myPartner

A importância do Marketing Digital no B2B

A importância do Marketing Digital no B2B

O marketing digital é uma estratégia muito usada pelas empresas que comunicam com o consumidor final. Serão poucas as empresas que hoje não desenvolvem atividades online com o objetivo de atrair novos negócios, criar relacionamentos e desenvolver uma identidade de marca.

Mas uma estratégia de marketing digital também pode funcionar para uma empresa que lida com o público empresarial?

O mercado B2B têm características bastante próprias, nomeadamente quanto à sua estrutura, comportamento de compra e estratégias de marketing. Os produtos e serviços têm uma venda complexa e ciclo mais longo. As compras são mais criteriosas, assentam sobretudo na qualidade do produto ou serviço e de que forma estes solucionam o problema, tornando-se essencial construir relações de confiança ao longo do ciclo de vendas para efetivar vendas no fim do processo.

E a resposta é sim, as estratégias de marketing digital B2B existem e são fundamentais para o sucesso das organizações, que pretendem destacar-se dos seus concorrentes.

Desafios do B2B

Mas ter bons produtos não é por si só fator de sucesso nas vendas. Muitas empresas encontram inúmeras dificuldades em apresentar e oferecer os seus produtos e serviços, quando se deparam com os desafios do universo business-to-business. Entre eles destacam-se:

Elevada competitividade

Por um lado, temos os grandes players no mercado que se destacam naturalmente e com maior facilidade. Do lado oposto temos empresas mais pequenas, com estratégias digitais bem delineadas, que conseguem conquistar quota de mercado, que de outra forma não teriam capacidade.

Vendas Complexas

Falamos de produtos e serviços normalmente mais complexos e que exigem maiores investimentos, que requerem estratégia e envolvem diversos stakeholders ao longo do processo, até à tomada de decisão.

Ciclos de venda longos

No B2B os ciclos de venda são naturalmente mais extensos, marcados por processos com diversas etapas e que precisam ser respeitados para garantir o sucesso da negociação.

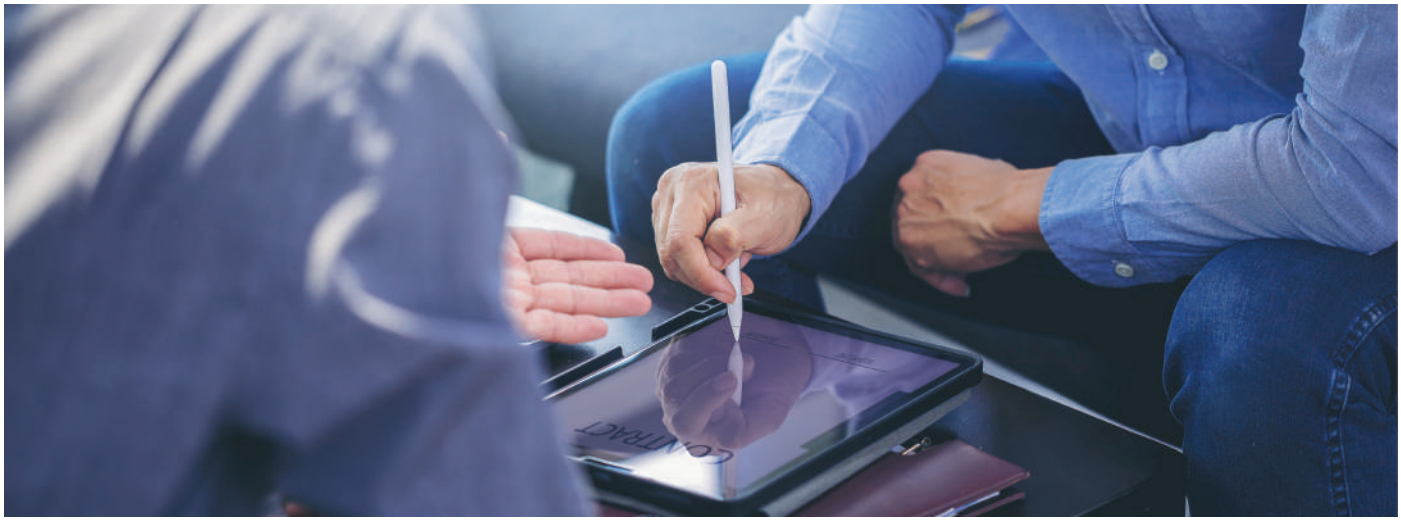
É importante diminuir ao máximo o ciclo de vendas, pois para além de representar um risco, o tempo que um lead permanece no processo comercial representa gastos para a empresa.

Equipa de vendas especializada

No B2B, é fundamental a especialização da equipa de vendas quanto ao entendimento do produto, o que requer formação e conhecimento técnico.

Leads qualificados

Uma das características que distingue o B2B do B2C é a dimensão do público e quanto menor, maior a dificuldade em gerar leads qualificados para a equipa de vendas poder acompanhar.



Benefícios do marketing digital no B2B

O marketing digital no B2B traz alguns benefícios para as empresas, na medida em que permite a gestão unificada do cliente, criar experiências únicas e ter visibilidade dos resultados das campanhas. Ainda que seja num contexto B2B, os clientes trazem a sua experiência pessoal para o contexto profissional, procurando da mesma forma, criar relações únicas e personalizadas.

Entre os benefícios, destacam-se:

Dados mensuráveis

Existe um controlo total dos investimentos e visibilidade dos resultados. É mais fácil avaliar um conjunto de métricas importantes para o negócio, como por exemplo o CAC ou o ROI, o que permite a melhor gestão dos orçamentos e definição de estratégias de negócio.

Melhor relacionamento com o seu potencial cliente

Como já foi referido, uma das características do B2B é o ciclo de vendas longo, muitas vezes com diversos stakeholders ao longo do processo e até à tomada de decisão. O marketing digital permite mapear todas as etapas do processo e definir quais são as melhores estratégias de conversão.

Criar awareness

Nos dias que correm, a presença digital é fundamental para construir uma imagem de referência no seu segmento. O marketing digital permite estruturar um conjunto de ações bem planeadas e eficientes, com objetivos bem definidos, para a imagem da sua empresa sair fortalecida no mercado onde atua.

Aumentar as oportunidades

A geração de leads qualificados é o maior desafio das equipas de marketing das empresas B2B. Através de ações de marketing digital e da avaliação dos seus resultados, é possível otimizar o funil de conversão, por meio de conteúdos, como publicações e artigos, e levar este tráfego, por exemplo, para o site empresarial. Todo o percurso destes leads pode ser acompanhado e podem ser nutridos até ao ponto em que estarão em condições para passar à equipa comercial.

Reduzir o custo de aquisição

No B2B o custo de aquisição costuma ser elevado e o marketing digital permite diminuir esse custo com uma gestão criteriosa dos potenciais clientes, através de estratégias direcionadas ao longo de todo o processo e com conteúdos relevantes.

A trilogia perfeita: vendas, marketing e serviço ao cliente

Até agora focamos a importância do marketing digital sobretudo para a equipa de marketing, mas existem outras áreas dentro das organizações que contactam com os clientes ou potenciais clientes e que precisam de ter visibilidade de todas as interações. Falamos das vendas e do apoio ao cliente.

Aparentemente falamos de 3 áreas distintas dentro de uma organização, com os seus objetivos e KPIs traçados de forma independente, mas na verdade o cliente é um ponto em comum e primordial para o sucesso de qualquer organização.

E todos eles devem estar alinhados para um objetivo comum que é proporcionar uma relação bem-sucedida com cada um dos seus clientes, em qualquer uma das interações ou canais, seja na fase da venda, durante a customer journey ou no serviço ao cliente.

Mas para evitar ter 3 perceções diferentes do mesmo cliente, dependendo de quem analisa e de que forma sustenta as suas análises, com informações distintas, é necessário alinhar expectativas entre Customer Service, Vendas e Marketing. E o ponto de partida é analisar a mesma informação, qualquer que seja o seu perfil dentro da organização. As soluções de CRM são uma ferramenta de excelência para suportar as equipas e trazer esta visibilidade para o negócio.

Se está a ponderar a adoção de uma solução de CRM, descubra com a myPartner a solução Dynamics 365 da Microsoft, com a qual poderá gerir com um único ponto de acesso e com uma ferramenta intuitiva, todo o ciclo de vendas até ao serviço pós-venda, com uma gestão unificada do cliente, funções de marketing digital automatizadas e uma visão de 360º da experiência de cada cliente. Agende uma conversa e/ou demonstração, através do email: **mymarketing@mypartner.pt**

myPartner
Consultoria Informática, S.A.

geral@mypartner.pt
www.mypartner.pt

Porto

Tv. Helena Vieira da Silva,
N.º 259 – 1.6
4450-573 Leça da Palmeira

Tel.: +351 22 998 23 10

Lisboa

Edifício Infante
Av. D. João II Nº35, 13º D
1990-083 Lisboa

Tel.: +351 21 423 98 00