

Como aumentar o número de vendas com automação de marketing

O mercado de automação de marketing deve crescer 12,8% até 2027, com investimentos de até 9,5 bilhões de dólares

Muitas empresas buscam maneiras de otimizar suas estratégias e maximizar resultados. A automação de marketing surge, justamente, como uma solução para esse desafio, permitindo que negócios de todos os tamanhos gerenciem suas campanhas de maneira mais eficiente e personalizada.

Este recurso atrai leads qualificados, possibilitando sua conversão em clientes fiéis. Ao utilizar softwares de automação, as empresas podem nutrir leads com conteúdo relevante, automatizar e-mails de follow-up e segmentar campanhas de acordo com o comportamento do cliente.

Além de simplificar as tarefas, esse processo garante que cada cliente receba a mensagem certa no momento correto. De acordo com um estudo da MarketSandMarkets, o mercado de automação de marketing deve crescer 12,8% até 2027, com investimentos de até 9,5 bilhões de dólares.

• **Taxa de conversão e jornada do cliente** - Segundo Renato Torres, empresário e especialista em tecnologia e marke-



ting, é preciso entender a jornada do cliente para atrair e manter novos consumidores a longo prazo. “A automação possibilita um acompanhamento mais eficiente desse processo, desde a atração até a conversão. Isso aumenta a eficiência das vendas e melhora a experiência dos clientes, que recebem conteúdo relevante no momento certo”, destaca.

• **Análise dos processos** - Para as empresas que desejam implementar a automação de marketing ou reestruturar esse recurso em seus negócios, Renato Torres detalha que pode ser relevante começar com uma análise detalhada dos processos atuais.

“É importante entender onde estão os gargalos e como a automação pode ajudar a resolvê-los. Em seguida, escolher as ferramentas que melhor se adequam às necessidades da empresa e investir em treinamentos para a equipe, facilitando o entendimento dos novos recursos disponíveis”, segundo Renato.

O especialista explica que a automação de marketing pode surgir como uma solução estratégica para quem busca eficiência e resultados mais expressivos nas vendas. “Visto o cenário atual, resultados obtidos, investimentos nessas ferramentas e potencial para os próximos anos, é possível dizer que o futuro das vendas está na integração inteligente

entre tecnologia e marketing”, salienta.

• **Uma contínua busca por inovação** - Empresas que implementam essas tecnologias de forma estratégica melhoram a eficiência das vendas e fortalecem suas marcas, construindo relacionamentos duradouros com seus clientes.

“Aqueles que conseguem essa integração entre tecnologia e o marketing, transformam desafios em oportunidades de crescimento, atraindo clientes, maximizando a lucratividade e tornando-se uma marca de destaque em seu campo de atuação”, finaliza o especialista. - Fonte e mais informações, acesse (@orenatorres).

Uma gestão eficiente de marca pode elevar o valor de serviços e produtos

Empresas e profissionais enfrentam o constante desafio de se destacar e agregar valor aos seus serviços e produtos. Segundo dados levantados pela Accenture Strategy, 89% dos consumidores permanecem fiéis às marcas que compartilham seus valores, mostrando que uma marca forte é uma ferramenta essencial para se destacar no mercado e competir com a concorrência.

A pesquisa da McKinsey & Company corrobora com esse fato, mostrando que empresas com uma marca consistente podem experimentar um aumento de até 20% na disposição dos consumidores em pagar um preço premium por seus serviços ou produtos.

Para Daiane Milani, empresária especialista em branding, o posicionamento de marca vai além de um simples logotipo ou slogan. Trata-se de como uma empresa é percebida por seus clientes e pelo mercado.

“Desde a identidade visual até a forma como se comunica, inclusive o dress code do time, cada detalhe contribui para a construção de uma imagem sólida e confiável”, explica. Uma marca bem definida pode ser o diferencial entre ser apenas mais um no mercado ou se tornar uma referência em seu segmento.

“Com as demandas de um empresário ou empreende-

dor, a gestão de marca, muitas vezes, fica em segundo plano. Porém, é uma área que alinha todas as formas de comunicação da empresa, desde as redes sociais até o atendimento ao cliente, passando pela qualidade do serviço prestado. Todos esses pontos devem estar em plena harmonia”, completa.

• **Elevando seu valor de mercado** - O valor percebido pelos clientes está diretamente ligado à forma como a empresa se coloca no mercado. “Quando uma marca consegue transmitir seus valores, missão e propósito de maneira clara e consistente, cria uma conexão emocional com seus clientes, justificando, muitas vezes, um preço mais alto pelos serviços ou produtos oferecidos”, complementa a especialista.

Investir em um bom posicionamento pode exigir um planejamento cuidadoso e, muitas vezes, uma reestruturação completa da imagem da empresa. No entanto, segundo Milani, os resultados valem a pena.

“Empresas que conseguem se diferenciar não apenas atraem mais clientes, mas também fidelizam aqueles que já possuem, criando um ciclo de crescimento e valorização do serviço”, finaliza. - Fonte e outras informações: (<https://www.instagram.com/daiamilani/>).



Carol Olival (*)

Economia da Criatividade #FullSailBrazilCommunity

O impacto das redes sociais nas vendas online

As redes sociais têm desempenhado um papel fundamental na transformação do comportamento de compra dos consumidores e na maneira como as empresas conduzem seus negócios online. Com bilhões de usuários ativos em plataformas como Facebook, Instagram, Twitter, TikTok e LinkedIn, as redes sociais oferecem oportunidades sem precedentes para as empresas alcançarem e engajarem seu público-alvo. Este texto explora como as redes sociais influenciam o comportamento de compra, estratégias eficazes para aumentar as vendas através dessas plataformas e estudos de caso de empresas que obtiveram sucesso com social selling.

As redes sociais têm o poder de moldar percepções e influenciar decisões de compra de várias maneiras. Primeiramente, elas oferecem uma plataforma para os consumidores descobrirem novos produtos e serviços. Através de anúncios segmentados, postagens de influenciadores e compartilhamentos de amigos, os usuários são expostos a uma variedade de opções que podem despertar seu interesse.

Além disso, as redes sociais facilitam a pesquisa e a comparação de produtos. Os consumidores podem ler avaliações, assistir a vídeos de demonstração e participar de discussões sobre a qualidade e a eficácia de um produto antes de tomar uma decisão de compra. Esse acesso a in-

formações detalhadas e feedback de outros usuários ajuda a construir confiança e reduzir o risco percebido associado à compra online.

Outro aspecto crucial é a prova social. Quando os consumidores veem seus amigos e influenciadores que admiram utilizando e recomendando um produto, eles são mais propensos a acreditar na qualidade do produto e, eventualmente, comprá-lo. As redes sociais também permitem que as marcas criem uma comunidade em torno de seus produtos, incentivando os usuários a compartilhar suas próprias experiências e a se envolverem ativamente com a marca.

Para capitalizar o potencial das redes sociais e aumentar as vendas online, as empresas precisam implementar estratégias bem planejadas, tais como o marketing de conteúdo Visual (imagens de alta qualidade, vídeos curtos e stories, são extremamente eficazes para captar a atenção dos usuários), as parcerias com influenciadores (a curadoria deve levar em conta alinhamento com os valores da marca e cujo público corresponda ao público-alvo desejado, as empresas podem aumentar a visibilidade e credibilidade de seus produtos), e a publicidade paga, ao lado de promoções, campanhas exclusivas e até mesmo concursos. Oferecer descontos, brindes ou a chance de ganhar prêmios cria um senso de urgência e incentiva os seguidores a agir.

As redes sociais não são apenas uma plataforma de marketing, mas também um canal de comunicação direta com os clientes. Responder rapidamente a perguntas e comentários, resolver problemas e interagir com os seguidores de forma genuína pode melhorar a satisfação do cliente e fomentar a lealdade à marca.

O impacto das redes sociais nas vendas online é inegável. Elas oferecem às empresas uma plataforma poderosa para influenciar o comportamento de compra, engajar consumidores e aumentar as vendas. Implementar estratégias eficazes, como marketing de conteúdo visual, parcerias com influenciadores, publicidade paga, gerando engajamento direto com os clientes através de promoções exclusivas, pode transformar a presença digital de uma marca. À medida que as redes sociais continuam a evoluir, as empresas que adaptarem suas estratégias para se conectar autenticamente com seus consumidores estarão melhor posicionadas para alcançar o sucesso a longo prazo.

(*) - Com graduação em Arquitetura e Urbanismo, pós-graduação em Administração, MBA em Empreendedorismo e Inovação e Mestrado em Marketing Digital, Carol Olival conta com mais de 20 anos de atuação no mercado de educação. Tem foco nas áreas de vendas e marketing e experiência como empreendedora e gestora de escolas próprias. Autora de três livros sobre educação e treinamento corporativo e TEDx speaker, hoje Carol atua como Community Outreach Director da Full Sail University, provendo constantes debates sobre como o binômio criatividade e tecnologia são necessários a todos profissionais do cenário atual, e o papel da educação dentro desse contexto