

Prepare seu caso de
negócios para a
automação de marketing.



"A jornada até a automação de marketing ia cada vez mais na direção de um ambiente omnichannel."

Scott Berns

Diretor de automação de marketing na [CenturyLink](#)

A automação de marketing possibilita a ampliação em escala das suas melhores práticas de marketing. Permite que suas equipes de marketing e de vendas estejam alinhadas em cada etapa do processo. Desde a segmentação até o estabelecimento de relações em todos os canais, passando pela geração e pontuação de leads, a automação de marketing simplifica a maneira como as empresas alcançam e se conectam com seus clientes. Em poucas palavras, a automação de marketing significa melhores experiências para o cliente.

Conteúdo

Os maiores desafios do marketing global. 5

Os principais benefícios da automação de marketing. 8

- Economia de tempo e dinheiro.
- Simplificação das demandas por conteúdo.
- Foco no marketing do ciclo de vida.

As vantagens comerciais da Marketo Engagement Platform. 17



"Precisamos ser capazes de envolver e cativar. E a plataforma também precisa dar suporte a nossa crescente demanda."

Amanda Cichon
Gerente de Ti na [Garmin](#)

Atualmente, muitas empresas usam a automação de marketing para personalizar e gerenciar cada relacionamento com o cliente em tempo real. De fato, o relatório *Marketing Benchmark* de 2017 da Marketo revela que 65 por cento dos profissionais de marketing que trabalham com público global usam uma estratégia centralizada de automação de marketing.

Uma estratégia centralizada pode ajudar a ampliar em escala as atividades de marketing para novas regiões de forma rápida e fácil por meio de clonagem de públicos-alvo, programas, pontuação, entre outros. Uma plataforma de automação de marketing ideal cresce com a sua empresa, evolui para ajudar você a criar, entregar e coletar dados de experiências complexas do cliente. E a superar novos desafios.

Os maiores desafios do marketing global.



Fonte: Marketo

A automação de marketing pode ajudar os profissionais de marketing a superar esses desafios. Em 2012, uma pesquisa da Marketo identificou os três maiores benefícios da automação de marketing: mais pipelines, representantes de vendas mais produtivos e maior receita.

"Pedimos aos 12 fornecedores desse estudo que identificassem seus maiores desafios de gerenciamento de campanhas cross-channel nos próximos dois anos e no topo da lista estavam 'aumentar ou aprimorar o envolvimento, o conhecimento ou a lealdade do cliente!'"

Fonte: Forrester

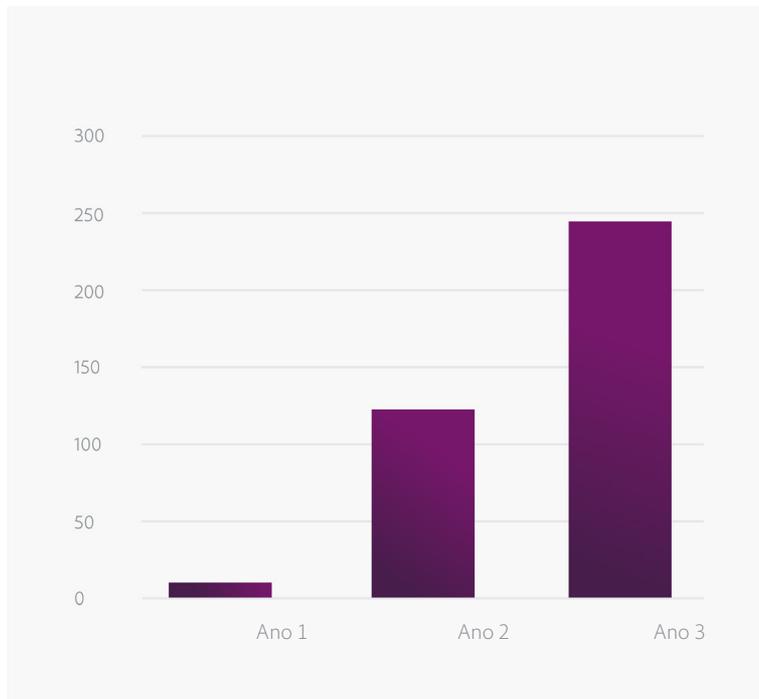
Atualmente, os benefícios da automação de marketing só fizeram aumentar, mesmo com os desafios mudando. E, à medida que a tecnologia evolui, o mesmo acontece com a eficácia da automação de marketing. O uso de estratégias de marketing automatizadas pode tornar as complexas jornadas dos consumidores mais gerenciáveis e ajudar sua organização a oferecer experiências memoráveis e envolventes em nível individual. Esse é o segredo para fazer da experiência o seu negócio – e a automação de marketing pode ajudar sua equipe a chegar lá.

Mais do que nunca, é crucial considerar como a automação de marketing pode ajudar a criar melhores experiências para cada cliente que interage com sua marca.

Em 2018, uma pesquisa da Forrester mostrou que as principais empresas ainda consideram que entrar em contato com seus clientes é seu desafio número um. No seguinte caso de negócios, nós mostramos como a automação de marketing pode ajudar as organizações a encontrar

espaço no orçamento, tempo e recursos para melhorar as experiências dos clientes. Use esses exemplos para fortalecer seu argumento sobre a automação de marketing na sua organização. Se você já está usando soluções de automação ou se ainda está procurando a plataforma certa, encontrará aqui as principais informações para criar ou manter seus objetivos de automação de marketing no futuro.

O impacto econômico total da Adobe Experience Cloud.



Fazer da experiência o seu negócio produz os maiores benefícios. De fato, as empresas que usam a Adobe Experience Cloud para melhorar seus esforços de marketing realizaram um **ROI de 242%** em apenas três anos.

Fonte: Forrester.

Os principais benefícios da automação de marketing.

Atualmente, há vários benefícios advindos da automação de marketing: economia de tempo e dinheiro, simplificação das demandas por conteúdo de marketing e melhora no alcance e na personalização multicanal para cada cliente.



Possível objeção do interessado:

"Temos muitas campanhas e eventos em andamento agora."



Sua resposta:

A automação de marketing pode melhorar todas as campanhas, sem demandar muito tempo de implementação.

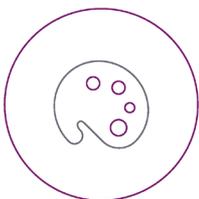
Economia de tempo e dinheiro.

Ao conversar com os tomadores de decisão sobre começar ou continuar colocando a automação de marketing no orçamento da sua organização, destaque os benefícios de economia de tempo e dinheiro que a automação de marketing pode trazer. Afinal de contas, essa é a melhor maneira de fazer com que os CFO assinem um contrato. Estas são as três maneiras como as empresas podem economizar dinheiro:



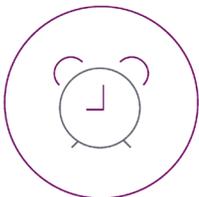
1. Menos trabalho cansativo.

Criar experiências individualizadas para todos os clientes, em todos os canais e em todas as comunicações, é muito trabalhoso. A automação pode reduzir a quantidade de horas que os funcionários empregam nessas tarefas, liberando o tempo deles para tarefas mais criativas e essenciais.



2. Recursos de marketing faça-você-mesmo.

A automação de marketing permite economizar tempo e dinheiro pois você mesmo pode fazer. Em vez de você precisar contratar terceiros, a automação de marketing permite que você faça as campanhas internamente.



3. Aprovação simplificada e conformidade.

Para empresas grandes, ou para aquelas em indústrias altamente reguladas, uma campanha de marketing pode exigir a assinatura de muitas partes interessadas. A automação de marketing agiliza esse processo, resultando em menos planilhas para rastrear e atualizar.

A automação de marketing também ajuda a medir e otimizar seus investimentos em marketing. Isso é feito de quatro maneiras:

- 1. Mantendo um sistema de registro.** A automação de marketing fornece o sistema central de registro para todas as suas informações de marketing. Se você não possui um sistema de registro para seus esforços de marketing, não pode avaliar.
- 2. Ajudando na medição e teste.** A possibilidade de realizar testes (por exemplo, oferta A versus oferta B) ajuda sua empresa a conhecer o que funciona ao longo do tempo, o que, em última análise, oferece melhor otimização e maior receita.
- 3. Proporcionando teste de ROI do programa.** Qual é o valor específico da receita gerada por um determinado programa de marketing? Como esses resultados podem ser comparados? A automação de marketing detalha quais campanhas de marketing estão diretamente influenciando a receita. Para que você coloque mais dinheiro onde haverá impacto real.
- 4. Promovendo impacto no funil de vendas.** Como o funil da sua empresa está funcionando? Qual é a sua taxa de conversão de um nome para um lead? De uma oportunidade para um fechamento? A automação de marketing ilustra como os leads se movem pelo funil, portanto, ela pode ajudar você a fazer previsões mais precisas e a saber se seus esforços de marketing estão valendo a pena.

A coleta de todas essas informações sobre seus esforços de marketing permite que sua empresa otimize suas decisões de marketing para impactar diretamente o crescimento da receita. Isso também proporciona mais tempo para você pensar sobre as experiências dos clientes e sobre conteúdo para motivá-los.



"Ao usar software avançado de automação de marketing e analytics, os profissionais de marketing ficam mais ágeis e possuem mais recursos para aumentar a receita de maneira mais consistente e lucrativa."

Phil Fernandez
Ex-CEO, Marketo



68% dos profissionais de marketing publicam conteúdo pelo menos uma vez por semana.



35% dos profissionais de marketing publicam algumas vezes por semana.

Fonte: Forrester.

Simplificação das demandas por conteúdo.

Como os profissionais de marketing atualmente acompanham o aumento exponencial das demandas por conteúdo? De acordo com uma pesquisa da Marketo, 62 por cento deles relatam que ampliam a escala do seu marketing duplicando mais de cinquenta por cento de suas campanhas. E eles fazem isso com a automação de marketing. A redefinição do conteúdo para atender às necessidades de diversos públicos e formatos permite que sua empresa não precise simplesmente trabalhar mais, e sim de maneira mais inteligente.

À medida que as empresas, de forma contínua, criam experiências personalizadas para os clientes nos canais on-line e nas lojas, a necessidade de conteúdo para impulsionar essas experiências aumenta. Em vez de inundar a sua equipe com uma demanda ininterrupta por conteúdo, a automação de marketing pode assumir tarefas tediosas ou repetitivas, e proporcionar tempo para as tarefas mais criativas.



Possível objeção do interessado:

"Estamos abarrotados em solicitações de conteúdo agora. Simplesmente não temos tempo para testar nada novo."



Sua resposta:

A automação de marketing foi criada exatamente para simplificar esse problema. Ela permite também reutilizar conteúdo antigo e aliviar a pressão da sua equipe de criação.



"O marketing é uma atividade altamente criativa. Requer reflexão e planejamento. E ele toca as pessoas... gente do marketing, de vendas e, mais importante, os clientes. Ou seja, uma automação de marketing é melhor quando não sufoca a criatividade, não cria um fardo para sua equipe de vendas nem ofende seus clientes."

Joe Martinico
Editor, *MarketingAutomation.com*

Usando conteúdo direcionado para públicos-alvo específicos na temporada 2013-14, a equipe [Portland Trail Blazers](#) elevou seus níveis de sucesso na venda de ingressos e no envolvimento de fãs com a automação de marketing. Registrou que 96 por cento dos que adquiriram os tíquetes na temporada voltaram no ano seguinte e percebeu um aumento de 9 por cento ano após ano na venda de tíquetes na temporada. Esse é apenas um exemplo de como a automação de marketing traz uma combinação de recursos que possibilita um enorme impacto ao se concentrar nas experiências individualizadas dos clientes.

Foco no marketing do ciclo de vida.

Um dos potenciais da automação de marketing é que ela permite criar e manter relacionamentos de longo prazo com os clientes. O maior impacto provém de como a automação de marketing permite:

- **Estabelecer diálogos pessoais e interagir pelos canais com clientes e possíveis clientes.**
- **Capturar dados, analisá-los e responder ao comportamento do cliente on-line e off-line.**
- **Integrar atividades e informações de marketing entre as equipes de vendas e call centers para criar uma experiência perfeita para os compradores.**

O resultado se traduz em relacionamentos profundos e duradouros que aumentam para sempre o valor para o cliente. Focando em algumas áreas-chave, você pode garantir que sua estratégia de automação de marketing funcione.

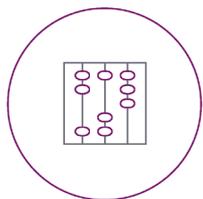
À medida que você procura estabelecer experiências de longo prazo para o cliente, considere como a automação de marketing pode ajudá-lo a desenvolver uma estratégia de ampliação da escala.



80% dos profissionais de marketing agora realizam campanhas de cultivo.

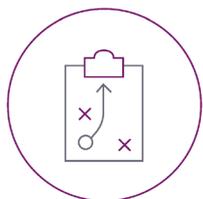
Fonte: *Marketo*

Considere as seguintes áreas:



O número acumulado de tecnologias.

Mais de 60% dos profissionais de marketing tem seis ou mais tecnologias acumuladas.



Seu plano estratégico para o acúmulo de tecnologias.

Mais de 60% dos profissionais de marketing tem seis ou mais tecnologias acumuladas.



Como integrar fornecedores externos.

96% dos profissionais de marketing acreditam que é essencial que os fornecedores sejam capazes de integrar soluções de terceiros em sua tecnologia implementada.

Fonte: Marketo

De acordo com uma pesquisa da Marketo em 2017, 44 por cento dos profissionais de marketing elegeram o "conteúdo" seu maior desafio ao aumentar a escala de suas campanhas de cultivo, área crítica para proporcionar experiências consistentes e coesas aos clientes. A automação de marketing possibilita esse tipo de comunicação constante.

À medida que novas tecnologias e soluções continuam aparecendo, procure soluções que oferecem uma visão única de cada cliente em qualquer canal – ficará mais fácil atender às diversas necessidades do público-alvo e criar campanhas em todos os canais sem sobressaltos.



Houve mais de 6.800 opções de tecnologia de marketing disponíveis em 2018, um **crescimento de 27%** em comparação com 2017.

Fonte: Forrester.



Possível objeção do interessado:

"Nossa equipe não está treinada para essa nova tecnologia. Não tenho tempo para ver isso. Nem tenho orçamento para contratar uma nova equipe para isso."



Sua resposta:

A automação de marketing não funciona sozinha, isso é verdade. Mas podemos começar aos poucos e descobrir nossas necessidades específicas antes de fazer grandes investimentos.

As vantagens comerciais da *Marketo Engagement Platform*.

Devido às demandas atuais de conteúdo e experiências individualizadas dos clientes, a [Marketo Engagement Platform](#) foi criada para crescer e evoluir com o seu negócio – e oferecer a agilidade que a sua equipe de marketing exige. É uma plataforma de marketing completa que ajuda você nas seguintes áreas:

- **Gerenciamento de leads.** Permite interagir mais com leads que realmente geram receita e ajudar a sua equipe de vendas a agir.
- **Marketing baseado em contas.** Permite identificar e cultivar contatos de suas melhores contas com esforços de marketing coordenados.
- **Atribuição de receita.** Permite não apenas contar leads, e sim passar a entender o impacto de suas campanhas nos negócios.
- **Automação de marketing.** Permite desenvolver relacionamentos de longo prazo com conteúdo personalizado e campanhas de cultivo.

Descubra o que a Marketo pode fazer para a sua empresa.

Uma plataforma de automação de marketing sólida faz uma diferença enorme na eficiência de sua organização. Desde liberar tempo e orçamento para iniciativas mais estratégicas, até simplificar a maneira como você cria, entrega e reutiliza conteúdo da campanha em vários canais, a automação de marketing permite que você foque na visão de conjunto. Torne a sua empresa conhecida por oferecer experiências de qualidade a todos os clientes – independente da fase da jornada em que se encontrem.

Saiba mais

Assista ao vídeo gratuito de demonstração

Fontes

"2017 Marketing Benchmark Report: North America", Marketo, 2017.

"Garmin, Heading in the Right Direction", vídeo de cliente da Adobe, 24 de agosto de 2017.

"Marketing Nation Success Series — Centurylink", vídeo de cliente da Marketo, 14 de setembro de 2016.

"NBA Franchise Amplifies Its Message with Help from Marketo's Marketing Automation Technology", relato de cliente da Marketo.

Rusty Warner, "The Forrester Wave™: Cross-Channel Campaign Management, Q1 2018", Forrester, 2018.

Scott Brinker, "Marketing Technology Landscape Supergraphic (2018): Martech 5000 (actually 6,829)", ChiefMartec.com, abril de 2018.

"The Total Economic Impact™ of Adobe Experience Cloud", Forrester, 2018.

"What is Marketing Automation?", MarketingAutomation.com.



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.



Adobe