

# Cinco dicas para priorizar as conexões humanas na automação de marketing

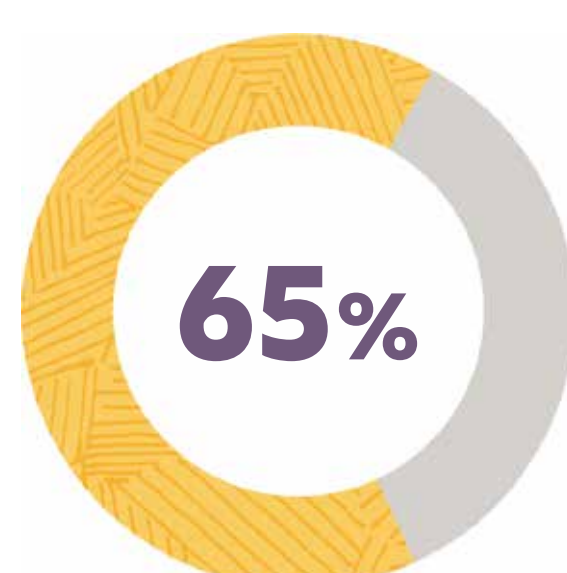
Profissionais de marketing empáticos colocam-se no lugar dos clientes para entender suas necessidades e problemas. Eles usam esses insights nos esforços de automação de marketing para se conectarem com os clientes em um nível humano e identificável.



**Priorize as conexões humanas nos esforços de automação de marketing com estas cinco dicas:**

## 01 Personalize sua mensagem e o conteúdo

Aproveite os dados do cliente para criar conteúdo útil para suas personas enquanto navegam pelos estágios de descoberta, consideração e tomada de decisão da jornada de compra.



**de compradores B2B** desejam acesso a conteúdo relevante.



**desejam conteúdo que fale diretamente com as necessidades do cliente** e demonstre conhecimento do setor.<sup>1</sup>

## 02 Adote uma abordagem entre canais

Lance campanhas de marketing para oferecer experiências personalizadas em vários canais de marketing digital (como e-mail, redes sociais, celular e chat), fornecendo aos clientes em potencial conteúdo e ofertas para guiá-los pelo funil de vendas e nutri-los até que se tornem leads qualificados de marketing.



**de empresas B2B** disseram que o domínio da experiência omnicanal é uma das principais prioridades.<sup>2</sup>



## 03 Construa relacionamentos

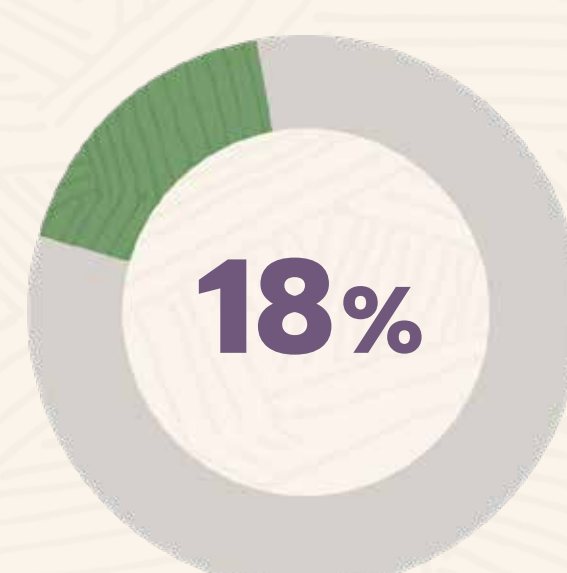
Integrar sua solução de automação de marketing ao CRM fornece acesso aos dados do cliente para construir campanhas personalizadas. Use ferramentas de automação de marketing para rastrear e avaliar como sua mensagem afeta os compradores e faça atualizações conforme necessário.



**dos compradores esperam atenção mais personalizada** de profissionais de marketing e da equipe de vendas porque desejam desenvolver um relacionamento íntimo do marketing da marca/pessoal com eles.<sup>3</sup>

## 04 Elabore uma estratégia de marketing centrada no cliente

Crie personas de marketing a partir dos dados dos clientes, identifique os pontos problemáticos e as preocupações e forneça insights e soluções ao longo do ciclo de vendas.



**dos consumidores** relatam o recebimento de e-mails de marketing com conteúdo tão exclusivo para suas necessidades que eles se sentem reconhecidos como indivíduos.<sup>4</sup>

## 05 Mantenha contato no ritmo certo

Sobrecarregar os clientes com muitos e-mails pode causar fadiga de e-mail e levar a cancelamentos de assinatura. Determine a frequência certa de e-mail e certifique-se de que o conteúdo seja relevante, interessante e valioso para o seu público.



**de consumidores millennials** (a maioria dos compradores B2B de hoje<sup>5</sup>) dizem que as marcas também enviam muitos e-mails.<sup>6</sup>



## Descubra mais

sobre os benefícios da automação de marketing com o Oracle Eloqua Marketing Automation.

Saiba mais

### Fontes

- <https://www.demandgenreport.com/resources/research/2021-b2b-buyers-survey-as-buying-committees-expand-unique-patterns-emerge-among-different-stakeholders/> (Preencha o formulário para download)
- <https://onemarketer.com/rs/867-SLG-901/images/B2B%20Accenture%202019%20Final%20PDF.pdf>
- <https://www.demandgenreport.com/resources/reports/2020-b2b-buyer-behavior-study-purchase-plans-still-progressing-despite-disruption-but-with-increased-expectations-for-relevance-personalization/> (Preencha o formulário para download)
- <https://formation.ai/brand-loyalty-2020-the-need-for-hyper-individualization/> (Preencha o formulário para download)
- <https://smarterhq.com/millennials-where-they-shop-how-they-shop-why-it-matters> (Preencha o formulário para download)
- <https://www.trustradius.com/vendor-blog/b2b-buying-disconnect-2021>

