador de decisões

Título: Luma CMO

Grupo de compra: Altura Cloud



Gerar função de grupo de compradores

2. Identificação de grupos de compra e partes interessadas ausentes.

Desafio atual. Comitês de compras B2B são complexos e estão em constante mudança. Esses comitês costumam ser compostos por 5 a 11 partes interessadas, provenientes de uma média de cinco funções de negócios diferentes, [segundo o Gartner](#). As equipes de vendas e marketing se tornam muito mais eficientes quando têm acesso a uma visão clara e atualizada do grupo de compra.

Solução. Uma solução que automatiza a análise de lacunas facilita a definição de grupos de compra e a função de cada indivíduo dentro do grupo, com base em dados de negócios anteriores e nos dados primários das atividades atuais de marketing. Além disso, essa solução pode ajudar a identificar membros ausentes do grupo.

Dos nossos especialistas:

Todo mundo tem um papel importante. Grupos de compra costumam ser complexos, com membros que, embora não desempenhem um papel tradicional na tomada de decisões de compra, são essenciais para a adoção de um novo produto, como alguém da equipe de engenharia, que pode ser influenciador, mas não tomador de decisão na conta. Identificar e incluir esses participantes com funções menores, mas críticas, pode ser fundamental para a conversão.

O Journey Optimizer B2B Edition ajuda você a concluir grupos de compra com:

Agentes de IA. O Audience Agent pode automatizar a criação de grupos de compra com IA, utilizando sinais próprios, intenção de produto e dados de CRM. Esse agente pode determinar e mostrar imediatamente a integridade do grupo de compra. Com isso, as equipes podem priorizar esforços, como decidir quais contas ativar em mídias pagas para identificar membros ausentes, otimizando o retorno sobre o investimento em publicidade.

Grupos de compra altamente engajados

LumaCloud for Hooli

Pontuação de engajamento 96 Pontuação de integralidade  100%

Estágio Interesse Conta **Hooli**

 [Intenção de alta categoria](#) [Ver detalhes](#)

Contas em alta

CitiSignal



O engajamento da CitiSignal aumentou em 89% nos últimos 90 dias em comparação ao período anterior.

 [Alta intenção de palavra-chave](#) [Ver detalhes](#)

3. Criação de jornadas e conteúdo personalizados.

Desafio atual. Não é novidade que os membros de um grupo de compra frequentemente se encontram em estágios diferentes da jornada do cliente. Independentemente do estágio em que estão, todos esperam receber informações e experiências alinhadas à sua função, interesses na solução, setor e outros fatores. O desafio real está em analisar quem precisa de quê, quando e como, o que demanda um tempo considerável.

Solução. Conte com um par extra de olhos (além de ouvidos e mãos) utilizando soluções que incorporam ferramentas de IA. A automação facilita a criação de conteúdo personalizado para cada membro do grupo de compra, levando em consideração a função, a conta em questão e os interesses em produtos. A possibilidade de dividir as jornadas em diferentes caminhos também facilita a entrega de conteúdo consistente por meio de vários canais.

Dos nossos especialistas:

À medida que as pessoas começam a perceber o valor que os assistentes de IA e as soluções viabilizadas por IA oferecem, a eficiência se torna algo mais evidente. Um dos nossos clientes mencionou um recurso de chatbot que possibilita interagir com clientes em potencial e responder a dúvidas de maneira mais ágil, poupando até oito horas semanais para o representante. Agora, o representante não precisa mais criar mensagens diferentes para canais diversos, como SMS e email; a experiência se torna totalmente automatizada e consistente.

O Journey Optimizer B2B Edition auxilia na criação de conteúdo e jornadas personalizadas com:

Suporte de IA. O Journey Optimizer B2B Edition inclui o Acelerador de conteúdo do Assistente de IA da Adobe, que facilita a criação rápida de conteúdo de email personalizado para cada integrante do grupo de compra, considerando a conta, a função, o interesse no produto e outros fatores, acelerando o tempo de lançamento no mercado. Além disso, o Journey Optimizer B2B Edition oferece assistência imediata e práticas recomendadas, facilitando o acesso à aprendizagem em tempo real. [Entenda melhor.](#)

Ativos da marca

Grupo de compra 1



Função do grupo de compra

Influenciador ▾

Função do grupo de compra

Descobrir ▾

 Gerar variações

4. Aumento da qualidade do pipeline com grupos de compra qualificados de marketing (MQBGs).

Desafio atual. As decisões de compra B2B são complexas e geralmente envolvem grupos de compra compostos por diversas partes interessadas importantes de diferentes funções e departamentos. Gerar um pipeline qualificado para vendas com base em leads qualificados tradicionais (MQLs) de marketing não fornece os dados e o contexto necessários para otimizar o processo moderno de compra e venda. Para alcançar melhores resultados, as equipes de marketing e vendas precisam de uma solução que ofereça uma visão completa dos grupos de compra para produtos e contas-alvo específicos, forneça uma visão precisa da demanda e permita um foco maior nos membros certos do grupo de compra para fechar negócios com sucesso.

Solução. Você precisa de uma solução que meça o engajamento do grupo de compra como um todo e alinhe marketing e vendas em torno dos MQBGs. Essa solução deve ser capaz de converter automaticamente os grupos de compra em MQBGs quando os limites de pontuação de engajamento forem atingidos e, em seguida, entregá-los automaticamente à equipe de vendas (com insights valiosos, é claro!). [Entenda melhor.](#)

Dos nossos especialistas:

Com a ausência de dados unificados e transparentes, juntamente com a falta de colaboração entre as equipes de vendas e marketing, é difícil alcançar um consenso sobre a estratégia e a priorização do funil. Quando as equipes passam a compartilhar os mesmos dados e ferramentas para qualificar leads, a eficiência de todas as pessoas aumenta, assim como a do pipeline que gerenciam, o que resulta em maior ROI e melhores taxas de conversão.

[Leia nosso blog](#) sobre MQBGs para saber mais.

O Journey Optimizer B2B Edition auxilia na qualificação de MQBGs com:

Pontuações de engajamento. A pontuação de engajamento do grupo de compra poupa tempo e ajuda a equipe a focar as contas certas no momento exato. Ela também permite acompanhar o progresso do grupo no funil, garantindo que nenhuma oportunidade seja perdida. Quando um grupo atinge um limite, ele pode ser convertido em um MQBG e encaminhado automaticamente para a equipe de vendas, com a urgência e o alcance já definidos.



Notificar vendas



Grupo de compra
Compradores de software financeiro para Bodea

Nome da conta: Bodea

Pontuação de engajamento do grupo de compra: 22

Pontuação de integralidade do grupo de compra: 100%



Raymond Noel

CEO

Pontuação de engajamento do membro

83



Qualificado

Adobe Journey Optimizer B2B Edition: transformando a maneira como as equipes de receita impulsionam o crescimento dos negócios.

Capacite as equipes de vendas e marketing a colaborar de maneira mais eficiente e a proporcionar experiências excepcionais a cada cliente, com um foco preciso na conta e no grupo de compra. Com funcionalidades de IA integradas, que automatizam os processos de identificação, qualificação e engajamento, o Journey Optimizer B2B Edition oferece a precisão e a escalabilidade necessárias para acelerar os ciclos de vendas, identificar e preencher lacunas em grupos de compra, personalizar jornadas e melhorar a qualidade do pipeline. Para organizações B2B que desejam aumentar a eficiência operacional e maximizar o ROI de maneira significativa, é uma ferramenta valiosa para a equipe.

Saiba mais sobre como o Journey Optimizer B2B Edition pode ajudar sua organização a construir um pipeline de alta qualidade e potencializar o crescimento da receita.

Saiba mais

Adobe

Adobe, o logotipo da Adobe, Adobe Experience Platform e Adobe Customer Journey Analytics são marcas registradas ou marcas comerciais da Adobe nos Estados Unidos e/ou outros países. © 2025 Adobe. Todos os direitos reservados.