

A close-up photograph of a human hand reaching towards a grey, mechanical robotic gripper. The gripper has two fingers and a central actuator. The background is blurred, showing a light blue and green environment. A solid blue rectangle is positioned in the top right corner, containing the company logo.

LIMINAL
martech & business experts

CURVA DE MATURIDADE EM AUTOMAÇÃO DE MARKETING

DESCUBRA EM QUE NÍVEL DE
AUTOMAÇÃO ESTÁ A SUA EMPRESA

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	1
NÍVEL 0: O INÍCIO - EMAIL MARKETING BÁSICO	2
NÍVEL 1: PRIMEIROS PASSOS - EXPLORAÇÃO DA AUTOMAÇÃO	5
NÍVEL 2: CRESCIMENTO - INTEGRAÇÃO E SEGMENTAÇÃO	8
NÍVEL 3: AVANÇO - PERSONALIZAÇÃO E ALINHAMENTO ESTRATÉGICO	11
NÍVEL 4: MATURIDADE - NUTRIÇÃO DE RELAÇÕES A LONGO PRAZO	14
NÍVEL 5: EXCELÊNCIA - OTIMIZAÇÃO COM INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL	17
SOBRE A LIMINAL	22

INTRODUÇÃO

A Automação de Marketing tem se tornado uma ferramenta essencial para empresas que desejam melhorar a eficiência e eficácia das suas estratégias de marketing. Para compreender como uma organização pode evoluir no uso desta tecnologia, é útil visualizar o progresso através de uma Curva de Maturidade em Automação de Marketing. Essa curva é dividida em diferentes níveis, cada um representa uma fase de desenvolvimento e sofisticação no uso de ferramentas de automação.

Este eBook detalha cada um desses níveis, fornecendo insights sobre as características e competências de negócio necessárias para progredir na Curva de Maturidade. Ao entender e implementar as práticas recomendadas para cada nível, as empresas podem maximizar a eficiência das suas campanhas de marketing e obter um retorno sobre o investimento significativamente maior.

Segundo o estudo da Spiralytics sobre Automação de Marketing em 2023, retiramos os seguintes insights:

- 72% das empresas que apresentam resultados de crescimento utilizam automação de marketing.
- Cerca de 39% das empresas reconhecem que a automatização do marketing tem potencial para gerar leads de alta qualidade
- Para 43% dos profissionais de marketing, a vantagem mais significativa da automação de marketing reside na sua capacidade de melhorar a experiência global do cliente.
- 35% referem que a automação de marketing melhorou a qualidade dos dados e a tomada de decisões.

CURVA DE MATURIDADE EM AUTOMAÇÃO DE MARKETING



Adaptado de: Marketo

NÍVEL 0: O INÍCIO

EMAIL MARKETING BÁSICO

No Nível Zero da Curva de Maturidade em Automação de Marketing, o foco principal é o email marketing básico, sem qualquer automação. As empresas enfrentam o desafio de comunicar de forma eficaz com os seus clientes, enviando mensagens genéricas e pouco personalizadas. A falta de automação resulta em comunicações que não são adaptadas ao momento certo, ao conteúdo certo, ou ao canal adequado, dificultando a capacidade de compreender plenamente os resultados das campanhas.

VALOR ESTRATÉGICO

O valor estratégico no Nível 0 é limitado devido à falta de automação e personalização. As empresas que operam neste nível geralmente dependem de táticas de email marketing básico, que resultam em comunicações genéricas e menos eficazes. A principal vantagem estratégica é a capacidade de começar a construir uma base de dados e iniciar a comunicação com os clientes.

No entanto, a ausência de processos automatizados e a falta de integração de dados significam que as empresas não conseguem segmentar efetivamente o público, medir com precisão o desempenho das campanhas, nem atribuir receitas diretamente às atividades de marketing.





COMPETÊNCIAS DE MARKETING

As competências de marketing são básicas e centradas principalmente em atividades de email marketing não automatizadas. As empresas que se encontram neste nível geralmente apresentam as seguintes competências:

- Envio de Emails em Massa;
- Criação de Conteúdo de Email;
- Gestão de Listas de Contactos;
- Relatórios Básicos de Email;
- Design de Email;
- Promoções e Ofertas Genéricas;
- Gestão Manual de Campanhas.

Saiba mais sobre estas funcionalidades neste [artigo](#).

COMPETÊNCIAS DE NEGÓCIO

Neste nível, as competências de negócio são bastante rudimentares e incluem objetivos de curto prazo, sem uma visão estratégica de longo prazo. A coordenação e comunicação entre diferentes equipas de marketing e outras áreas da empresa são inconsistentes, resultando em falta de alinhamento. A maioria dos processos são manuais e fragmentados, o que gera ineficiências operacionais e pouca escalabilidade.

PRÓXIMOS PASSOS PARA O CRESCIMENTO

Para as empresas no Nível Zero da Curva de Maturidade em Automação de Marketing, os próximos passos para o crescimento e a transição para o Nível Um envolvem várias ações estratégicas e operacionais. Neste processo, é crucial estabelecer uma base sólida para o uso de ferramentas de automação de marketing e integrar práticas que permitam uma evolução contínua, como por exemplo:

- Adotar Ferramentas Básicas de Automação;
- Definir Metas de Curto Prazo;
- Desenvolver Processos Repetíveis;
- Integrar Equipas de Marketing e Vendas;
- Investir em Formação;
- Utilizar Relatórios e Métricas;
- Testar e Otimizar;

Ao implementar estas ações, as empresas estarão a construir uma base sólida para a automação de marketing. A transição para o Nível Um será marcada pela capacidade de realizar campanhas automatizadas básicas com eficácia.

Na Liminal, temos a experiência e as ferramentas necessárias para guiar a sua empresa nesta jornada, ajudando a maximizar o potencial da automação de marketing desde o primeiro passo.

PEÇA JÁ O SEU DIAGNÓSTICO

NÍVEL 1: PRIMEIROS PASSOS

EXPLORAÇÃO DA AUTOMAÇÃO

No primeiro nível, as empresas encontram-se nas fases iniciais da adoção e implementação da automação de marketing. Isso significa que estão a começar a reconhecer as ineficiências nas suas práticas de marketing atuais e maneiras de melhorar. No entanto, as suas estratégias de automação de marketing ainda se encontram numa fase básica, com foco principalmente em campanhas de e-mail e com pouca personalização ou segmentação.

VALOR ESTRATÉGICO

Existe uma crescente consciência das falhas nas práticas de marketing atuais e as empresas começam a perceber a importância de satisfazer as necessidades dos clientes de forma mais eficaz. Muitas vezes, essas práticas ainda se baseiam principalmente em e-mails ou eventos. O relatório é feito de forma ad hoc, o que limita a compreensão global do desempenho das campanhas.

Esta consciencialização é um marco crucial no desenvolvimento de uma empresa, pois indica um reconhecimento das áreas em que é necessário melhorar e um empenho contínuo para oferecer um serviço de qualidade ao cliente. Esta consciencialização não só identifica oportunidades de melhoria, mas também proporciona uma base sólida para a consultoria de negócios.



COMPETÊNCIAS DE MARKETING

- As atividades de marketing são básicas e manuais.
- A automação de marketing centra-se em campanhas de e-mail em massa, com pouca personalização ou segmentação.
- Habilidade para criar pages e formulários simples.
- Há integração limitada entre sistemas de automação de marketing e CRM.
- As informações do cliente são mantidas separadamente, dificultando uma visão unificada do cliente.

- As análises das campanhas são feitas de forma pontual e geralmente focam-se em métricas básicas, como taxas de abertura de e-mails e cliques.
- Falta uma visão completa do desempenho das campanhas ou do seu impacto nos objetivos de negócios.
- São usadas ferramentas básicas para analisar as visitas do site e otimizar a entrega de e-mails, mas a sua utilização é limitada e não está integrada de forma abrangente às estratégias de marketing.

Saiba mais sobre estas funcionalidades neste [artigo](#).

COMPETÊNCIAS DE NEGÓCIO

As competências de negócio são metas de curto prazo que guiam as atividades de marketing. Existe uma falta de alinhamento entre as equipas e também processos fragmentados que dificultam a implementação e eficácia das estratégias de marketing. As decisões tomadas são principalmente táticas e são baseadas em processos manuais em vez de dados e insights.





PRÓXIMOS PASSOS PARA O CRESCIMENTO

Para as empresas do Primeiro Nível da Automação de Marketing, é importante reconhecer tanto os benefícios quanto os desafios associados à automação de marketing. Ao compreender onde se encontram na fase de maturidade da automação de marketing, as empresas podem começar a traçar um caminho claro para o crescimento.

Isso pode envolver uma série de medidas, como investir em tecnologia de automação de marketing mais avançada, integrar sistemas de automação de marketing com outras fontes de dados e

alinhar equipes e processos. Ao fazer isso, as empresas podem progredir ao longo da Curva de Maturidade em Automação de Marketing e alcançar novos patamares de sucesso nas suas iniciativas de marketing.

Na Liminal, estamos prontos para ajudar a sua empresa a implementar estas medidas e a alcançar a excelência na automação de marketing, impulsionando o seu sucesso de forma consistente e sustentável.

QUERO CRESCER

NÍVEL 2: CRESCIMENTO INTEGRAÇÃO E SEGMENTAÇÃO

No segundo nível, as empresas estão a avançar para um patamar de maior distinção. Agora, o foco está em campanhas personalizadas e automatizadas, para atrair novos clientes e manter os já existentes.

VALOR ESTRATÉGICO

Esta fase é marcada por um aumento na eficácia das táticas de marketing, à medida que as empresas começam a automatizar os processos dentro de um único canal e a medir e analisar o desempenho das campanhas. Ainda assim, existe consciência das falhas nas práticas de marketing e as empresas começam a ter noção de quais os caminhos que devem percorrer para satisfazer as necessidades dos clientes, apesar de ainda estarem muito focadas em abordagens de marketing por email ou eventos.





COMPETÊNCIAS DE MARKETING

- As campanhas de e-mail são feitas com base em trigger events, permitindo uma abordagem mais direcionada e personalizada.

- São usadas campanhas de nutrição para envolver as leads, dar a conhecer o produto ou serviço.

- Existe uma personalização de e-mail e é aplicada para melhor atender às necessidades e interesses individuais dos potenciais clientes.

- Segmentação demográfica.

- São ativadas funcionalidades de Scoring.

- Os relatórios das campanhas são feitos para fornecer uma visão abrangente do desempenho das mesmas, desde a angariação de leads até à conversão.

- A integração das redes sociais no mix de comunicação de marketing permite uma abordagem mais ampla e integrada para alcançar e a audiência em diferentes plataformas.

- As landing pages são criadas com capacidades adaptação a cada utilizador individual,

- O conteúdo é personalizado de acordo com as características e interesses dos utilizadores, proporcionando uma experiência mais relevante e envolvente.

- Em negócios B2B, as estratégias de marketing são direcionadas para contas específicas, Account-Based Marketing.

Saiba mais sobre estas funcionalidades neste [artigo](#).

COMPETÊNCIAS DE NEGÓCIO

As competências de negócio são fundamentais para orientar e impulsionar as atividades de marketing. No entanto, ainda existem desafios a superar. Embora as metas e objetivos de curto prazo forneçam uma direção clara, o alinhamento entre as equipes ainda é inconsistente, o que pode resultar em lacunas na comunicação e coordenação. Além disso, embora haja processos repetíveis em vigor, há espaço para melhorias na integração de ferramentas para garantir uma eficiência operacional máxima. As métricas e KPI acordados são utilizados para avaliar o desempenho, mas é necessário um refinamento adicional para garantir uma avaliação precisa e abrangente do sucesso das campanhas.



PRÓXIMOS PASSOS PARA O CRESCIMENTO

Para as empresas do Segundo Nível da Automação de Marketing, é crucial reconhecer os benefícios e os desafios associados a esta fase para estabelecer um plano claro de crescimento.

Com a Liminal saiba onde investir em tecnologia avançada de automação de marketing, integrar sistemas com outras fontes de dados e alinhar equipes e processos.

FALE CONNOSCO

NÍVEL 3: AVANÇO

PERSONALIZAÇÃO E ALINHAMENTO ESTRATÉGICO

No terceiro nível, as empresas atingem um patamar ainda mais avançado na curva de maturidade em automação de marketing. Agora, estão a procurar um alinhamento estratégico, de organização e processos que apoie a personalização e segmentação das campanhas. O objetivo principal das empresas é envolver de forma mais eficaz os potenciais clientes e os já existentes, através de comunicações automatizadas feitas em diferentes canais.

VALOR ESTRATÉGICO

Neste nível, as empresas atingem um alinhamento estratégico significativo, dando prioridade à segmentação e personalização da comunicação do marketing, sendo esta integrada em vários canais. Os relatórios são mais abrangentes, incluindo análises detalhadas do desempenho das campanhas de marketing. Embora ainda em desenvolvimento, a atribuição de receita às campanhas é reconhecida como uma prática valiosa.



COMPETÊNCIAS DE MARKETING

As campanhas de marketing abrangem vários canais, permitindo uma presença mais ampla e integrada em diversas plataformas de comunicação.

O processo de nutrição de leads está mais avançado.

A segmentação é agora uma prática comum, permitindo a divisão do público-alvo com base em comportamentos e interações, o que possibilita uma comunicação mais precisa e direcionada.

O modelo de atribuição de receita é utilizado para compreender melhor o impacto das iniciativas de marketing nas receitas obtidas, proporcionando insights valiosos sobre o ROI.

Existem ferramentas avançadas de análise de campanhas e são implementadas para avaliar o desempenho das iniciativas de marketing de forma abrangente, permitindo uma otimização contínua e informada das estratégias aplicadas.

A integração móvel é agora uma parte essencial da estratégia de marketing, com a incorporação de SMS e comunicações via Apps para alcançar e nutrir os utilizadores em dispositivos móveis.

O conteúdo web preditivo é utilizado para personalizar a experiência no site, com base no comportamento e histórico da navegação dos utilizadores, proporcionando uma jornada mais relevante.

A integração de múltiplas fontes de dados permite uma compreensão mais abrangente dos clientes, combinando dados de várias fontes para criar perfis de clientes mais completos e detalhados.

A segmentação de anúncios é aplicada para identificar novos públicos-alvo com características semelhantes aos clientes existentes, permitindo uma abordagem mais eficaz na aquisição de novos clientes.

Saiba mais sobre estas funcionalidades neste [artigo](#).

COMPETÊNCIAS DE NEGÓCIO

As competências de negócio deste nível assumem uma perspectiva a longo prazo, com objetivos plurianuais estabelecidos para orientar as atividades de marketing. O alinhamento entre várias unidades de negócio é uma prioridade, visando uma coordenação eficaz e uma comunicação consistente em toda a organização. Os processos transversais entre diferentes áreas de negócio são escaláveis e eficientes, facilitando uma operacionalização fluida das estratégias de marketing. A integração avançada de ferramentas é uma realidade, permitindo uma maximização da eficácia operacional, por fim, a tomada de decisões colaborativas, baseada em resultados, é promovida, garantindo uma avaliação precisa e abrangente do sucesso das campanhas de marketing.

PRÓXIMOS PASSOS PARA O CRESCIMENTO

No Terceiro Nível da Automação de Marketing as empresas estão focadas no alinhamento dos processos para suportar a segmentação e personalização, permitindo uma comunicação automatizada através de vários canais.

Na Liminal, ajudamos a sua empresa a otimizar processos e a alcançar um novo nível de segmentação e personalização, garantindo comunicações automatizadas eficazes em todos os canais.

QUERO CRESCER

NÍVEL 4: MATURIDADE NUTRIÇÃO DE RELAÇÕES A LONGO PRAZO

No quarto nível, as empresas atingem o último patamar da Curva de Maturidade em Automação de Marketing. Assim, este nível é caracterizado pela capacidade de manter relações de longa duração através de diversos canais, mantendo comunicações personalizadas durante todo o ciclo de vida do cliente.

VALOR ESTRATÉGICO

Neste nível, as empresas alcançam um alinhamento estratégico significativo, dando prioridade à segmentação e personalização da comunicação de marketing, integrada em diversos canais. Os relatórios são mais abrangentes, incluindo análises detalhadas do desempenho das campanhas de marketing. Embora ainda em desenvolvimento, a atribuição de receita às campanhas é reconhecida como uma prática importante. Este nível é caracterizado pela maturidade do valor estratégico, com o planejamento realizado por toda a empresa. A comunicação individual e personalizada ao longo do ciclo de vida do cliente é uma prioridade, respondendo às necessidades e desejos dos mesmos. Existe uma compreensão clara dos objetivos do planejamento e dos resultados que proporcionam receitas de marketing.



COMPETÊNCIAS DE MARKETING

As campanhas são acionadas com base no ciclo de vida do cliente, permitindo uma comunicação personalizada e direcionada em todos os canais.

O conteúdo preditivo é distribuído em vários canais para antecipar as necessidades dos clientes, aumentando a relevância e a eficácia das campanhas de marketing.

As campanhas são executadas de forma coordenada e integrada em todos os canais, proporcionando uma experiência consistente em todos os pontos de contacto com o cliente.

É realizada uma análise avançada de receitas para compreender completamente o impacto das campanhas de marketing no resultado final da empresa.

As iniciativas de marketing são conduzidas por toda a empresa, garantindo uma abordagem única e consistente em todos os mercados e regiões.

Saiba mais sobre estas funcionalidades neste [artigo](#).

COMPETÊNCIAS DE NEGÓCIO

Neste nível, as competências de negócio adotam uma visão a longo prazo, com a estipulação de objetivos plurianuais que direcionam as atividades de marketing. O alinhamento entre diferentes unidades de negócio assume prioridade, tendo uma coordenação eficiente e uma comunicação coerente em toda a empresa. Os processos interdepartamentais são escaláveis e eficazes, facilitando a implementação das estratégias de marketing. A integração avançada de ferramentas é uma realidade, permitindo a maximização da eficiência operacional.

PRÓXIMOS PASSOS PARA O CRESCIMENTO

No Nível Quatro da Curva de Maturidade em Automação de Marketing, destaca-se a capacidade de nutrir as relações de longo prazo através de diversos canais. Isto implica que as empresas possam estabelecer comunicações personalizadas e eficazes ao longo de todo o ciclo de vida do cliente, com um foco claro nas suas necessidades e desejos. Ao investir em tecnologias avançadas de automação de marketing e integrar sistemas com outras fontes de dados, as empresas podem atingir novos patamares de sucesso nas suas estratégias de marketing.

Solicite um diagnóstico gratuito com um consultor [Liminal](#) e descubra o caminho para o sucesso da automação de marketing na sua empresa.

PEÇA JÁ O SEU DIAGNÓSTICO

NÍVEL 5: EXCELÊNCIA OTIMIZAÇÃO COM INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

No Nível Cinco da Curva de Maturidade em Automação de Marketing, atingimos um patamar avançado onde o foco é a integração da inteligência artificial e automação para alcançar uma comunicação altamente personalizada e eficaz. A grande aspiração da automação de marketing nesta fase é comunicar com a pessoa certa, na altura certa, com o conteúdo certo, pelo meio certo, e compreender plenamente os resultados.

Neste nível, as empresas têm a capacidade de implementar uma automação de marketing altamente sofisticada, com um entendimento claro dos objetivos do planeamento e dos resultados que proporcionam receitas de marketing. Seguindo as melhores práticas e recomendações, a implementação de um software de automação de marketing nesta fase deve ser estruturada de forma a garantir o maior retorno sobre o investimento possível.

VALOR ESTRATÉGICO

As empresas quando atingem o nível 5 da automação de marketing, acalçam uma estratégia avançada, com comunicações altamente personalizadas e adaptativas em tempo real através de diversos canais. Assim, a inteligência artificial e a automação desempenham papéis cruciais na capacidade das empresas de antecipar e responder às necessidades e desejos individuais dos clientes ao longo de todo o ciclo de vida.

Os workflows automatizados são acionados por triggers específicos, como a subscrição de formulários, atividade de compra anterior ou comportamento em sites e campanhas. Estes entregam conteúdos relevantes através de múltiplos canais, como e-mail, push notifications, SMS ou anúncios pagos, até atingir objetivos como a conversão de um trial ou repetição de compra.

Os softwares de automação utilizam inteligência artificial para processar dados de múltiplos canais e criar perfis detalhados dos clientes. Esses perfis são utilizados para prever e recomendar ações com base na propensão e valor estimado para a empresa.

A construção automática de páginas web e experiências adaptadas individualmente a cada cliente é uma realidade. A capacidade de compreender e antecipar as necessidades dos clientes, aliada à automação altamente personalizada, posiciona as empresas neste nível a alcançar um ROI excepcionalmente alto nas iniciativas de marketing.

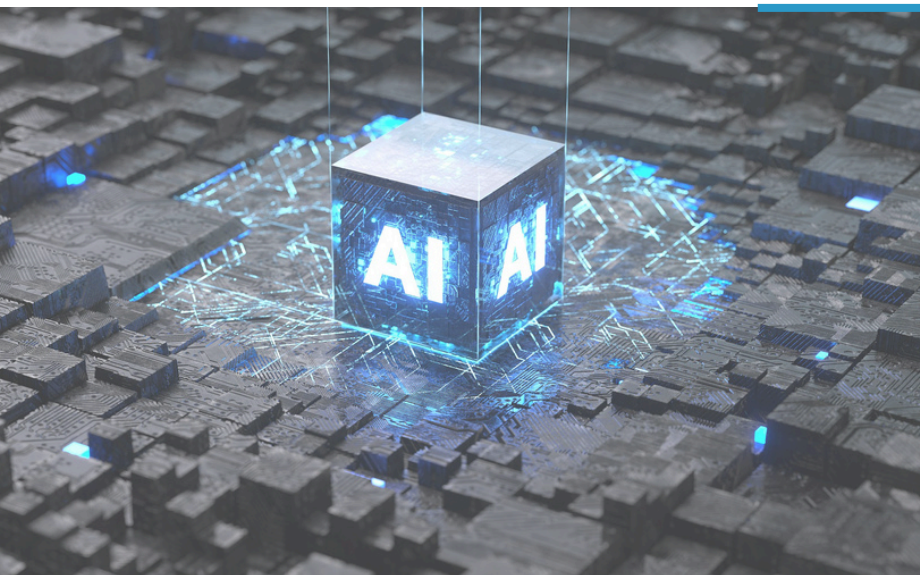


HIPERPERSONALIZAÇÃO

Neste nível, objetivo a atingir é o da hiperpersonalização. Quando a informação é combinada entre segmentos e momentos de verdade com o conteúdo correspondente sob a forma de mensagens criativas e feeds de conteúdo, aproxima-se o mais possível da hiperpersonalização. Ao fazê-lo, estamos a criar uma experiência do cliente verdadeiramente memorável e diferenciadora – uma experiência que não só lhe trará retorno sobre o investimento, como também conquistará a fidelização dos clientes.

Do ponto de vista do marketing e das vendas, os cenários de aplicação da AI oferecem (dentro de certos limites) a possibilidade de:

- **Hiperpersonalização:** O ChatGPT pode ser adaptado a conjuntos de dados específicos ou a objetivos específicos, por exemplo, para que possa fornecer respostas personalizadas adaptadas a grupos-alvo ou casos de utilização específicos.
- **Criação de respostas zero:** a criação de respostas a pedidos sem precedentes sem qualquer afinação ou formação adicional.
- **Compreensão contextual:** As aplicações como o ChatGPT são capazes de manter uma compreensão consistente do contexto de uma conversa, permitindo-lhe criar respostas que são ou parecem ser relevantes e adequadas ao tema.



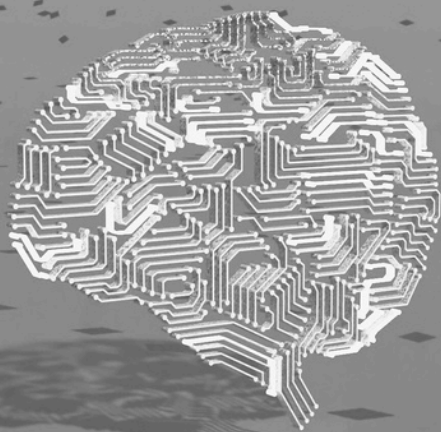
COMPETÊNCIAS DE MARKETING

- Marketing Automation;
- Customer Data Platform (CDP);
- Customer Journey Orchestration (CJO);
- Next best-action Customer Journey Automation;
- AI-Driven Journey Triggers;
- Identity Resolution;
- Hyper Segmentation Center;
- Predictive Lead Scoring Software;
- Buying Intent Signals;
- Automatic Target Accounts Recommendations;
- Brand Voice;
- Content Remix;
- Multivariate Tests;
- Adaptive Testing;
- Personalize emails at open time;
- Personalized recommendation frames;
- Real-time Personalization at POS.

Saiba mais sobre estas funcionalidades e veja como funcionam neste [artigo](#).

COMPETÊNCIAS DE NEGÓCIO

Neste nível, as empresas utilizam a inteligência artificial e automação para oferecer comunicações altamente personalizadas em tempo real por meio de diversos canais. A análise de dados avançada é aplicada para criar perfis detalhados dos clientes e prever ações com base na propensão e valor estimado para a empresa. Workflows automatizados são acionados por triggers específicos, fornecendo conteúdos relevantes até atingir objetivos como conversão ou repetição de compra, resultando um alto retorno sobre o investimento nas iniciativas de marketing.



PRÓXIMOS PASSOS PARA O CRESCIMENTO

No Nível 5 da Curva de Maturidade em Automação de Marketing, os próximos passos para o crescimento incluem investir em inteligência artificial avançada para melhorar a personalização em tempo real, expandir a automação para novos canais e tecnologias emergentes, desenvolver capacidades de análise preditiva para otimizar estratégias com base no comportamento dos clientes, aprofundar a personalização com insights detalhados e interações automatizadas, e focar na mensuração precisa do ROI e no valor estratégico das iniciativas.

Estas medidas impulsionarão o crescimento e a eficácia das estratégias de automação de marketing, oferecendo experiências altamente personalizadas aos clientes ao longo de todo o ciclo de vida.

A Liminal ajuda a implementar essas estratégias, maximizando os resultados e o retorno sobre o investimento.

CRESCA COM A LIMINAL



SOBRE A LIMINAL

Enquanto especialistas em martech (Marketing Technologies), a Liminal tem vindo a conseguir melhorar os resultados de marketing e de vendas de várias empresas, assegurando as condições para o sucesso de programas de automação de marketing.

Com a Liminal terá acesso a peritos que farão a análise, desenho e implementação de estratégias e operações de marketing e vendas, suportadas por sistemas tecnológicos, como a Automação de Marketing, que garantem o crescimento do seu negócio. Agende já um diagnóstico gratuito com um especialista Liminal.



Análise e Estratégia

Diagnosticamos a maturidade digital da sua empresa e a performance de marketing e vendas, para automatizar fluxos de trabalho e desenhar uma estratégia de transformação que envolve pessoas, processos e tecnologias.



Implementação MarTech

Customizamos software low-code/no-code de Inteligência Artificial, CRM, Automação e Analítica, para suportar estratégias, operações, processos repetíveis e escaláveis de Sales Outreach, Go-to-Market, Nurturing e RevOps.



Melhoria Contínua

Otimizamos e fazemos a melhoria contínua de processos e sistemas, assegurando que as MarTech contribuem para a automação inteligente do negócio e amplificam as capacidades das suas equipas de marketing e vendas.

PEÇA JÁ O SEU DIAGNÓSTICO

The logo is contained within a white rectangular border. It features the word "LIMINAL" in a large, white, sans-serif font. Below it, the tagline "martech & business experts" is written in a smaller, white, sans-serif font. The background of the logo area is dark blue with faint white geometric lines and hexagonal shapes.

LIMINAL
martech & business experts

WHERE
MARTECH
MEETS BUSINESS