

Dados de clientes confiáveis: A base do marketing B2B moderno

Principais benefícios

Dados de negócios confiáveis, combinados a dados enriquecidos de clientes, auxiliam os profissionais de marketing inovadores

- Simplifique processos atuais com verificações e enriquecimento em tempo real de dados essenciais entre múltiplas aplicações de negócios.
- Descubra relacionamentos com clientes importantes e segmentos de público relevantes para melhorar resultados de marketing.
- Produza uma estratégia de experiência do cliente diferenciada, fundamentada em uma base de dados de clientes confiável.

Resultados de marketing melhores dependem de dados de contato validados e enriquecidos

Na atual economia conectada, saber produzir experiências positivas do cliente é uma importante vantagem competitiva. Os clientes esperam que toda interação digital e física com as empresas seja sempre contextual, relevante e descomplicada. Clientes B2B não são uma exceção. Há muito tempo responsáveis por elaborar uma marca confiável, os profissionais de marketing B2B assumiram o comando da criação de experiências gratificantes ao cliente, que resultam em relacionamentos mais sólidos, duradouros e lucrativos.

Para destacar-se na experiência do cliente B2B, profissionais de marketing estão trabalhando juntos em equipes multifuncionais com vendas, serviço de atendimento ao cliente, finanças, operações e logística. Como exemplo dessa colaboração, os profissionais de marketing B2B são, mais do que nunca, cada vez mais responsáveis pela receita, já que trabalham em parceria com vendas. Além de tudo isso, os profissionais de marketing sofrem cada vez mais pressão para mostrar um bom retorno do investimento em campanhas, programas, canais e tecnologia.

Experiências incríveis começam com dados confiáveis

Profissionais de marketing dependem de seus dados para personalizar conteúdo, desenvolver campanhas direcionadas e manter o pipeline de vendas repleto de leads bem qualificados. Mas há algo que está impedindo esse avanço. Como vemos, seus dados são a essência da experiência do cliente. O sucesso do marketing depende de atingir o seu cliente, e isso depende de dados confiáveis. Enquanto isso, cada vez mais dados, de cada vez mais fontes, estão sendo gerenciados.

Quando chega o momento de executar os planos de marketing, os profissionais de marketing B2B são frequentemente forçados a confiar em dados imprecisos, incompletos, desatualizados ou divididos em silos de difícil acesso. O resultado é tempo e dinheiro desperdiçados em ações de marketing que nunca atingem o público esperado ou não atingem suas metas. Endereços de e-mail desatualizados enviam ofertas e avisos de serviço direcionados para o limbo. Os contratos atrasam ou nem são entregues porque o escritório mudou de endereço após uma aquisição e o endereço postal não foi atualizado. Campanhas para dispositivos móveis não geram os níveis de engajamento que sua equipe esperava. E números de telefone incorretos afetam o alcance das vendas e os tempos de resposta do serviço de atendimento ao cliente.

"Apenas 16% das empresas caracterizam os dados utilizados para fins de marketing como 'muito bons'".

— "Relatório de tendências de marketing direcionado por dados", Ascend2 em parceria com a Informatica

Dados duvidosos esgotam os recursos de marketing e prejudicam a experiência do cliente. De fato, apenas 16% das empresas caracterizam os dados usados para fins de marketing como "muito bons", enquanto 57% descrevem seus dados como "relativamente bons", segundo uma pesquisa recente¹.

Dados incorretos causam um efeito cascata em dúzias de aplicativos de marketing e de negócios, como Salesforce, Marketo, Eloqua, SAP e Oracle. Os dados usados em campanhas de geração de demanda e prospecção de vendas podem não refletir as mudanças mais recentes de cargos, números de telefone e outras informações importantes. Enquanto isso, o ciclo de dados corrompidos permanece inalterado.

Com tantos dados vindos de tantos aplicativos, canais, fontes de dados e sistemas, as equipes são forçadas a depender de processos manuais caros e ineficientes para garantir que suas campanhas de marketing não estejam sendo alimentadas com dados que nunca estão totalmente atualizados, completos ou confiáveis. Elas gastam milhões com empresas de uma só vez para reconciliar dados fragmentados, duplicados, inconsistentes, imprecisos e incompletos. E corrigem seus dados manualmente, utilizando planilhas sem fim para obter as informações necessárias. Ou se concentram em corrigir os dados em um só aplicativo de origem, sem uma solução holística e centralizada para corrigir os dados de todos os aplicativos.

Gerenciamento de dados estratégico gera dados confiáveis

Uma experiência superior do cliente começa com um gerenciamento estratégico dos dados de clientes. Enquanto 76% dos executivos de marketing e vendas entrevistados utilizam dados de terceiros para anexar ou detalhar dados de clientes incompletos, apenas um em cada cinco utilizam dados de terceiros "significativamente"². O conhecimento adicional obtido através de dados de fora da empresa é essencial para aprimorar a experiência do cliente.

A frequência da verificação e do enriquecimento também é importante. Entre as empresas com padrões de dados de alta qualidade, 39% limpam seus dados de marketing em tempo real, diariamente ou semanalmente, com o intuito de otimizar a qualidade³. E as empresas mais bem-sucedidas usam a verificação de dados em tempo real para assegurar os mais elevados padrões de qualidade de dados⁴.

Felizmente, está ficando mais fácil para as empresas adquirir dados confiáveis, relevantes e controlados. As parcerias estratégicas da Informatica com provedores de dados externos utilizam Data-as-a-Service (DaaS) da Informatica[®] para fornecer dados de negócios integrados aos fluxos de trabalho da Informatica. A Informatica trabalha com vendedores que organizam os bancos de dados comerciais mais precisos, inclusive aqueles que monitoram mais de 250 milhões de empresas no mundo inteiro e utilizam mais de 30 mil fontes de dados que são atualizadas até 5 milhões de vezes por dia.

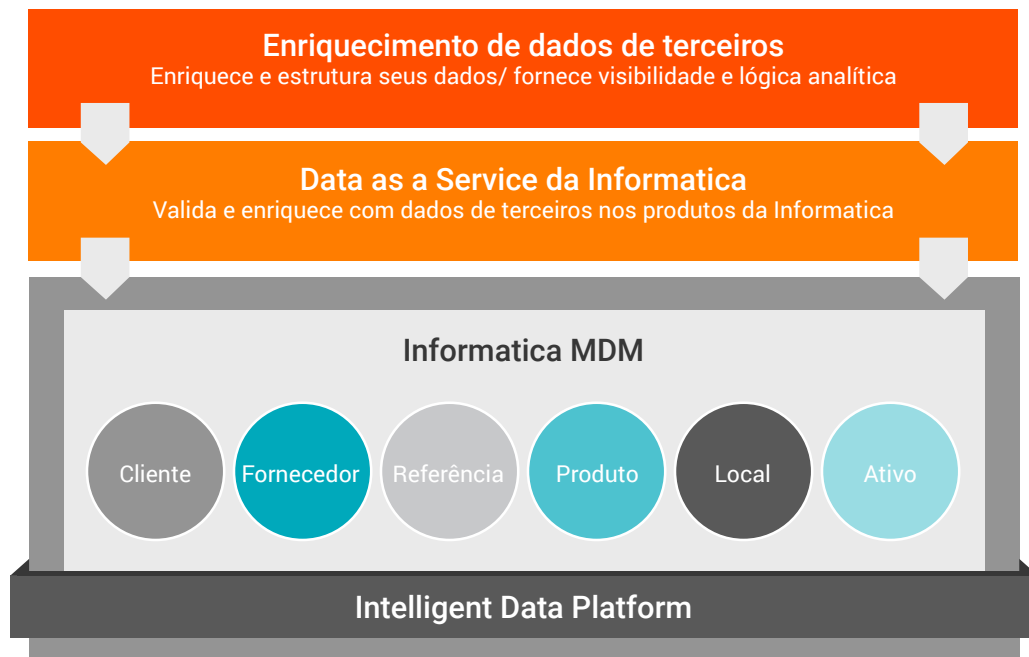
O resultado: profissionais de marketing B2B podem verificar dados de negócios essenciais em tempo real, com a ajuda do serviço líder de mercado para verificação de dados de contato, e depois detalhar os dados de um repositório dos melhores serviços de enriquecimento de dados de negócios do mundo, tudo isso integrado ao Informatica Master Data Management (MDM).

¹ "Relatório de tendências de marketing direcionado por dados", Ascend2 em parceria com a Informatica.

² "Verificação de dados de contato para marketing e vendas", Informatica em parceria com a Ascend2.

³ "Relatório de tendências de marketing direcionado por dados", Ascend2 em parceria com a Informatica.

⁴ Ibid.



O Informatica MDM e Data-as-a-Service da Informatica fazem parte da Informatica Intelligent Data Platform, uma solução completa e modular construída em uma arquitetura de microsserviços para liberar o poder de todos os dados.

Acesso consistente a perfis de negócios confiáveis gera confiança

Há benefícios diretos na limpeza, verificação e enriquecimento de dados de contato B2B. Com o enriquecimento de dados de negócios integrado ao Informatica MDM, os profissionais de marketing não precisam mais se preocupar com a confiabilidade de seus dados:

- **Gere uma experiência do cliente mais relevante** Cada interação é uma oportunidade para fortalecer ou enfraquecer a preferência por uma marca. Ter dados completos para entender seus clientes ou prospects é essencial.
- **Converta mais prospects em clientes** Dados confiáveis nos quais você pode confiar são essenciais para apresentar ofertas e recomendações direcionadas e atraentes no momento certo e para os compradores certos.
- **Otimize a execução do marketing** Livres do trabalho de limpeza repetitivo e manual, os profissionais de marketing podem se concentrar em ações mais relevantes, que incluem segmentação e personalização de clientes mais precisas.

Ao adotar uma abordagem estratégica do gerenciamento de dados de contatos comerciais, os profissionais de marketing têm como obter informações confiáveis para tomar as decisões certas e, assim, proporcionar uma melhor experiência do cliente e taxas de conversão maiores com muito mais eficiência.

Profissionais de marketing precisam de dados limpos

Manter os dados atualizados é uma tarefa interminável. Em um período de um ano, segundo a D&B, 18% dos números de telefone, 20% dos endereços postais e 30% dos endereços de e-mail sofrem alterações⁵.

Oferecendo mais do que apenas validação de dados, as soluções de verificação de dados de contato da Informatica garantem que os profissionais de marketing trabalhem sempre com dados de contato precisos, como endereços de e-mail, endereços físicos e números de telefone. Ao aproveitar ao máximo a eficiência do Data-as-a-Service da Informatica, os profissionais de marketing podem verificar a precisão dos dados de contato de seus clientes em tempo real e enviar dados confiáveis aos seus sistemas. Endereços de e-mail são verificados diretamente com o domínio de e-mail para obter a precisão naquele momento exato. Endereços postais são verificados em mais de 250 países, fazendo com que as campanhas de marketing e os pedidos dos clientes sejam sempre entregues corretamente. Por fim, números de telefone em todo o mundo são verificados para que as equipes de vendas, marketing, atendimento ao cliente e finanças possam confiar em seus dados ao entrarem em contato com os clientes e prospects.

Profissionais de marketing precisam de dados completos

Ao enriquecer os perfis de clientes com dados externos de terceiros confiáveis, os profissionais de marketing podem ampliar os registros de dados de seus contatos para obter uma visão total dos relacionamentos com os clientes. Por exemplo, os profissionais de marketing podem saber exatamente onde seus clientes estão localizados, anexando coordenadas geográficas a seus endereços. Com isso, os profissionais de marketing podem mapear as localizações dos clientes de maneira diferente e ver onde estão localizados os grupos de clientes mais fiéis. Isso oferece mais recursos aos profissionais de marketing do que os disponíveis em análises de códigos postais. Além disso, os dados da empresa e os dados demográficos das pessoas e negócios próximos a um endereço podem ser anexados ao registro dos clientes. Com dados sobre os tipos de pessoas de uma área, os profissionais de marketing podem entender como direcionar e falar com seu público mais precisamente, sem precisar se preocupar com dados pessoais identificáveis e regulamentação referente a essas informações. Além disso, com dados comerciais verificados integrados diretamente ao cadastro de sua empresa, os profissionais de marketing B2B obtêm uma visão completa de seus clientes com mais rapidez e menos fricção. Tudo isso diretamente de suas ferramentas de automação e CRM preferidas, como Marketo, Eloqua e Salesforce.

Usar um D-U-N-S Number como método popular para identificar empresas e suas hierarquias pode fornecer uma visão completa do cliente em seu sistema MDM. Um D-U-N-S Number é um número de nove dígitos atribuído pela Dun & Bradstreet que monitora uma empresa por local, assim como por endereço postal, nomes dos diretores, dados financeiros, histórico de pagamentos, classificação na indústria e muitos outros atributos e indicadores dos dados da empresa. Com um D-U-N-S Number, os profissionais de marketing podem ligar conjuntos de dados distintos de clientes, prospects e fornecedores para assegurar que os dados em seus sistemas, inclusive software corporativo, cadeia de suprimentos e sistemas CRM, estejam padronizados, consistentes e atualizados.

⁵ "Best Practices in Registration Data Management", da Dun & Bradstreet.

Obter informações adicionais sobre o alcance geográfico, classificação na indústria, número de funcionários e volume de vendas de uma organização é fundamental para que os profissionais de marketing possam atingir possíveis clientes B2B ou expandir os relacionamentos com os clientes atuais. Para que os profissionais de marketing possam segmentar, direcionar e personalizar as campanhas com mais eficiência, eles precisam conhecer as principais demografias de negócios.

Profissionais de marketing precisam de dados consistentes

Para produzir campanhas direcionadas e personalizadas com credibilidade, também é necessário que os dados dos clientes sejam consistentes. Conflitos e inconsistências normalmente surgem pelo fato dos dados serem compartilhados entre uma diversidade de fontes de dados de marketing e comerciais, aplicativos, agências externas e parceiros. Com dados de negócios precisos e verificados integrados diretamente aos fluxos de trabalho de marketing, os profissionais de marketing podem ter certeza de que os dados dos clientes são confiáveis. Assim, os profissionais de marketing podem apresentar as ofertas mais relevantes ao público certo no momento certo.

Profissionais de marketing precisam de dados pertinentes

A visibilidade na complexa rede de relacionamentos comerciais é uma vantagem importante para os profissionais de marketing. O MDM elucida os relacionamentos entre várias empresas dentro de uma única hierarquia corporativa.

Muitas empresas, por exemplo, têm dificuldade em entender a estrutura completa de seus principais clientes, especialmente nos casos de empresas que operam com razões sociais diferentes, têm várias subsidiárias ou atuam globalmente. Ao aproveitar ao máximo a eficiência do D-U-N-S Number e de outros dados de negócios de terceiros, os profissionais de marketing podem obter visibilidade da verdadeira natureza de seus clientes. A partir daí, eles podem assegurar que seus clientes mais estratégicos receberão as ofertas, a priorização e os níveis de serviços apropriados.

Por exemplo, a Empresa A, além de ser um cliente antigo, é um dos mais importantes. Ela também controla a Empresa B, que fabrica componentes fundamentais para o lançamento do novo produto de sua empresa. Ciente de que essas duas empresas são subsidiárias de um único parceiro corporativo, e que representam relacionamentos com cliente e fornecedor, é importante gerenciar com máxima eficiência esses dois tipos de relacionamento. Talvez fosse bom conceder a essa empresa condições financeiras especiais ou um serviço de atendimento ao cliente premium. Ou, quem sabe, cada uma de suas equipes tenha pontos de contato e relacionamentos que possam ser úteis entre si. Por conta dessa visibilidade dos relacionamentos hierárquicos proporcionada por dados de negócios precisos e verificados, os profissionais de marketing conseguem entender melhor as nuances de relacionamentos multifacetados e o real valor que cada cliente agrega à empresa.

SOBRE A INFORMATICA

A transformação digital está mudando nosso mundo. Na posição de liderança em gerenciamento corporativo de dados em nuvem, estamos preparados para ajudar você a abrir caminhos de maneira inteligente. Oferecemos a perspectiva para que você se torne mais ágil, aproveite novas oportunidades de crescimento ou até mesmo crie novos produtos. Convidamos você a explorar tudo que a Informatica tem a oferecer — e estimular o poder dos dados para impulsionar sua próxima revolução com inteligência. Não apenas uma vez. Sempre.

Graças à integração perfeita dos dados comerciais de terceiros nos fluxos de trabalho de marketing, e também em outros aplicativos corporativos, a equipe de marketing conta com eficiência e visibilidade para conquistar novos negócios e oferecer interações otimizadas com os clientes. Esses recursos ultrapassam a esfera de vendas e marketing e estendem-se a outras funções de empresa, como TI, finanças, gestão de riscos, logística, operações e aquisição. Essa visão completa dos relacionamentos com uma empresa tem um impacto de alcance considerável, desde qualificar representantes do serviço de atendimento ao cliente a solucionar problemas de clientes importantes até entregar peças de reposição na localização certa do cliente. Além disso, entender as conexões hierárquicas revela possíveis exposições a riscos operacionais, de reputação ou de crédito que poderiam permanecer ocultas até uma situação crítica.

Maximize a eficiência do seu marketing B2B

Orçamentos de marketing são sempre alvo de atenção, e as expectativas para converter prospects e reter clientes nunca foram tão altas. Com o Informatica MDM e o Data-as-a-Service da Informatica, as equipes de marketing B2B conseguem ter uma visão em 360° dos clientes entre linhas de negócios, produtos, locais, canais e parceiros. Os profissionais de marketing podem rapidamente localizar os dados necessários, descobrir quais relacionamentos podem proporcionar mais valor e, de posse de dados precisos, tomar as melhores decisões.

Saiba mais sobre como gerenciar seus dados de contato de clientes com nosso webinar, [How John Wiley & Sons Uses Trusted Data Across the Customer Journey](#).

