

salesforce

# Personalizando suas estratégias de Marketing na era da IA Generativa

*Este conteúdo é produzido com base nos insights do 9º State of Marketing*

## E-mails Comerciais

Use seu banco de dados e IA Generativa para escrever rapidamente seu próximo e-mail.

Crie com Einstein

### O que quer fazer?

Me apresentar

Enviar Convite

Follow-Up

Check in

Retomar contato

Generate



# Introdução

O **salto tecnológico** dado pelo setor de marketing foi mais alto do que muitos imaginaram. Se antes a televisão, o rádio e a mídia impressa eram os principais meios de anúncio, agora, com a internet e, sobretudo, **com os avanços da inteligência artificial**, o marketing passa a dar lugar a uma **personalização em níveis nunca antes vistos**.

O monitoramento dos passos dos consumidores na internet transformou a área. A partir disso, com uma **forte base em dados**, o marketing de massa deu espaço ao **marketing personalizado**.

A personalização tem o objetivo de **aumentar as conversões com abordagens e recomendações que miram diretamente nos interesses de quem compra**.

A seguir, você vai entender melhor a personalização e por que ela continua sendo um **trabalho em andamento no setor de marketing**. Acompanhe!

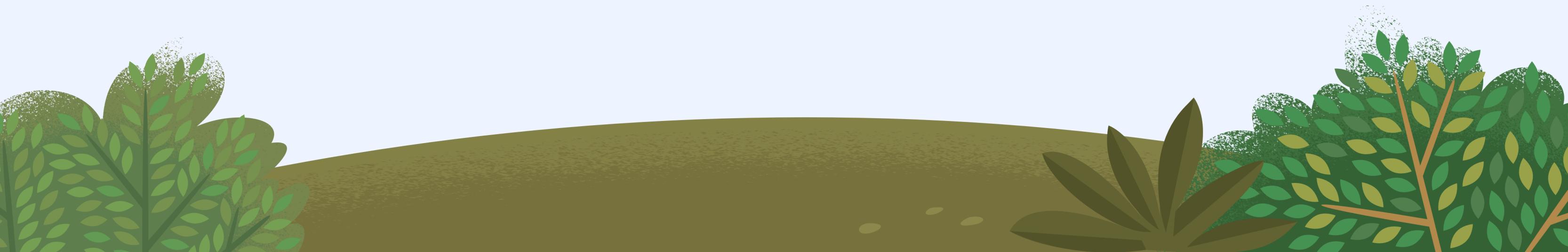




# Índice

O que você vai encontrar aqui?

<b>1.</b> <i>Vantagens de personalizar experiências usando dados.....</i>	<b>4</b>
<b>2.</b> <i>Como preparar seus dados para personalizar experiências.....</i>	<b>6</b>
<b>3.</b> <i>Personalizando experiências na prática.....</i>	<b>8</b>
<b>4.</b> <i>Exemplos na Indústria .....</i>	<b>9</b>



# 01

## Vantagens da personalização baseada em dados



# Por que a sua empresa deveria investir na personalização de marketing baseada em dados?

O principal motivo é que, com o uso de dados, é possível individualizar a experiência e os clientes esperam isso.

**Confira alguns ganhos que sua empresa tem ao personalizar experiências:**

## Melhorar a experiência do cliente:

Ser tratado pelo nome e receber aquilo que está buscando cria uma relação de proximidade e confiança. Isso *contribui para melhorar a imagem da marca e fortalecer o branding*.

## Aumentar a fidelidade:

Ser bem tratado durante a jornada de compra faz o cliente querer voltar a comprar de você. Lembrando que é de 5 a 25 vezes mais barato manter um cliente do que conseguir um novo.

## Previsibilidade estratégica:

Se você domina o *perfil de seu público* e o tipo de conteúdo que melhor conversa com ele, sua marca tem um caminho claro de aproximação e expansão em nichos e mercados.

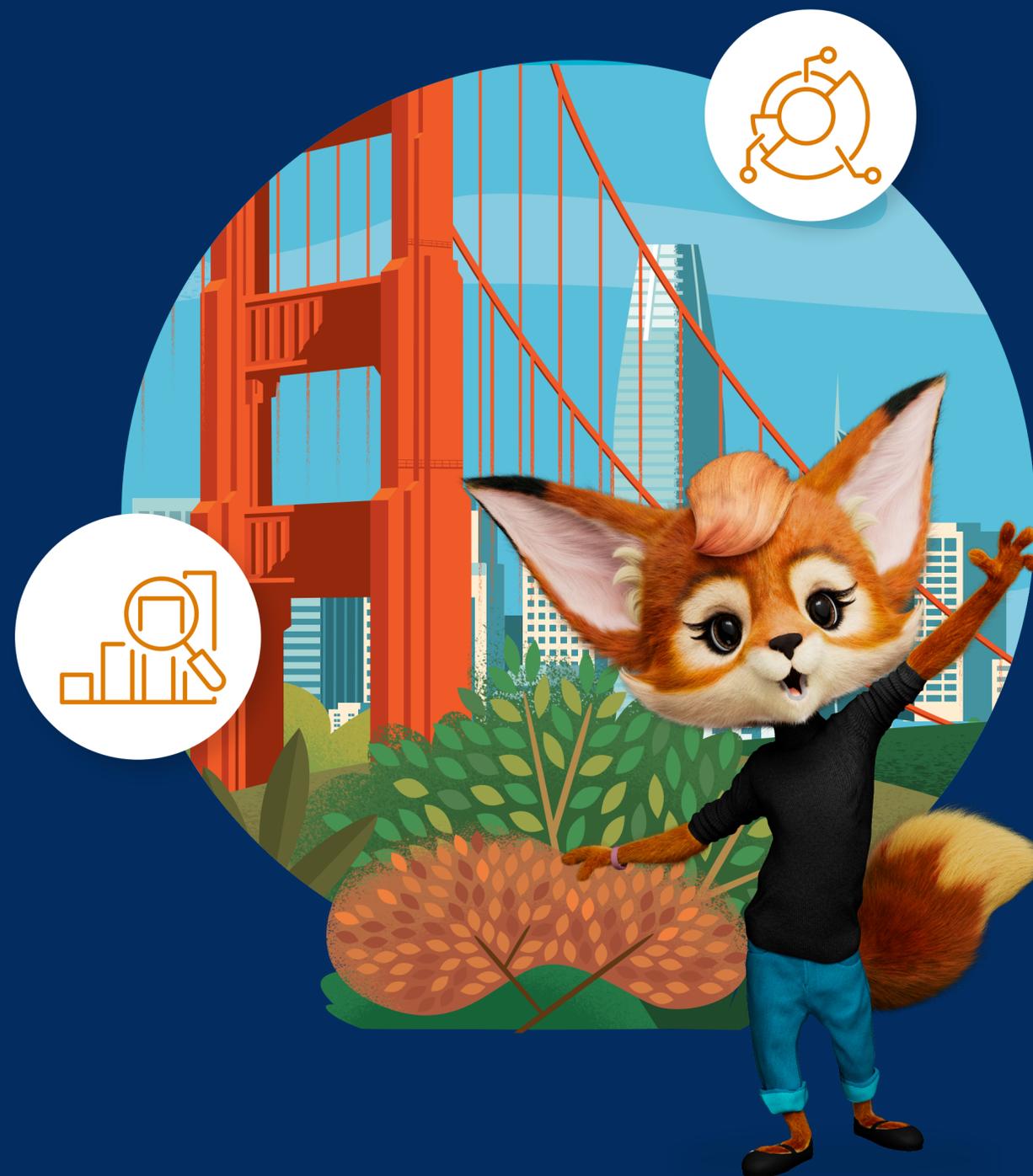
## Da ideia para a ação em um piscar de olhos:

Com dados, hipóteses se tornam verdades (ou não). Com isso, é possível saber qual oferta funciona com cada público e estruturar estratégias de comunicação efetivas com poucos cliques.



# 02

Como preparar seus dados para personalizar experiências?



# Como preparar seus dados para personalizar experiências?

O que levar em consideração na hora de escolher uma plataforma para armazenar seus dados?

Ter uma ferramenta capaz de organizar os dados é peça-chave para os profissionais de marketing.

Na *Salesforce*, temos o *Data Cloud*, que captura dados e *gera insights acionáveis em tempo real*.

## Escolha uma ferramenta que se integra aos serviços que você já usa:

Opte por uma ferramenta que se conecte a todos os principais softwares que sua empresa usa. Assim, é possível para criar perfis unificados em todos os pontos de contato.

## Escolha uma ferramenta que permita automatizar ações:

Através da automação é possível gerenciar cada aspecto de cada campanha em um só lugar. Isso significa ter uma visão e um controle integrado de todos os canais e pontos de contato com o cliente como e-mail marketing, social media, mobile messaging e anúncios.

## Escolha uma plataforma que unifique todos os dados do cliente:

A importância de uma plataforma que unifica dados se dá pela necessidade de *construir um storytelling do consumidor*. Opte por uma ferramenta que não só centraliza os dados, como também os *unifique, para montar um perfil consistente do cliente*.

## Escolha um sistema de armazenamento de dados que seja seguro:

A frase "os dados são o novo ouro" existe por uma razão bem importante. Na hora de escolher uma ferramenta, opte por uma que conhecidamente segue os padrões de segurança da indústria.



# 03

## Personalizando experiências na prática



# Personalizando experiências na prática:

## Para isso, use seus dados com inteligência.

Uma vez que você possua os dados necessários hospedados em um software como o *Data Cloud*, é possível usá-los das seguintes maneiras:

### Aprofunde o conhecimento que você tem sobre os seus clientes:

Com bases de dados robustas é possível capturar dados sobre cada um deles, *obtendo informações sobre preferências pessoais e hábitos de compra*. Assim, é possível antecipar dores, necessidades e interesses sobre os clientes em questão, criando o *hábito de um marketing proativo*.

### Crie recomendações de compra ideais:

Se você sabe que o cliente A colocou no carrinho de compras uma saia e uma blusa, não faz muito sentido você impactá-lo com um anúncio de chapéus e sapatos. Graças à inteligência de dados é possível *entender de verdade quem são as pessoas que compram com você*.

### Transforme dados em interações com a inteligência artificial:

Ao combinar o Data Cloud com o Marketing Cloud da Salesforce, você consegue fazer facilmente *prompts que atuam como briefings*, seja para campanhas de e-mail marketing, push ou qualquer outro tipo de comunicação.

### Triplique o engajamento de marca

*A IA e a automação combinadas ajudam os profissionais de marketing a analisar os dados, fazer recomendações individuais* de produtos e prever um cronograma de envio adequado. Além disso, a empresa consegue segmentar públicos de forma mais precisa e enviar conteúdo relevante.



# 04

## Exemplos na Indústria



## Personalização e engajamento no setor de alimentos.

A principal dificuldade que esse tipo de empresa enfrenta é justamente manter um relacionamento personalizado, já que seus produtos são vendidos majoritariamente em lojas físicas.

Por meio de recomendações personalizadas e individuais de produtos e receitas que mais batem com o perfil do cliente, foi possível coletar os dados dos clientes e criar um cronograma de envio de mensagens e interações com uma segmentação de público refinada. Dessa forma, ações como:

- Promoções de vendas e sorteios que capturavam dados através de QR Codes impressos nas embalagens. Assim, a partir das preferências de compra, a marca pode automatizar envios de receitas com aquele produto ou dicas de como otimizar o seu uso.
- A criação de um site de receitas para que os usuários acessem, consumam os conteúdos e deixem um rastro digital das suas preferências, páginas de clique e gostos culinários.
- Outro ponto que pode ajudar a agregar valor é o envio de receitas personalizadas via inbox. Se o cliente comprou o molho de tomate da marca, pode ser estratégico impactá-lo via push ou WhatsApp com receitas italianas, por exemplo.

Nesse caso, o uso de dados pode ser ainda mais certo, possibilitando que se concilie o momento do acesso ao site de receitas com um envio inbox de dicas culinárias.



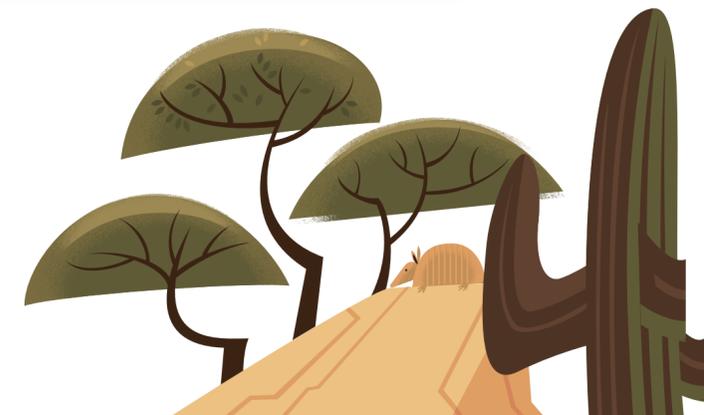
# Transformando clientes em fãs no segmento esportivo.

O mundo esportivo tem o desafio de transformar sua popularidade em crescimento sustentável e fidelidade dos fãs. A chave para isso é apostar em experiências que parecem pessoais.

Através de estratégias de automação de marketing, como o envio de push e mensagens de WhatsApp personalizadas, há um melhor nível de engajamento do público. Através da leitura de dados sobre o comportamento do usuário X, é possível criar ações do seguinte tipo:

- SMS, WhatsApp ou push personalizado para o fã de um clube ou atleta informando de alguma promoção interativa, como “a cada gol vale será 5% de desconto na camisa X”.
- Outra possibilidade é se comunicar com os fãs por meio de informações relevantes, curiosidades ou fatos que despertem a atenção e aumentem o tempo de interação do usuário com a marca.

Por exemplo, durante um jogo ou uma competição, a empresa pode disparar mensagens falando sobre a história de seria se comunicar com o cliente, fã do time, contando a história dos atletas participantes.



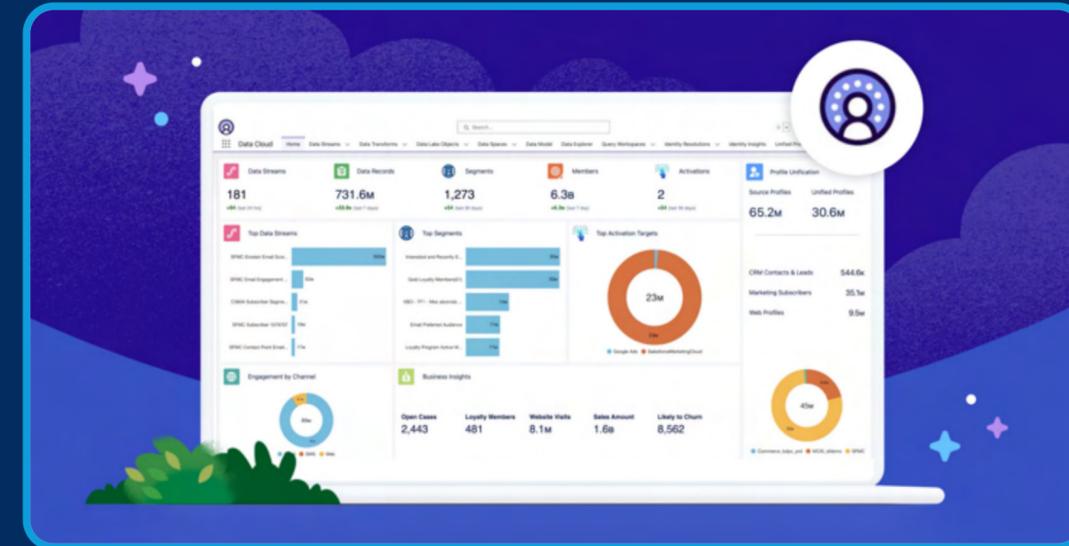
Tem interesse em saber mais sobre os produtos que mencionamos?



## Marketing Cloud Overview

Veja como as maiores marcas do mercado, em parceria com a Salesforce, ativam seus dados e IA para impulsionar o relacionamento com os clientes.

Saiba mais



## Salesforce Data Cloud

Centralizar os dados é apenas o primeiro passo - e já não é mais o suficiente. Descubra como os profissionais de marketing usam o Data Cloud para fazer a diferença.

Saiba mais



As informações fornecidas neste relatório são estritamente para conveniência de nossos clientes e apenas para fins informativos gerais. A publicação da Salesforce faz não constitui um endosso. A Salesforce não garante a exatidão ou integridade de quaisquer informações, textos, gráficos, links ou outros itens contidos neste documento. A Salesforce não garante que você alcançará resultados específicos se seguir qualquer conselho do relatório. Pode ser aconselhável consultar um profissional como um advogado, contador, arquiteto, consultor de negócios ou engenheiro profissional para obter aconselhamento específico que se aplique à sua situação específica.