



LIMINAL
martech specialists

MARKETING AUTOMATION

VERDADES E MITOS

ÍNDICE

- 3** Introdução
- 4** Marketing Automation - O que é?
- 5** A base do Marketing Automation - as MAP
- 6** Marketing Automation: Verdades e Mitos
- 9** Benefícios do Marketing Automation
- 10** Entre na Era Liminal

A Automação de Marketing impulsiona um crescimento de 14,5% na produtividade das vendas e uma redução de 12,2% nas despesas gerais de marketing.

– (Nucleus Research)

Atualmente, a tecnologia é indissociável de quase todas as áreas de negócio. Também no marketing têm surgido ferramentas que possibilitam aumentar automatizar algumas tarefas repetitivas e potenciar os resultados do Marketing. Assim, os Marketeers conseguem ter tempo para se dedicar à parte mais estratégica e criativa do trabalho, com a garantia de que todos os outros processos estão a ser realizados da forma mais eficiente possível.

A automatização dos processos de marketing, permite a gestão mais eficaz da presença da marca em todos os pontos de contacto e, consequentemente, aumenta o sucesso do negócio.

Neste eBook, descubra mitos e verdades sobre Marketing Automation e o impacto das MAP - Marketing Automation Platform no Marketing.

MARKETING AUTOMATION - O QUE É?

Já quase todos os Marketeers ouviram falar em Marketing Automation. No entanto, poucos sabem exatamente o que significa. Na verdade, é um conceito complexo, que envolve várias plataformas e métodos. Tentando simplificar:

A Automação de Marketing é um conjunto de tecnologias que simplificam, automatizam e permitem medir tarefas e fluxos de trabalho de marketing, que resultam no aumento da eficiência operacional e da receita das empresas.

Geralmente, as empresas tentam controlar a presença em vários canais e gerir tudo em várias plataformas – como Mailchimp, Excel, Outlook ou Word. No entanto, há um momento em que este tipo de gestão se torna insustentável.

É nesta altura que o Marketing Automation se torna relevante, ao permitir gerir de forma eficaz todos os canais em que uma marca está presente e medir com precisão os resultados das ações de Marketing.

A BASE DO MARKETING AUTOMATION AS MAP

Geralmente, quando se pensa em maneiras práticas de aplicar o Marketing Automation, a maioria dos Marketeers pensam imediatamente em email marketing. As plataformas de email marketing, como o Mailchimp, fazem parte do Marketing Automation, mas são apenas uma pequena parte.

O Marketing Automation abrange todos os pontos de contacto de uma empresa, permitindo analisar individualmente a jornada de cada cliente. Ou seja, independentemente do ponto de contacto ter sido através de email, pesquisa orgânica, redes sociais, ou mesmo um evento físico, é sempre possível mapear todas as interações que cada cliente, ou potencial cliente, teve com a empresa e manter esse histórico atualizado e acessível em tempo real.

As plataformas que possibilitam a análise e registo das interações são as **MAP – Marketing Automation Platform**: ferramentas que permitem que, numa única plataforma, seja possível fazer o rastreio de leads, automatizar atividades de marketing e produzir relatórios completos de closed-loop sobre a eficácia de todas as atividades.



VERDADES E MITOS DO MARKETING AUTOMATION

- FACTO 1: O MARKETING AUTOMATION PERMITE VISUALIZAR JORNADAS INDIVIDUAIS E INTEGRAR MÚLTIPLOS CANAIS

O Marketing Automation permite integrar diversas touch points e canais de marketing, incluindo redes sociais, website, email marketing e interações com content marketing. Deste modo, consegue-se seguir cada jornada de compra individualmente e saber com maior precisão em que ponto do funil de conversão cada utilizador se encontra.

É possível saber que, por exemplo, um potencial cliente descobriu o site através de pesquisa orgânica, viu determinadas páginas e que, passado alguns dias, recebeu um e-mail, clicou no botão CTA (Call-to-Action) e, por fim, converteu.

***Dica:** A integração entre os múltiplos canais e plataformas permite categorizar os clientes e potenciais clientes por comportamentos, interesses e detalhes demográficos.*

- FACTO 2: **O MARKETING AUTOMATION PERMITE DEDICAR MAIS TEMPO À PARTE ESTRATÉGICA E CRIATIVA DA FUNÇÃO**

Ao automatizar tarefas que, de outro modo, levariam muito mais tempo a ser concluídas, o Marketing Automation permite que se dedique mais tempo ao conteúdo de cada campanha e ponto de contacto. Assim, aumenta consideravelmente a qualidade das interações com os potenciais clientes e, consequentemente, as vendas da empresa.

***Dica:** O Marketing Automation permite analisar e perceber qual a melhor hora para enviar emails, quais os assuntos de emails que resultam melhor e qual o tipo de comunicação que gera maiores conversões, por exemplo.*

- FACTO 3: **O MARKETING AUTOMATION PRECISA DE ESTRATÉGIA**

O Marketing Automation não fica completo sem a parte da estratégia. Não basta ter KPI e vários dados sobre o modo como os potenciais clientes interagem com a empresa. É necessário analisar essa informação e fazer mudanças práticas na estratégia de marketing para que todos esses esforços resultem no aumento de vendas.



- MITO 1: O MARKETING AUTOMATION É IMPESSOAL E ROBOTIZADO

Falso! O Marketing Automation torna mais fácil personalizar todos os pontos de contacto e comunicar com mensagens específicas para as necessidades de cada utilizador. Ou seja, fortalece a relação com a marca, tornando todas as interações mais pessoais e relevantes.

***Dica:** É possível enviar conteúdo dinâmico para cada perfil específicos de utilizadores. Por exemplo, podem ser enviadas mensagens específicas com base no comportamento de cada utilizador no website da empresa.*

- MITO 2: O MARKETING AUTOMATION UTILIZA SPAM

O Marketing Automation é uma das formas mais user-friendly de interagir com os potenciais clientes, porque é projetado para criar experiências personalizadas em todos os contactos com a marca.

BENEFÍCIOS DA AUTOMAÇÃO DE MARKETING

- 01. Gerar mais leads com o mesmo orçamento**
A Automação de Marketing permite utilizar os mesmos canais, mas de modo mais eficiente e fazer afinações baseadas em dados reais, recolhidos junto do público-alvo em tempo real. Assim, torna-se possível gerar mais leads, com o mesmo orçamento.
- 02. Provar o valor dos esforços de marketing**
A Automação de Marketing permite ter acesso a KPI precisos e atualizados em tempo real sobre cada ação de Marketing, tornando possível obter um relatório sobre o ROI das atividades de marketing.
- 03. Gerir o funil de leads com maior eficácia**
A automação de marketing permite perceber com total clareza em que fase do funil de marketing é que cada utilizador se encontra. Assim, é possível automatizar pontos de contacto e criar conteúdos específicos para que cada potencial cliente vá avançando no funil até ao momento de passar às vendas.
- 04. Alinhar Marketing e Vendas**
Ao fornecer insights preciosos sobre cada utilizador e como o público-alvo se comporta, o Marketing Automation permite que as ações de Marketing e de Vendas estejam sincronizadas.
- 05. Melhorar a experiência do cliente**
O Marketing Automation permite criar uma experiência altamente personalizada, melhorando a perceção e a relação com a marca.
- 06. Aumentar o valor médio de compra**
As recomendações personalizadas de produtos ou serviços são uma forma eficaz de cross-sell e up-sell. Este tipo de estratégia gera conversões e estimula os clientes a gastar mais em cada transação, aumentando o valor médio de compra.



ENTRE NA ERA LIMINAL

A Liminal ajuda os gestores a aumentar a sua performance de marketing e vendas, pela redução da complexidade tecnológica, integrando o marketing tradicional e o digital, para entregar uma experiência superior ao cliente, capaz de impulsionar os negócios.

Unimos o Marketing e a Tecnologia para expandir o seu negócio.

Somos uma equipa composta por diferentes gerações. Unida por uma única visão. Cruzamos competências e know-how de Estratégia & Gestão, Marketing & Vendas, IT & Analytics, com vasta experiência executiva em múltiplos mercados.

QUERO ENTRAR NA ERA LIMINAL



Instituto Pedro Nunes -
Incubadora
Rua Pedro Nunes, Edifício C
3030-199 Coimbra - PORTUGAL

+351 239 239 700 300
hello@liminal.pt
www.liminal.pt