

Cinco casos de uso de B2B sobre aumento de receita e redução de ciclos de vendas com uma plataforma de dados de clientes

1

Programas de marketing ABM

As CDPs aumentam a participação na carteira e aceleram a penetração de contas de alcance segmentado conectando as partes interessadas e identificando as necessidades por meio de uma exibição confiável de contatos, contas e comportamentos.

Empresas que usam ABM geram **208% mais receita** com suas iniciativas de marketing.¹

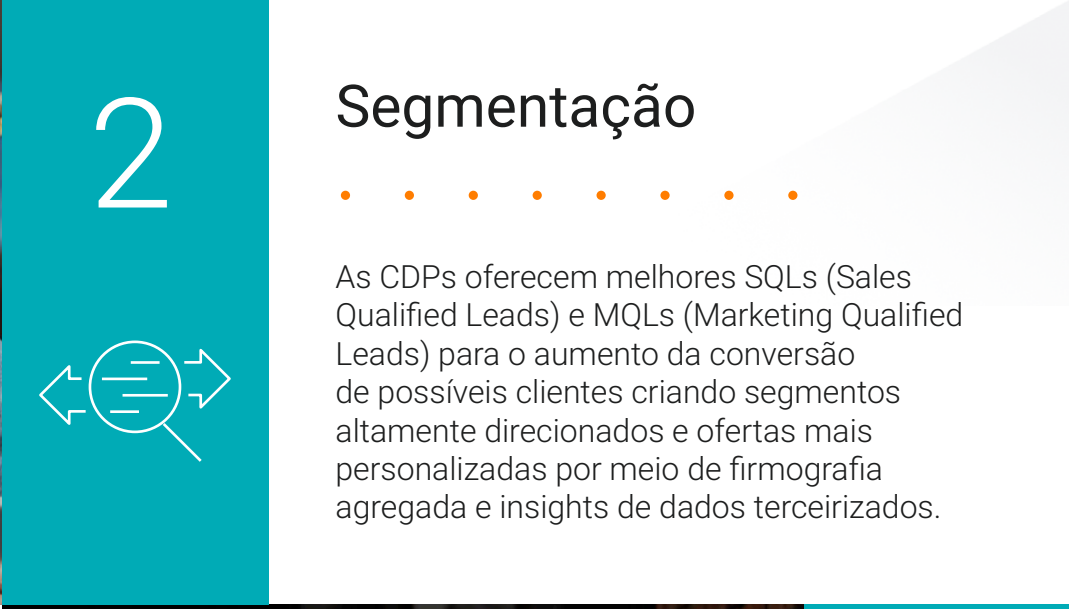


Somente **15% das empresas B2B** acreditam que têm um panorama completo de seus clientes, e somente **19%** sentem que entendem as jornadas dos clientes de seus segmentos de destino.²

2

Segmentação

As CDPs oferecem melhores SQLs (Sales Qualified Leads) e MQLs (Marketing Qualified Leads) para o aumento da conversão de possíveis clientes criando segmentos altamente direcionados e ofertas mais personalizadas por meio de firmografia agregada e insights de dados terceirizados.



Vendas cruzadas e vendas ampliadas

As CDPs otimizam as estratégias de pacote de ofertas para aumentar as taxas de aceitação por meio do mapeamento do panorama completo da jornada do cliente com a vinculação de produtos em posse, serviços usados e renovações de licença.

90% do valor de clientes de empresas B2B é obtido de fato após a venda inicial.³

3

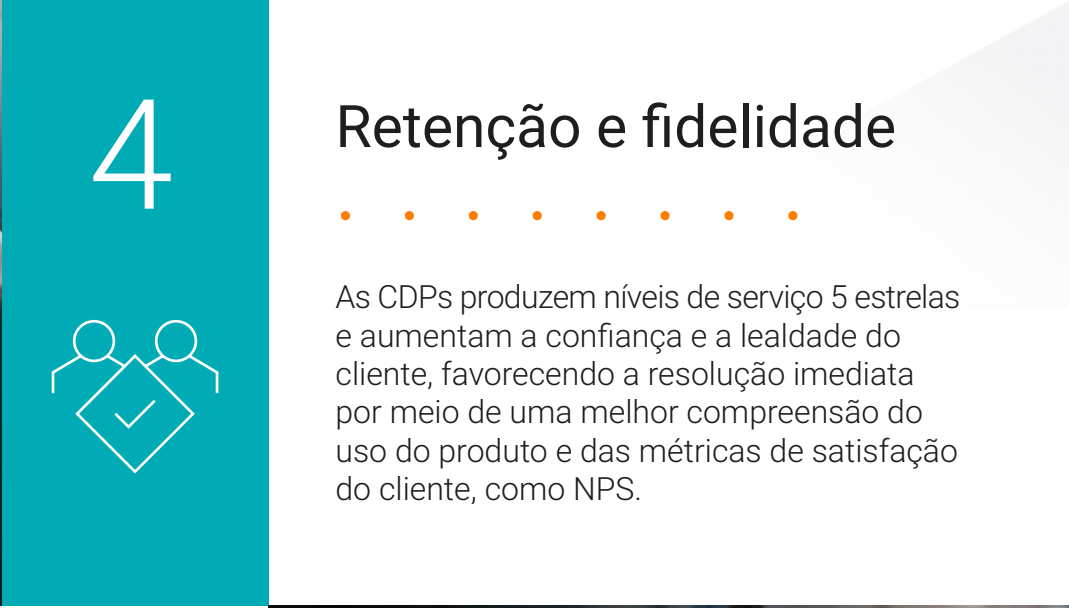
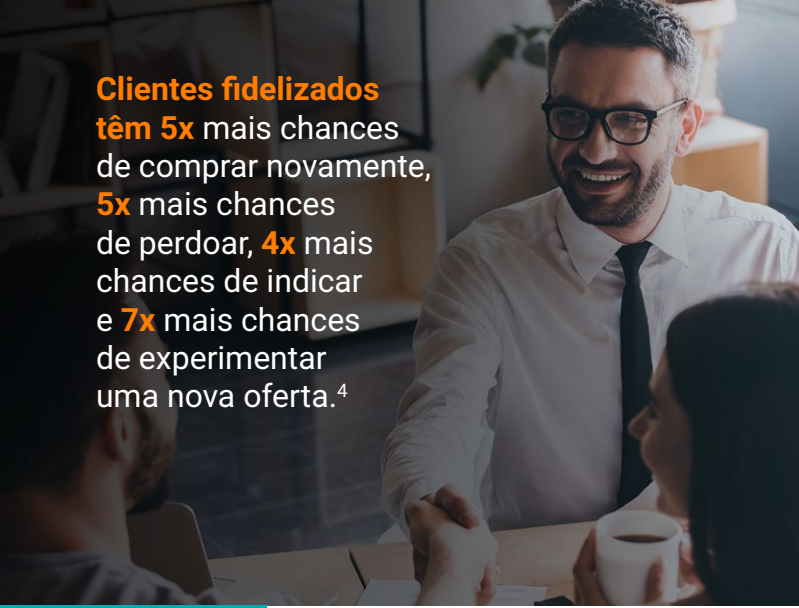


Clientes fidelizados têm **5x** mais chances de comprar novamente, **5x** mais chances de perdoar, **4x** mais chances de indicar e **7x** mais chances de experimentar uma nova oferta.⁴

4

Retenção e fidelidade

As CDPs produzem níveis de serviço 5 estrelas e aumentam a confiança e a lealdade do cliente, favorecendo a resolução imediata por meio de uma melhor compreensão do uso do produto e das métricas de satisfação do cliente, como NPS.

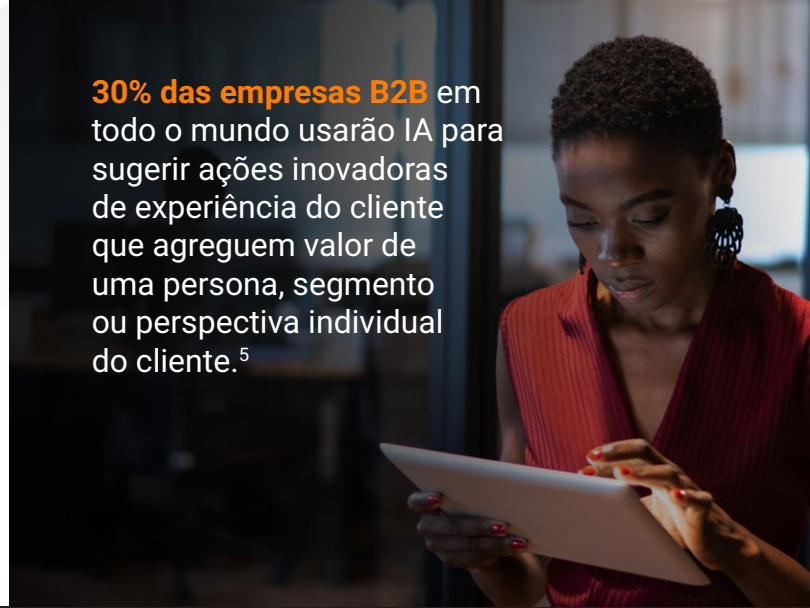


5

Próxima melhor oferta

As CDPs descobrem a próxima melhor oferta, ação ou conselho para interações oportunas e relevantes, identificando quem vai comprar, o que vai comprar e quando vai comprar por meio de modelos preditivos aplicados a um conhecimento profundo dos estágios de compra.

30% das empresas B2B em todo o mundo usarão IA para sugerir ações inovadoras de experiência do cliente que agreguem valor de uma persona, segmento ou perspectiva individual do cliente.⁵



Estratégia de dados B2B CX: Mantenha uma visão ampla e um foco aguçado

"Escolha uma área que seja realmente importante para o sucesso da empresa e entregue valor rapidamente. As pessoas não têm muita paciência para essas coisas se não houver geração de valor em curto prazo."

— Tom Davenport, MIT



Não tente vender uma grande estratégia de dados holística de uma só vez.

Embora uma estratégia de dados que envolva toda a empresa seja importante para o resultado final, comece em outro lugar.



Concentre-se nas oportunidades ou riscos importantes do dia a dia.

Crie confiança a partir da capacidade de sua organização de agregar valor por meio de iniciativas menores e focadas.



Alinhe-se aos objetivos estratégicos do negócio. Mapeie seus desafios corporativos mais importantes e que serão mais bem abordados com um uso eficaz de dados.



Procure vitórias rápidas. As pessoas embarcam mais rápido depois de algumas conquistas de estratégia de dados rápidas e claras, como segmentação, personalização de comércio eletrônico, vendas cruzadas/vendas ampliadas.



Não comprometa sua visão. Se a recompensa vale a pena, o trabalho vale a pena. Pode haver caminhos mais fáceis, mas eles podem não ter as recompensas que você espera. Aquilo que é complexo não precisa ser complicado.

Quer ter acesso ao poder dos dados dos clientes?

Saiba como uma visão 360° moderna cria clientes B2B leais.

SAIBA MAIS

1 Profissionais de Marketing, <https://www.marketingprofs.com/podcasts/2019/41861/b2b-abm-ty-heath-marketing-smarts-podcast>

2 McKinsey, Como líderes digitais B2B crescem cinco vezes mais <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/how-b2b-digital-leaders-drive-five-times-more-revenue-growth-than-their-peers>

3 Forbes, 6 Steps for a Successful B2B Cross-Sell and Upsell Strategy, <https://blog.marketo.com/2016/08/6-steps-for-a-successful-b2b-cross-sell-and-upsell-strategy.html>

4 Temkin, Customer Experience Leads to Recommendations, <https://experiencematters.wordpress.com/category/roi-of-customer-experience>

5 International Data Corporation, AI in B2B Marketing: Where Human Intelligence Meets Martech Intelligence, <https://zenmedia.com/blog/ai-in-b2b-marketing-where-human-intelligence-meets-martech-intelligence>