



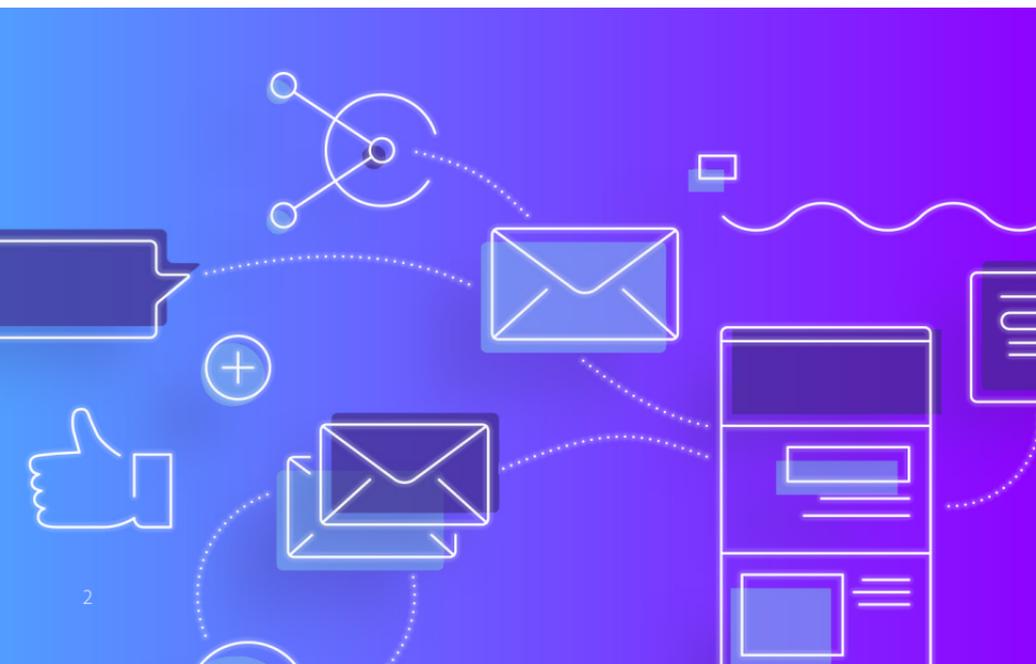
Automatize o desempenho com a *automação* *de marketing.*

Lista de verificação para escolher a solução certa de automação de marketing.

A automação de marketing se tornou uma ferramenta obrigatória para equipes de marketing modernas. Não há dúvidas de que os profissionais de marketing que usam software de automação como plataforma para otimizar, automatizar e medir as tarefas de marketing tendem a superar os profissionais de marketing que não usam.

De fato, de acordo com a Emailmonday, 51 por cento das empresas usam automação de marketing, e mais da metade das empresas B2B pensa em adotar a tecnologia. Uma pesquisa da Spotler indica que 64 por cento dos profissionais de marketing de e-commerce concordam que a automação de marketing contribui com o aumento das vendas.

Agora, é a sua vez. Ao explorar as opções da solução de automação de marketing, use as três etapas da lista de verificação mostrada a seguir e tome a melhor decisão para a sua organização.



ETAPA 1:

Estabeleça suas *metas de marketing.*

Pergunte-se: o que deseja alcançar com a automação de marketing? Para começar, identifique e documente seus objetivos, relacionando uma lista de prioridades.

1. _____
2. _____
3. _____

Exemplo de metas:

Desejo gerar mais leads aumentando o tráfego do meu site.

Desejo fazer campanhas omnichannel que sejam consistentes e personalizadas.

Desejo integrar a automação de marketing com todos os meus fornecedores de tecnologia.

ETAPA 2:

Selecione os recursos de automação de marketing que *você deseja*.

Agora que você identificou o que deseja realizar, identifique os recursos específicos que podem ajudar você a fazer os programas atuais e futuros.

Usabilidade

Uma solução de automação de marketing deve aumentar a produtividade da sua equipe. Leia o conteúdo a seguir e enumere os cinco principais recursos para sua organização, sendo 1 o de maior prioridade.

- **Lote e disparo de e-mail:** Enviam grandes lotes de e-mail e permitem realizar e rastrear relatórios sobre entregas, aberturas e cliques. Permitem responder automaticamente aos e-mails disparados com base nas ações ou comportamento do destinatário e acompanhar os cliques em links específicos nos e-mails.
- **Capacidade de entrega de e-mail:** Garante que sua mensagem está sendo entregue e encontra correções para taxas de entrega baixas.
- **Páginas de entrada:** Permitem criar páginas de entrada sem a ajuda da equipe de TI e direcionar o tráfego para páginas de entrada personalizadas com base na segmentação.

- **Formulários:** Permitem colocar formulários em páginas de entrada, microsites ou no seu site e coletar informações dos visitantes progressivamente a cada visita subsequente ao site.
- **Dispositivos móveis:** Permitem otimizar e-mails para celulares e tablets, além de monitorar, testar e reagir à maneira como seus clientes interagem com seu aplicativo móvel.
- **Testes A/B:** Permitem fazer testes com os assuntos, cópias, gráfica, chamadas para ação, frequência, entre outros, para ver quais e-mails têm melhor desempenho. Permitem testar conteúdo de páginas de entrada, anúncios de redes sociais, anúncios de exibição, entre outros, com base na segmentação.
- **Modelos e bibliotecas:** Permitem aproveitar os modelos e programas pré-criados para e-mail, páginas de entrada, webinars, feiras de eventos, pontuação e cultivo de leads.
- **SEO:** Permite analisar a classificação de palavras-chave para você e seus concorrentes e gerar listas de novas palavras-chave. Permite que você receba recomendações sobre otimizações de sites e páginas de entrada e identifique oportunidades em links de entrada.
- **Clonagem:** Permite replicar campanhas bem-sucedidas com o mínimo esforço.
- **Campanhas omnichannel personalizadas:** Permitem criar uma conversa consistente, personalizada e individual com o seu público em todos os canais, como dispositivos móveis, redes sociais, e-mail e site.
- **Calendários:** Permitem exibir todos os seus eventos e campanhas em um calendário centralizado para as equipes e codificado por cores para facilitar a visualização dos objetivos.
- **Rede social:** Permite a segmentação e pontuação com base na atividade em redes sociais. Aumenta o envolvimento com programas de redes sociais como botões de indicação, sorteios e compartilhamento em redes sociais.

- **Gerenciamento do lead e do ciclo de vida do cliente:** Permite envolver, rastrear, cultivar e gerenciar com facilidade e eficácia todos os leads em cada estágio do funil.

Campanha e implementação

Procure uma solução de automação de marketing que facilite a segmentação da pessoa certa com a mensagem certa no momento certo em todos os canais. Enumere cada um dos seguintes itens de acordo com a sua prioridade, sendo 1 o de maior prioridade.

- **Segmentação:** Permite a segmentação do seu banco de dados por critérios demográficos, firmográficos, comportamentos simples (por exemplo, clique no link de um e-mail), e comportamentos cross-channel (por exemplo, compartilhamento no Facebook).
- **Cultivo:** Permite definir e entregar uma série de ofertas de conteúdo e entender como os leads se envolvem com o seu conteúdo para então responder conforme a situação. Permite incluir conteúdo novo nas campanhas e retira automaticamente o conteúdo que um indivíduo já tenha visto.
- **Campanhas omnichannel:** Rastreiam comportamentos cross-channel para enviar e-mails personalizados e coordenar o marketing entre os canais.
- **Personalização de site:** Permite a personalização de e-mails, páginas de entrada e conteúdo do site para diferentes visitantes com base em seus comportamentos e atributos. Permite a personalização de conteúdo no seu sistema de gerenciamento e usa tokens para autopreencher mensagens com informações específicas do programa (como nomes e datas).
- **Integrações de publicidade:** Incorporam anúncios digitais personalizados com perfeição em seus fluxos de divulgação e criação.

Alinhamento da equipe

A solução certa para automação de marketing ajuda a reunir todos os membros de suas equipes de marketing e vendas. Enumere cada um dos seguintes itens de acordo com a sua prioridade, sendo 1 o de maior prioridade.

- **Marketing baseado em contas:** Define com clareza um conjunto de contas-alvo em um mercado e emprega campanhas personalizadas desenhadas para repercutir em cada conta. Garante que a sua mensagem seja baseada em atributos e necessidades específicos da conta que você tem por alvo.
- **Inteligência artificial:** Permite crescer, promover receita e personalizar as experiências dos clientes – tudo em escala. Permite criar importantes oportunidades internas que impulsionam um melhor alinhamento entre as equipes de marketing e de vendas, resultando em um aumento na receita e em um pipeline saudável.
- **Integração entre CRM e banco de dados:** Permite capacitar seu sistema de automação de marketing e CRM com a sincronização em tempo real, mantendo seus dados sempre atualizados para que você e a sua equipe de vendas possam agir rápido e com precisão.
- **Pontuação de leads:** Permite a utilização de várias pontuações para vários produtos. Permite classificar as visitas ao site e os preenchimentos de formulários com base na relevância, pontuando com base em comportamentos complexos e interesse do lead. Soma pontuação com envolvimento positivos, como visitas à sua tabela de preços, e subtrai pontuação com envolvimento negativos, como inatividade ou visitas à sua página de carreiras.
- **Aplicativos de vendas integrados:** Filtram e apresentam às equipes de vendas os dados mais relevantes e úteis de clientes em potencial. Acionam alertas de vendas com base na atividade do lead e até priorizam alertas com base em conteúdo baixado ou em outras ações executadas. Priorizam os leads com maior probabilidade de compra e permitem que as equipes de vendas enviem e rastreiem modelos de e-mail aprovados pelo marketing e adicionem clientes em potencial para ser cultivados pelas campanhas.

Analytics

Uma das funções mais importantes do marketing é vincular a receita às campanhas responsáveis por gerar essa receita. Enumere cada um dos seguintes itens de acordo com a sua prioridade, sendo 1 o de maior prioridade.

- **ROI do programa:** Permite analisar seus canais e programas com base em sucessos, ofertas de conteúdo, novos nomes, pipeline, receita, oportunidades e muito mais. Identifica seus programas com melhor desempenho para que voltem a ser executados e os de baixo desempenho para que sejam interrompidos.
- **Relatório de vários contatos:** Permite que você possa ir além do primeiro ou último contato de marketing que tenha influenciado uma negociação e [passe a dar crédito a cada campanha](#) **que tenha contribuído com o fechamento de um negócio.**

Adicional

Enumere os recursos de acordo com a sua prioridade, sendo 1 o de maior prioridade.

- **Ecossistema:** Às vezes, você precisa ir além da automação de marketing para executar seus programas e campanhas. Procure uma solução com suporte de [ecossistema grande de parceiros](#) **que amplie e aprimore os recursos de sua automação de marketing.**
- **Comunidade:** Seja você um iniciante em automação de marketing ou um usuário experiente que deseja extrair o máximo de valor possível, selecione um fornecedor que conecte você a uma variedade de recursos e suporte, incluindo uma comunidade de profissionais de marketing que pensam da mesma forma.

ETAPA 3:

Compare suas *opções*.

Agora que você sabe quais recursos são mais importantes para você, avalie mais de uma solução.

Com a sua pesquisa, estamos confiantes de que você descobrirá que o Marketo Engage, parte da Adobe Experience Cloud, é o que melhor atenderá às suas necessidades. Isso é porque o Marketo Engage é líder em reunir marketing e vendas para personalizar experiências, otimizar conteúdo e medir os impactos nos negócios em todos os canais.

Se você está pronto para fazer a troca agora, confira o [Migrar para o Marketo Engage](#) para saber como fazer a migração de sistemas.

Fontes

"E-commerce Marketing Trendrapport 2019", Spotler, 2019.

"The Ultimate Marketing Automation Stats", Emailmonday, 2019.



Copyright© 2019 Adobe Inc. Todos os direitos reservados.
Adobe e o logotipo Adobe são marcas registradas ou
marcas comerciais da Adobe Inc. nos Estados Unidos e/ou
em outros países.