

A importância da distribuição estratégica de conteúdo no marketing B2B

Mário Soma (*)

Uma das falhas mais frequentes que tenho notado nas imersões dos novos contratos do mercado B2B, além de aspectos de branding, é a falta de atenção na distribuição de conteúdos que ressoam em todos os touchpoints das ações de marketing

Sim, isso é crucial para o sucesso nas vendas e merece atenção. Caso contrário, muito esforço será feito em vão. Como destaca Sean Ellis, fundador da GrowthHackers, "maximizar cada touchpoint é essencial para o crescimento sustentável. Cada interação conta e molda a percepção do seu cliente sobre sua marca".

Segundo a mais recente Pesquisa de Marketing da Forrester, 64% dos executivos responsáveis por compras no mercado B2B reconheceram que não confiam na medição de marketing de sua empresa para a tomada de decisões.

Essa "falta de confiança" é preocupante, uma vez que a jornada de compra B2B é complexa e repleta de nuances, exigindo uma estratégia de marketing que valorize cada ponto de contato como uma oportunidade única de envolvimento e conversão.

Compartilho os pontos principais dessa estratégia. Confira:

• O número de touchpoints é dinâmico - A pergunta sobre o número ideal de touchpoints necessários para converter um cliente B2B revela um espectro dinâmico de respostas. Enquanto o HubSpot sugere cerca de oito, outros especialistas propõem números que variam de sete a dez.

Andrew Chen, autoridade em growth, nos lembra que além da quantidade e qualidade dos conteúdos, a otimização de cada ponto de contato da marca é crucial para a cons-

trução de uma boa estratégia de campanha." Isso nos ensina que os pontos de contato no marketing B2B devem ser cuidadosamente projetados para promover a adoção e fidelização do usuário.

• Narrativas que contamos em cada canal de comunicação - Os touchpoints representam mais do que meros canais: eles carregam as histórias que contamos e moldam como a marca é percebida. Seth Godin, um dos grandes nomes do marketing moderno, nos inspira ao dizer que "os touchpoints são as narrativas que contamos".

• Insights de um estudo B2B - A partir de um estudo com mais de 50 empresas B2B, Mike Lieberman, CEO e cientista-chefe de receita da Square2, descobriu que, surpreendentemente, o número de touchpoints necessários supera frequentemente 40, alcançando até 50 em alguns casos.

Este resultado destaca o desafio de construir um crescimento de receita previsível e escalável. Por exemplo: o percurso, quando se inicia com anúncios de geração de demanda, precisa ser visto pelo menos três vezes ou mais, antes do lead ter alguma reação.

• Jornada repleta de oportunidades e desafios - A transição de um lead para o processo de vendas envolve uma série de etapas, incluindo múltiplas visitas ao site e e-mails, esclarecendo a complexidade das ofertas dentro da jornada de compra. Isso significa que a jornada para o tão esperado 'sim' é repleta de oportunidades e desafios em todo o ciclo do marketing B2B.

Por fim, a eficiência do processo de vendas depende não apenas da geração de mais leads, mas de aprimorar a qualidade e a eficácia das interações no marketing B2B.

(*) - É CEO e Head B2B da Pólvora Comunicação (<https://polvoracomunicacao.com.br>).

Cartão de crédito e débito: benefícios desses métodos de pagamento

Seja pela conveniência, segurança e flexibilidade de pagamento, a questão é que o cartão de crédito e débito se tornou o principal meio de pagamento no Brasil

Viabilizar o recebimento pelas mais diversas bandeiras é uma estratégia indispensável para qualquer segmento e porte de empresa que deseja expandir a sua base de clientes, aumentar as vendas e fortalecer o relacionamento com o público.

Ainda que muitas outras opções digitais de pagamento estejam ganhando espaço a cada dia, ainda estão bem longe de substituir o bom e tradicional cartão de crédito ou débito. Por isso, é muito importante que o empresário garanta que a equipe esteja atenta às melhores práticas, tendências e processos que possam otimizar a gestão financeira. Confira as vantagens das duas modalidades:

1) Aumento nas vendas - Segundo reportagem divulgada pela CNN Brasil, 80% dos brasileiros preferem evitar realizar pagamentos em dinheiro vivo. Isso só pode significar uma coisa: uma empresa que deseja aumentar suas vendas, e viabilizar o processo de compra, deve aceitar outros meios de pagamento.

Com destaque especial para o cartão de crédito, opção preferível pela maioria dos brasileiros. Portanto, ao investir em uma maquininha de cartão de crédito, o empresário atrai ainda mais clientes e, consequentemente, aumenta suas vendas e receita.

2) Aumento do ticket médio - Quem nunca vi-



sitou uma loja com o objetivo claro de comprar um item, mas acabou saindo de lá com uma sacola cheia de outras coisas?

Seja porque encontrou aquilo que procurava há algum tempo, porque o produto chamou sua atenção ou porque o preço estava realmente bem em conta, o fato é que dispor os produtos de forma organizada e lógica é uma ótima forma de aumentar o ticket médio e fazer com que seu cliente invista muito mais na sua loja.

O problema é quando o cliente está com o dinheiro contado apenas para o item que pretende comprar. "Nesses casos, o cartão de crédito pode ser uma saída para a aquisição de outros produtos em uma mesma compra. Além disso, ainda que o cliente 'não tenha o dinheiro na conta', a possibilidade de efetuar o pagamento na próxima fatura pode ser um fator decisivo", explica Bruno Coelho, diretor de negócios da Card.

3) Redução do risco de inadimplência - Uma vez que o pagamento foi aprovado pela operadora, o empreendedor receberá o valor dentro do prazo previsto. "Portanto, independentemente da inadimplência do cliente, a responsabilidade por garantir que você receberá o valor da compra é exclusivamente do cartão. Diferente do crediário, que demanda o empenho e a ação do cliente em realizar a quitação das parcelas", lembra.

4) Aumento da credibilidade - É muito raro encontrar hoje uma empresa que não aceite maquininha de cartão de crédito e débito, não é? Mas principalmente nos pequenos negócios ou nas cidades menores, onde as pessoas ainda têm o hábito de realizar os pagamentos em dinheiro vivo ou por transferência bancária, isso pode acontecer.

Entretanto, ter a opção do cartão de crédito e débito confere à marca mais credibilidade, além

de mostrar aos clientes que a empresa investe em tecnologia e acompanha as tendências do mercado. Outro ponto interessante é que trabalhar com os mais variados meios de pagamento também confere uma imagem mais profissional e moderna, o que pode agregar valor ao seu produto.

5) Gestão do fluxo de caixa - Com pagamentos eletrônicos (por meio do cartão de crédito e débito), é mais fácil para a equipe financeira registrar as vendas, rastrear os dados da compra e, claro, construir os descritivos para a contabilidade do negócio. Tudo muito mais rápido e conveniente do que abrir e fechar o caixa com a contagem das cédulas.

6) Segurança - As transações realizadas com cartão de crédito e débito são seguras, com tecnologia de criptografia de dados e uma série de medidas antifraude desenvolvidas pelas próprias operadoras.

Da mesma forma, o pagamento eletrônico minimiza a quantidade de cédulas na loja ou outro estabelecimento, evita muitas idas às agências bancárias, oferece mais tranquilidade e segurança para clientes e colaboradores nas dependências da empresa e reduz os riscos de assaltos e roubos. - Fonte e mais informações: (<https://www.grupocard.com.br>).

Proclamas de Casamentos

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL

3º Subdistrito - Penha de França
Dr. Mario Luiz Migotto - Oficial Interino

Faço saber que os seguintes pretendentes apresentaram os documentos exigidos pelo Art. 1525, do Código Civil Atual Brasileiro e desejam se casar:

O pretendente: **WAGNER TEIXEIRA**, profissão: analista de sistemas, estado civil: solteiro, naturalidade: nesta Capital, Cerqueira César, SP, data-nascimento: 26/11/1991, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Jovaldia Luiza Teixeira. A pretendente: **EDLYN ALVES DOS SANTOS**, profissão: professora, estado civil: solteira, naturalidade: nesta Capital, Jardim Paulista, SP, data-nascimento: 31/01/1994, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Edmilson Alves dos Santos e de Rosângela Pimentel dos Santos.

O pretendente: **ALAN FERNANDES DA COSTA**, profissão: analista de sistemas, estado civil: solteiro, naturalidade: nesta Capital, SP, data-nascimento: 09/09/1987, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de José Massau da Costa e de Severina do Ramo Fernandes da Costa. A pretendente: **CAROLINA RODRIGUES DA MATA**, profissão: designer, estado civil: solteira, naturalidade: nesta Capital, São Miguel Paulista, SP, data-nascimento: 28/02/1992, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Joaquim Rodrigues da Mata e de Roseli Martins da Mata.

A pretendente: **ANGÉLICA FERNANDES**, profissão: pedagoga, estado civil: solteira, naturalidade: em Campinas, SP, data-nascimento: 17/11/1967, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Mauro Fernandes e de Benedicta Aparecida das Dores Leite Fernandes. A pretendente: **ISABELLA LAUDARES COSTA**, profissão: pedagoga, estado civil: solteira, naturalidade: nesta Capital, Cerqueira César, SP, data-nascimento: 08/02/1980, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Sebastião Laudares da Costa e de Alice Olanda Laudares Costa.

O pretendente: **LAÉRCIO YOSHINORI SHOKIDA YONAMINE**, profissão: autônomo, estado civil: divorciado, naturalidade: nesta Capital, SP, data-nascimento: 15/07/1970, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Yoshiichi Yonamine e de Helena Furniko Yonamine. A pretendente: **FRANCISCA IRANEIDE FIGUEIREDO PIMENTA**, profissão: secretária, estado civil: divorciada, naturalidade: em Jaguaretama, CE, data-nascimento: 05/01/1975, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Francisco Figueiredo Rocha e de Maria Roselina Pimenta Rocha.

Se alguém souber de algum impedimento, oponha-se na forma da lei. Lavro o presente, para ser afixado no Oficial de Registro Civil e publicado na imprensa local
Jornal Empresas & Negócios

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL

33º Subdistrito - Alto da Mooca
ILZETE VERDERAMO MARQUES - Oficial

Faço saber que os seguintes pretendentes apresentaram os documentos exigidos pelo Art. 1525, do Código Civil Atual Brasileiro e desejam se casar:

O pretendente: **DOUGLAS FERNANDES COSTA**, estado civil: solteiro, filho de Lenivaldo Bezerra da Costa e de Léa Fernandes da Costa, residente e domiciliado no Distrito de São Mateus, nesta Capital - São Paulo - SP. A pretendente: **SOFIA ALVES MOYA**, estado civil: solteira, filha de Juvenal Del Rosario Moya Lara e de Ana Paula do Nascimento Fonseca Alves, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **MARCOS ANTONIO DA SILVA MARQUES**, estado civil: solteiro, filho de Marcos Antonio Marques e de Maria Eunice da Silva Marques, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **HELEN PAOLA CARNEIRO**, estado civil: solteira, filha de Antonio Carlos Carneiro e de Paula Andréa Picca Carneiro, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **DAVI FERREIRA VIANA**, estado civil: solteiro, filho de Carlos Alberto Pereira Viana e de Elisângela Albuquerque Viana, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **BEATRIZ ALVES DE SOUSA PINTO ERALDO**, estado civil: solteira, filha de Antonio Eraldo e de Suelly Alves de Sousa Pinto Eraldo, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **RODRIGO DOS SANTOS ALVES**, estado civil: solteiro, filho de Joaquim Rosa Alves e de Maria Helena dos Santos Alves, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **MAYARA LEAL DE LIRA**, estado civil: solteira, filha de Marcio Clementino de Lira e de Cristiane Bazilio de Oliveira Leal, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **AARON ULISES SOUTO ABREGO**, estado civil: solteiro, filho de Ramón Ulises Abrego Reinado e de Erléuda de Araújo Souto, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **NATALIE GOMES MARTUCCI**, estado civil: divorciada, filha de Dejar Antonio Patera Martucci e de Nilce Gomes Severino Martucci, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **FELIPE CÉSAR PEREIRA**, estado civil: solteiro, filho de Rosana Pereira, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **MAYARA HELEN BERATA LOURENÇO**, estado civil: solteira, filha de Leonidas Reginaldo Lourenço e de Marli de Cassia Berata Lourenço, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **HERCULANO CASTRO DANTAS**, estado civil: solteiro, filho de Herculano Pereira Dantas e de Marluca de Castro Dantas, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **SIDNÉIA OLINDA DE MORAIS**, estado civil: divorciada, filha de Aparecido de Moraes e de Luiza Gomes de Moraes, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

Se alguém souber de algum impedimento, oponha-se na forma da lei. Lavro o presente, para ser afixado no Oficial de Registro Civil e publicado na imprensa local
Jornal Empresas & Negócios

PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi proposto para assinatura digital na plataforma IziSign. Para verificar as assinaturas clique no link: <https://izisign.com.br/Verificar/8E72-0F4F-7AFE-A729> ou vá até o site <https://izisign.com.br:443> e utilize o código abaixo para verificar se este documento é válido.

Código para verificação: 8E72-0F4F-7AFE-A729



Hash do Documento

228FA83805B0548343B03BCC2920349647AD7E8AF197D38DE0B89AD647D319B3

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 06/05/2024 é(são) :

- Lilian Regina Mancuso - 008.007.358-11 em 06/05/2024 19:40
UTC-03:00
Tipo: Certificado Digital - JORNAL EMPRESAS E NEGOCIOS
LTDA - 05.687.343/0001-90

