



Ferramentas de Marketing Digital

O guia para você conhecer e escolher as melhores ferramentas para o seu negócio

Introdução

Sempre que falamos com profissionais de Marketing Digital, um assunto que costuma entrar em pauta é o uso de ferramentas. É importante não se enganar e lembrar que uma ferramenta é... bem, só uma ferramenta! Ela não faz nada sozinha e depende sempre de alguém operando para que as coisas de fato aconteçam.

Por outro lado, ferramentas muitas vezes são o que tornam viáveis ações incríveis e efetivas. Ferramentas permitem ganhos de produtividade, de acesso e inteligência de informações, de escala, entre outras possibilidades. E é por isso que os bons profissionais se preocupam com isso.

Uma boa ferramenta não tira o trabalho de um profissional, dá a ele mais possibilidades e mais tempo para que consiga pensar estrategicamente em cada passo e ganhar mais alavancagem.

O que buscamos nesse eBook é justamente ajudar sua empresa na escolha das ferramentas adequadas para o seu negócio, mostrando a que itens se atentar e algumas opções disponíveis no mercado.

Claro que várias ferramentas de qualidade podem ter ficado de fora, mas nossa ideia foi dar uma visão geral apresentando as categorias de produtos e as opções mais conhecidas.

Esperamos que aproveite o material!

Um abraço,

Equipe Resultados Digitais

Sumário

O processo de escolha de ferramentas

Tudo em um vs. Especializada	04
Self service vs. Estrutura de vendas, suporte e sucesso do cliente	07
B2B vs. B2C	09
Qual a contribuição de uma ferramenta	10

O nosso framework das 5 funções do Marketing Digital 11

O que faz e como é o RD Station 13

As opções de ferramentas para...

Atração	
Produção de conteúdo	15
SEO e Compra de mídia.....	17
Postagens em mídias sociais	19
Conversão	
Criação de Landing Pages	21
Otimização da conversão	23
Relacionamento	
Monitoramento em mídias sociais	25
Email Marketing	26
Automação de Marketing.....	28
Vendas	
CRM	30
Email tracking.....	31
Análise	
Acompanhamento de performance	32

A decisão de ferramentas: “Tudo em um” vs. ferramentas especializadas

Um dos primeiros tópicos a se avaliar é se sua empresa deve priorizar uma ferramenta “Tudo em um”, ou seja, uma plataforma que concentre todas as funções principais pelas quais a área de Marketing Digital é responsável, ou então usar uma ferramenta especializada para cada vertical específica (como SEO, Mídias Sociais, etc).

É importante entender quais são as vantagens e desvantagens de cada um dos casos e comparar com as necessidades reais da sua empresa para conseguir avaliar qual é a opção mais adequada.

As ferramentas especializadas

Ferramentas especializadas têm como grande vantagem o nível de profundidade com que podem tratar cada vertical.

Se para uma empresa, por exemplo, grande parte do tráfego e dos resultados vêm das buscas orgânicas no Google, talvez ela precise de um nível de profundidade na análise e planejamento de SEO que ferramentas “tudo em um” podem não oferecer.

No entanto, isso costuma vir também associado a alguns problemas. Trabalhar com ferramentas separadas sempre adiciona uma camada extra de complexidade: ou você vai lidar com várias ferramentas diferentes ou vai deixar algumas ações importantes por fazer.

E lidar com várias ferramentas diferentes quer dizer lidar com interfaces diferentes, logins diferentes, contas diferentes e coisas que muitas vezes não conversam bem entre elas.

No lado dos preços, uma ferramenta especializada normalmente é mais barata que uma ferramenta “tudo em um”. No entanto, se você precisa de uma atuação completa e usa várias das ferramentas separadas para isso, a soma do pacote de vários produtos normalmente acaba sendo muito mais cara do que um produto só capaz de fazer tudo.

As ferramentas “Tudo em um”

Aqui temos que dar um passo atrás e um alerta: nossa opinião é um pouco enviesada já que nosso produto, **o RD Station**, é exatamente um “tudo em um”.

Por outro lado, nós só construímos o produto por já acreditar, desde muito antes, que essa abordagem é a ideal para a maioria dos casos e traz ganhos inquestionáveis.

Isso porque as ferramentas “tudo em um” normalmente são simples e precisas: elas não oferecem todas as opções avançadas e customizáveis de uma ferramenta especializada, mas costumam cobrir o que é de fato essencial em cada vertical e permitem que as empresas consigam manter uma alta performance por encontrar as principais alavancas.

O resultado é um produto mais simples de operar, mais focado no que é importante e, principalmente, que tem as funções conversando muito bem entre elas.

Poder segmentar o envio de um email por meio da origem que o Lead veio (integrando o sistema de analytics) ou do número de conversões que ele tem (integrando o sistema de Landing Pages e gestão

de Leads) são alguns exemplos simples mas inviáveis ou muito difíceis quando não usamos uma plataforma tudo em um.

Em termos de preço, as ferramentas podem variar bastante, mas de forma geral são acessíveis, ainda que um pouco mais caras que uma única ferramenta especializada.

Modelos híbridos

Uma possibilidade bastante comum (e usada por nós na Resultados Digitais) é contar com uma ferramenta tudo em um e alguns módulos complementares avulsos.

É uma forma de aproveitar os benefícios da integração e simplicidade do modelo tudo em um complementando alguns pontos que podem ajudar e não são atendidos por meio das ferramentas extras.

Ferramenta Self-service vs. Estrutura de venda, suporte e sucesso do cliente

Outro ponto que tem impacto na decisão é a forma como a empresa trabalha no relacionamento com o cliente.

Algumas empresas optam pela estrutura self service: isso quer dizer que você se registra, começa a usar e faz o pagamento sem contato com ninguém da empresa, tudo é feito de forma online, por conta própria.

Outras empresas optam por um modelo diferente. Elas investem em vendedores para conversar com seus clientes e ajudá-los a entender o produto e o encaixe com seu negócio antes da venda, investem em um suporte efetivo e muitas vezes investem em um time para fazer gestão de contas e ajudar o cliente a obter sucesso.

A grande vantagem de uma ferramenta self service é que cortando uma camada de serviços ela também ganha margem em termos de preços e consegue ter ofertas mais competitivas. No entanto, é preciso ser familiar à ferramenta e aos conceitos para conseguir operar bem.

Já uma ferramenta com estrutura de atendimento normalmente conta com preços um pouco maiores, mas também oferecem um apoio muitas vezes importante para ajudar a mastigar a complexidade do Marketing Digital.

Uma empresa que oferece uma camada de serviços conhece bem os problemas mais comuns, conhece cases próximos do seu negócio e pode contribuir com inteligência para o negócio. Acabam atuando como “médicos” e “amigos” dos clientes, ajudando com diagnósticos e conselhos.

Outro ponto a se levar em conta é o país de origem da ferramenta. Se você não se sentir confortável com o inglês, mesmo aquelas ferramentas que oferecem um apoio vão acabar funcionando da mesma forma que um self service.

B2B vs. B2C

Os tipos de negócios também podem ditar algumas diferenças importantes no processo de escolha.

B2C: normalmente trabalham em negócios que miram o consumidor final. Este tipo de negócio é na maioria das vezes caracterizado por muitos Leads e alto volume de dados. Geralmente necessita de sofisticadas ferramentas de análise e segmentação para definir, selecionar e alcançar indivíduos de seus segmentos alvos.

B2B: negócios que focam suas operações para vender para outras empresas. Necessitam engajar seus Leads em ciclos de vendas maiores. Prioritariamente estão buscando por recursos que ajudem a gerar e nutrir relacionamentos com estes Leads. Automação e nutrição de Leads e integração com CRM são itens críticos para conseguirem boa performance.

Qual a contribuição de uma ferramenta

Existem algumas questões que as ferramentas de Marketing Digital devem endereçar. Há algumas contribuições específicas das ferramentas em funções que a área de Marketing é responsável. Entre as necessidades, estão:

- Ajudar a gerar mais Leads, identificá-los e qualificá-los em maior volume: ferramentas de Marketing Digital devem de uma forma geral permitir às empresas melhor alcançarem seu público alvo, qualificar rapidamente os Leads e enviar os Leads para um vendedor apropriado.
- Melhorar gestão de vendas: ferramentas de Marketing Digital ajudam de certa forma a coordenar melhor as atividades entre Marketing e Vendas e devem ser capazes de ajudar a identificar se um Lead gerado por Marketing se concretizou em venda.
- Ter campanhas mais efetivas: ferramentas de Marketing Digital permitem que empresas mensurem e ajustem suas campanhas de Marketing baseado no que aprenderam com as métricas.
- Diminuir custos: a economia é conseguida de várias formas mas destacamos uma: o número de funcionários necessários para executar de forma coordenada e integrada ações de Marketing Digital. Normalmente com uma boa estratégia de implementação de ferramentas de Marketing Digital existe uma necessidade menor no número de pessoas para realização das atividades.

Dito isso, é bom reiterar mais uma vez que ferramentas não resolvem tudo! É preciso planejamento, gestão, conhecimento técnico e estratégia para conseguir transformar o uso das ferramentas em resultados.

O nosso framework das 5 funções do Marketing Digital

Vamos apresentar as ferramentas levando em conta o nosso modelo de Marketing Digital de Resultados.

Nesse modelo, temos 5 funções essenciais girando em torno do funil, criando um processo e um caminho claro da atração de visitantes à conversão em clientes.

Tudo começa com a atração de visitantes, que é a base do funil e a matéria prima para que todo o resto funcione.

Vemos 3 tipos de ações fundamentais para garantir um bom fluxo de visitantes: produzir conteúdo de qualidade, otimizar esse conteúdo para o Google (SEO) e para as mídias sociais e fazer compra de mídia (Adwords, Facebook Ads) para acelerar no curto prazo.

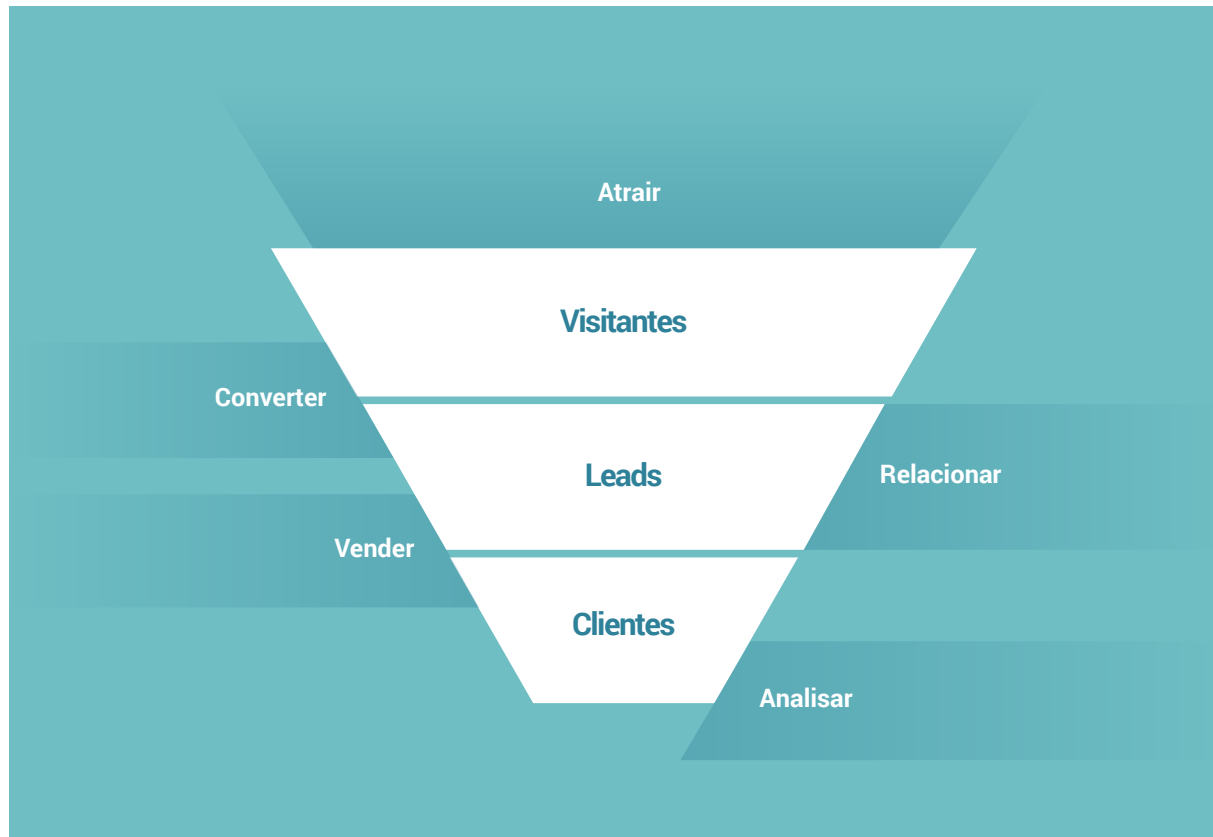
Depois precisamos converter esses visitantes em clientes, o que na maioria dos casos não é algo tão simples assim. Por isso, cria-se um passo intermediário que é a geração de um Lead: uma pessoa que preenche um formulário demonstrando interesse no seu mercado.

Com o Lead gerado, passamos à etapa seguinte que é o relacionamento. Basicamente é ouvir o potencial cliente, entender seu comportamento e entregar o conteúdo que ele precisa a cada momento. Isso vai fazendo com que o Lead se sinta cada vez mais confiante na empresa, entenda cada vez mais o seu produto e sua empresa e fique pronto para ser repassado ao time de vendas.

Resultados Digitais

Desse momento em diante, entra a venda em si e o relacionamento do vendedor com o cliente. O vendedor pode se aproveitar e muito de todo o histórico com Marketing para encontrar uma abordagem ideal.

Ao final do processo, é preciso analisar tudo para entender se o investimento tem trazido um bom retorno e para identificar quais são as possibilidades de otimização.



Apresentando a nossa ferramenta: o RD Station

Como já adiantamos, temos uma ferramenta tudo em um. Nós apresentamos ela com bastante orgulho porque lá atrás, quando começamos a fazer Marketing Digital, traçamos o que considerávamos o ideal para alguém que estivesse investindo na área e foi com essa visão em mente que traçamos o RD Station.

Hoje a ferramenta é o coração de nossas ações e onde nos apoiamos para fazer todo o nosso trabalho de Marketing Digital, que nos deu mais de 1.000 clientes em apenas 2 anos de produto no ar.

Nas classificações que indicamos, o RD Station se encaixa como “tudo em um” e com estrutura de venda, suporte e sucesso do cliente.

A qualquer momento você pode **pedir uma avaliação gratuita** do seu Marketing Digital. Um de nossos consultores vai conversar com você, diagnosticar a situação atual e mostrar quais são as maiores oportunidades que vemos disponíveis para o seu negócio.

Depois que você se torna cliente, há um executivo de conta para ajudar a orientar seus passos e uma metodologia de implementação que já aplicamos e refinamos com centenas de clientes

As outras opções

No Brasil não há nenhuma outra ferramenta que consiga juntar as funções como o RD Station. No entanto, há sim algumas opções no exterior.

As principais são Eloqua, Marketo e Hubspot. Elas oferecem produtos bons e estrutura de serviços de apoio também.

Existem alguns pontos de diferenças entre os softwares. Para nós e pelo que ouvimos de nossos clientes as 3 grandes vantagens do RD Station são:

- Uma ferramenta única de BI integrada à plataforma, dando mais inteligência na tomada de decisões e facilitando a descoberta de oportunidades de crescimento;
- Estrutura no Brasil, com software, conteúdo e atendimento em português e conhecimento da realidade local;
- Preços consideravelmente menores (em média 5x ou mais).

Nas próximas páginas vamos mostrar, para cada função que consideramos importante, como resolvemos com o RD Station e quais são as ferramentas que podem substituir ou complementar seu uso.

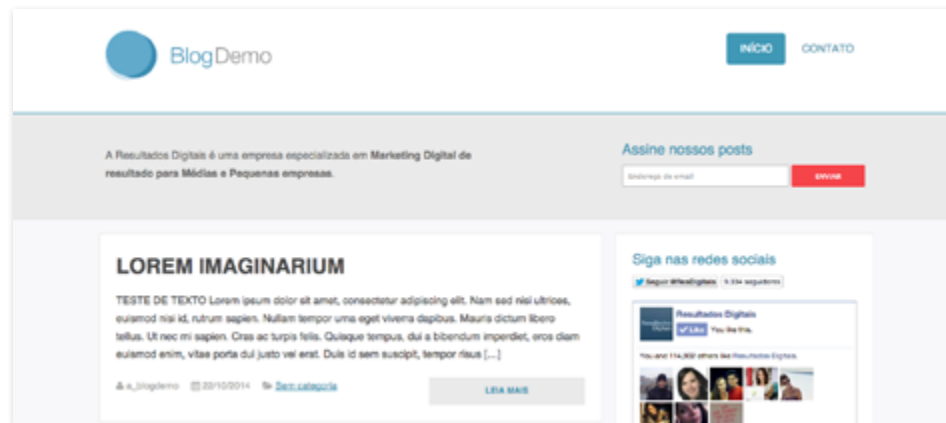
Atração

Nesse bloco vamos falar um pouco sobre como atrair mais tráfego para o site da sua empresa, principalmente através da produção de conteúdo e do Google (tanto as buscas orgânicas quanto as pagas).

Produção de conteúdo

COMO RESOLVEMOS COM O RD STATION

Os clientes do RD Station podem contar com a **instalação de um blog por uma taxa simbólica**. Esse blog usa a plataforma Wordpress (wordpress.org) e já leva em consideração boas práticas de código, design e estrutura.



Resultados Digitais

Outro item interessante em que o RD Station pode te ajudar na produção de conteúdo é na geração de ideias para o seu blog.

Basta inserir na ferramenta algum termo que seja importante para o seu negócio e ele lista uma série de ideias sobre o que escrever.

Insira um termo, preferencialmente substantivo, sobre o qual você gostaria de escrever. Em alguns segundos, você receberá ideias de títulos para seu blog.

gerenciamento de redes sociais Gerar sugestões

Sugestões

- 5 habilidades que os profissionais de gerenciamento de redes sociais tendem a dominar
- 7 fatos sobre gerenciamento de redes sociais que seu chefe vai gostar de descobrir
- 15 termos que todos no mercado de gerenciamento de redes sociais deveriam saber
- 15 dicas para aproveitar melhor seu orçamento de gerenciamento de redes sociais

Por fim, o RD Station também permite que você deixe agendado o conteúdo para as mídias sociais, garantindo assim que seus posts sejam publicados com disciplina nos melhores horários para sua empresa.

QUAIS AS OUTRAS ALTERNATIVAS

Recomendamos muito que você **não crie blogs gratuitamente no Blogger, Wordpress.com ou Tumblr**. Isso porque normalmente essas opções não permitem que você hospede o site no mesmo domínio da sua empresa.

Resultados Digitais

Uma das vantagens de um blog é dar mais autoridade ao site da sua empresa e por isso as plataformas gratuitas não costumam ser boa opção.

Caso não queira usar o RD Station, nossa sugestão é contratar um serviço especializado no assunto.

SEO e Compra de mídia

COMO RESOLVEMOS COM O RD STATION

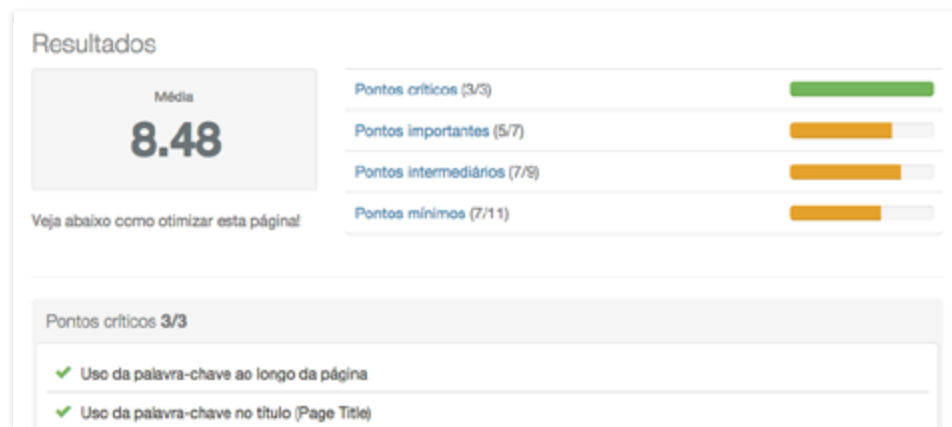
No RD Station, usamos um painel de palavras chave para controlar o desempenho do site nas ferramentas de busca. Lá é possível ver o ranking atual da empresa para cada um dos termos mais importantes pra ela.

Somando isso às informações do volume de buscas, competição e do CPC (custo por clique na palavra no Adwords), é possível avaliar quais os termos que valem a pena brigar organicamente ou via Adwords.

Palavra-chave Relevância (redefinir)	CPC Médio ⓘ	Volume ⓘ	Concorrência ⓘ	Ranking ⓘ	Melhor Página ⓘ
★ dicas de marketing digital Otimizar Apagar	R\$ 5,55	90		1*	/materiais-educativos/dicas-de-...
★ facebook ads Otimizar Apagar	R\$ 0,38	2900		4* ↑ 1	/materiais-educativos/whitapape...
★ facebook marketing Otimizar Apagar	R\$ 1,80	590		3*	/materiais-educativos/ebook-mar...
★ landing page 	R\$ 3,16	3600		5* ↑ 3	/materiais-educativos/webinar-c...

Resultados Digitais

Outra funcionalidade do RD Station útil no processo de SEO faz uma avaliação da sua página para indicar o quão bem ela está otimizada para o termo que você quer que ela esteja.



QUAIS AS OUTRAS ALTERNATIVAS

Existem outros serviços que podem cumprir a mesma função e outros que podem complementar o RD Station.

Google Webmaster Tools: é uma ferramenta gratuita do Google que ajuda a fazer um diagnóstico da estrutura do seu site e erros comuns no HTML, traz dados de aparições e cliques nas pesquisas do Google, links recebidos e mais uma série de funções importantes para quem trabalha com SEO. Mais informações [nesse post aqui](#).

Google Keyword Planner: a ferramenta de pesquisa de palavras chave do Google Adwords é uma ótima fonte de ideias de termos e também já traz informações relevantes. Normalmente usamos ela como um

Resultados Digitais

gerador de ideias mesmo: inserimos alguns termos importantes para o negócio e deixamos o Google expandir a lista com termos semelhantes.

Ubersuggest ou Keywordtool.io: mais duas alternativas gratuitas ao Google Keyword planner, que sugere várias ideias de palavras chave a partir do input de alguns termos.

Moz: Moz é uma ferramenta focada em SEO e Analytics que entrega algumas das mesmas funções que o RD Station. Lá é possível fazer um acompanhamento de ranking dos termos mais importantes para o seu negócio e também obter um diagnóstico on-page. Por ser especializada no tema, apresenta também algumas opções um pouco mais avançadas, como a mensuração de autoridade do domínio e das páginas, comparativo com concorrentes e rastreamento do site.

SEMRush: o SEMRush é uma ferramenta muito interessante de inteligência competitiva para que investe em buscadores. Lá é possível entender onde os concorrentes estão investindo (quais as keywords, como são os anúncios) e usar isso como insight para montar sua própria campanha. Normalmente é usado na etapa de planejamento de um projeto de compra de mídia

Postagens em redes sociais

COMO RESOLVEMOS COM O RD STATION

O RD Station tem um painel que permite o agendamento de publicação nas principais redes sociais, incluindo encurtador de url e envio de imagens.

É simples usar e conferir o que já está programado para ser publicado.



QUAIS AS OUTRAS ALTERNATIVAS

Buffer: o Buffer é uma ferramenta especializada no agendamento de publicações. Ela permite que a empresa monte uma fila de conteúdos, indique a frequência e número de repetição de publicações e já agenda ao longo do tempo buscando o melhor resultado.

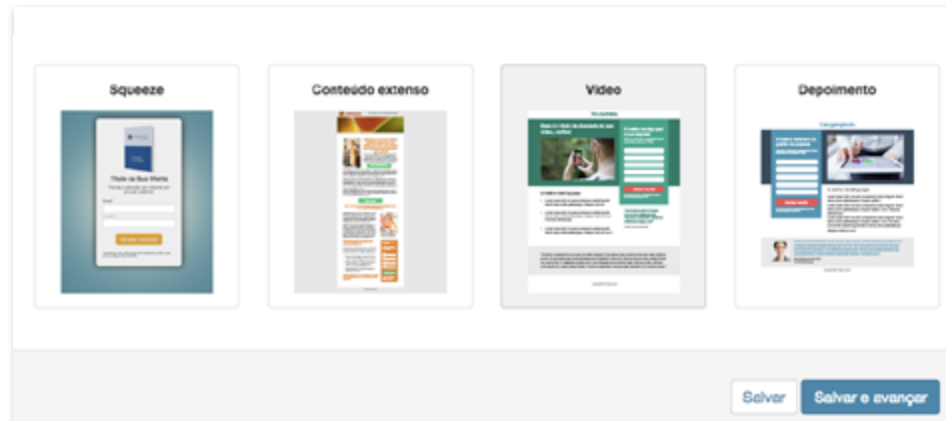
Hootsuite: o Hootsuite também permite agendar publicações nas principais redes sociais de forma semelhante ao RD Station.

Conversão

Criação de Landing Pages


COMO RESOLVEMOS COM O RD STATION

O RD Station possui um bom criador de Landing Pages, que permite que você coloque sua página de captura de contatos no ar em pouquíssimo tempo, mesmo que não conte com a ajuda de um designer ou desenvolvedor.



Resultados Digitais

As cores, imagens, logo e todos os campos do formulário são totalmente customizáveis. Todos os Leads gerados já caem direto na base de Leads do RD Station e permitem gerar um histórico para cada pessoa (que inclui informações de relacionamento via email e mídias sociais).



The screenshot displays a lead profile interface. On the left, there is a profile picture of a man and a list of tags including 'sem vendas', 'início fluxo', 'ativos 16.5', 'ativar fluxo', 'plano de automação', 'clientes-curso', 'primeiro-lead', 'cliente', and 'rd'. Below the tags is an 'Adicionar' button. The main profile area contains fields for 'Email principal' (andregosiqueira@gmail.com), 'Cargo' (Diretor de Marketing), 'Empresa' (Resultados Digitais), 'Telefone (fixo)' (4884222209), and 'Origem' (Desconhecido). To the right of these fields are social media search options for Twitter, Google, and LinkedIn. Below the profile information is a section titled 'Atividades do Lead' with a list of activities: 'Conversões' (137), 'Emails' (1447), 'Fluxo de automação' (33), and 'Rede Social' (0). A specific activity is highlighted: 'Clicou no link do email: Link pós hangout "Storytelling para fechamento de Vendas" em 26 de Outubro de 2014, às 13:53'.

QUAIS AS OUTRAS ALTERNATIVAS

Unbounce: o Unbounce é uma excelente ferramenta especializada em criação de Landing Pages. Ela oferece opções avançadas de customização e edição e tem algumas opções de integração com outras ferramentas como email marketing e CRM.

Otimização da conversão

COMO RESOLVEMOS COM O RD STATION

Para fazer testes A/B nas nossas Landing Pages, utilizamos um recurso do Google Analytics que permite distribuir versões diferentes de páginas para um mesmo endereço. Assim é possível medir com precisão qual é a opção mais efetiva para sua empresa.

O setup é bem mais simples do que parece e [todos os detalhes de como fazer isso estão aqui](#).

QUAIS AS OUTRAS ALTERNATIVAS

Unbounce: o Unbounce também conta com a possibilidade de fazer testes A/B direto na plataforma de edição (apenas para as Landing Pages criadas lá) sem quaisquer dificuldades e facilita a busca pelas páginas que melhor convertem.

Visual Website Optimizer: o Visual Website Optimizer é uma ferramenta incrível para quem quer fazer testes A/B. Isso porque ele pode ser usado em qualquer página, construída em qualquer plataforma ou CMS (incluindo as Landing Pages do RD Station), e permite criar uma versão alternativa dessa página de forma muito simples mesmo para quem não tem conhecimento em design ou codificação.

Optimize.ly: ferramenta bastante semelhante ao Visual Website Optimizer, cumprindo basicamente as mesmas funções.

Crazy Egg: uma ferramenta muito interessante para fazer o rastreamento de onde as pessoas olham ao abrir sua página e permitir assim fazer ajustes no design para que a ênfase fique nos pontos que você considera mais importantes.

Qualaroo: o Qualaroo insere um pequeno pop-up no canto inferior direito da sua página para fazer uma pergunta ao usuário. É relevante para identificar pontos de dúvidas, intenção do usuário ao entrar na página e outros interesses ou comportamentos que possam servir de insights na otimização da conversão.

Olark: é uma ferramenta de chat online que permite uma conversa com os usuários da página. É uma forma de responder dúvidas dos usuários, reduzir objeções e já iniciar uma conversa de vendas, aumentando bastante a taxa de conversão.

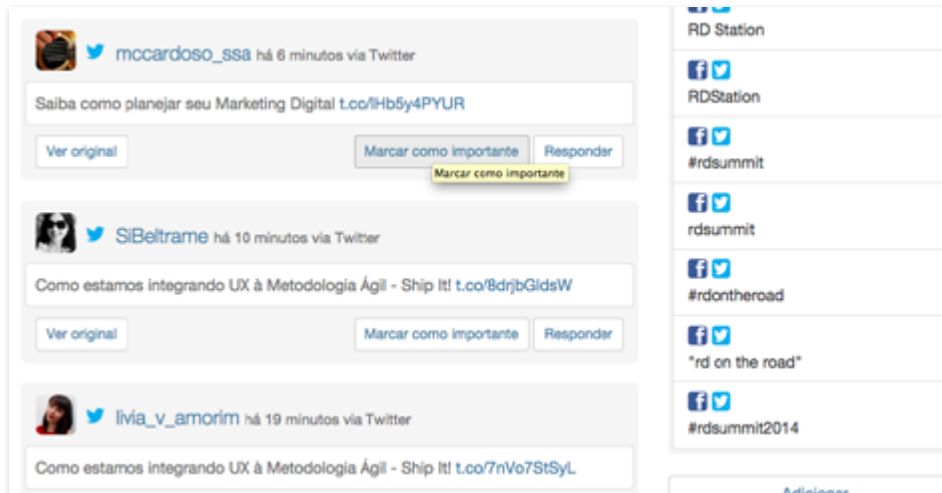
Relacionamento

Monitoramento em mídias sociais

COMO RESOLVEMOS COM O RD STATION

O RD Station tem um módulo de monitoramento em mídias sociais que permite acompanhar todos os termos importantes para a empresa nas principais redes.

É possível marcar alguns favoritos e já responder aos tweets direto pela plataforma.



QUAIS AS OUTRAS ALTERNATIVAS

Scup: é a principal ferramenta brasileira de monitoramento de mídias sociais e é indicado para casos mais complexos e grandes marcas, que precisam traduzir uma enxurrada de publicações e insights mais acionáveis.

Hootsuite: além de postagens, também conta com um módulo de monitoramento que pode atender a alguns casos.

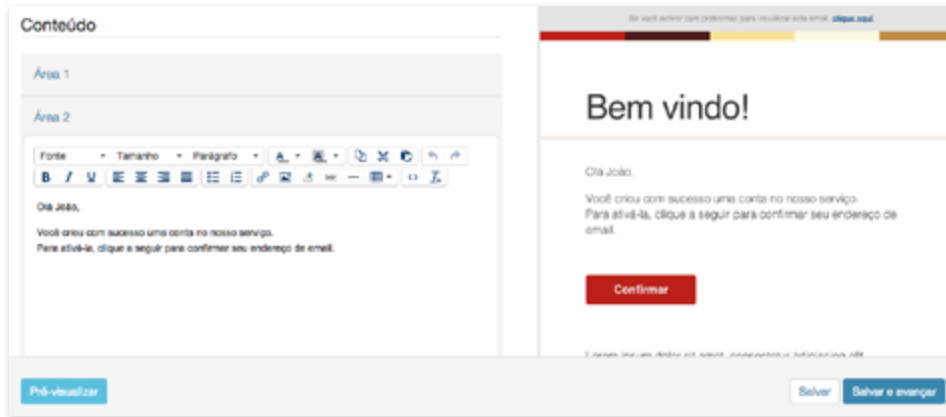
Email Marketing

COMO RESOLVEMOS COM O RD STATION

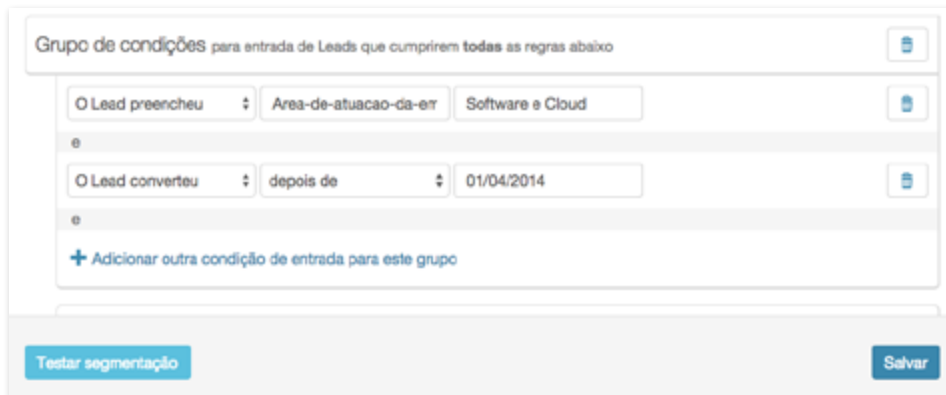
O RD Station usa a infraestrutura do Sendgrid, que tem ótima entregabilidade e permite que você faça os disparos de emails direto pela ferramenta.

Existem vários templates prontos e você pode editar sua campanha de forma muito simples, em uma experiência razoavelmente parecida com a de editar um texto no Word.

Uma grande vantagem do RD Station é o fato de estar tudo ligado: email marketing, criador de Landing Pages e gestão de contatos. Isso abre uma infinidade de possibilidades na segmentação que são inviáveis em ferramentas separadas.



É possível segmentar o disparo por cargo, data, número de conversões, data das conversões, tags, fonte de tráfego, eventos realizados (interesses) entre várias outras possibilidades. Isso faz com que você possa ser muito mais assertivo nas campanhas.



Por fim, há o mapa de cliques e estatísticas que permitem avaliar o desempenho da campanha, além do comportamento do usuário (recebimento, aberturas e cliques) ficar arquivado no histórico de cada potencial cliente.

QUAIS AS OUTRAS ALTERNATIVAS

Mailchimp: para quem busca só uma ferramenta de email, o Mailchimp é provavelmente a opção mais comum. Sua opção de edição de templates é simples e facilita muito a vida de quem quer enviar belos emails mas não é designer ou não sabe desenvolver o HTML.

Mail2easy: listamos o Mail2esay como opção nacional para quem busca apenas o envio de emails.

Automação de Marketing

COMO RESOLVEMOS COM O RD STATION

Mais uma vez contando muito com a integração entre as coisas, o RD Station oferece uma arma poderosa de automação de Marketing. Usando opções de segmentação por perfil e comportamento do usuário, é possível realizar ações automaticamente que ajudem no relacionamento e venda.

É possível programar uma sequência de emails, seguir o Lead no Twitter, notificar um vendedor de uma ação, associar um dono ao Lead, entre outras opções.

Resultados Digitais

Também é possível, de acordo com o comportamento do usuário (clique em determinado email, preencher determinados requisitos), levar o Lead de um fluxo a outro, identificando assim seus interesses e momento de compra e entregando um conteúdo mais relevante a cada ocasião.

Vendas

CRM

COMO RESOLVEMOS COM O RD STATION

Na verdade o RD Station é justamente o limite entre Marketing e Vendas, o ponto onde o Lead sai do Marketing e vai para vendas (que é quem usa o CRM). No RD Station fica todo o histórico de interações do Lead com Marketing: quais materiais ele baixou, quais emails recebeu, como se relacionou com a marca nas redes sociais.

O RD Station conta com integração com as principais opções de CRM do mercado, assim o Lead é direcionado para o vendedor e já leva todas essas informações do histórico que ajudam muito na hora da abordagem.



QUAIS AS OUTRAS ALTERNATIVAS

Salesforce.com: é a maior plataforma de CRM do mundo e tem como grande vantagem a parte de análise e estatísticas de performance.

Pipedrive: com um modelo totalmente self service, é uma opção de CRM que vem conquistando muitos clientes em função de seu baixo custo e simplicidade no uso.

Agendor: uma opção brasileira que também fica na nuvem, conta com aplicativos mobile e cumpre bem o seu papel.

Email Tracking

QUAIS AS OUTRAS ALTERNATIVAS

Yesware: algo que pode ajudar muito o vendedor é saber se e quantas vezes um potencial cliente abriu seu email, clicou em um anexo e etc. O Yesware é uma excelente opção para fazer isso. Ele funciona como um plugin e permite rastrear os emails que você envia, trazendo uma informação bastante relevante para os vendedores.

Análise

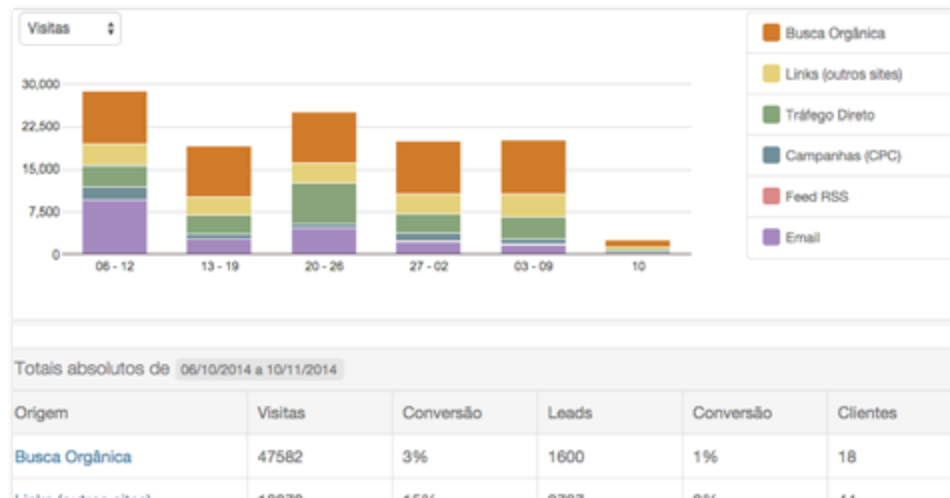
Acompanhamento de performance

COMO RESOLVEMOS COM O RD STATION

O RD Station tem sua área de análise como um dos pontos fortes.

Pela ferramenta, recebemos emails diários e semanais com um relatório de desempenho, permitindo identificar rapidamente e sem muitos esforços necessidades de correção de rumo.

Na ferramenta é possível descobrir em mais detalhes a performance de cada uma das diferentes fontes de tráfego, apresentando com quantas visitas, Leads e clientes cada uma das fontes contribuiu.



Mais do que isso, o RD Station conta hoje com a funcionalidade Marketing BI, uma ferramenta de Business Intelligence integrada a todo o resto que revoluciona a forma como as empresas analisam seus dados de marketing.

Com ele é possível ter informações muito relevantes desde os pontos mais estratégicos do negócio (como a contribuição do Marketing para vendas, a duração do ciclo de venda, as tendências) até pontos mais operacionais (as campanhas que geraram Leads com maior probabilidade de conversão, os emails que melhor fizeram o Lead andar no funil, os conteúdos que foram melhor aceitos).

Com isso, o nível de insights é alto e focado em dados reais do seu negócio em específico, encontrando os principais pontos de alavancagem.

QUAIS AS OUTRAS ALTERNATIVAS

Google Analytics: o Google Analytics é a ferramenta mais utilizada no mundo para análise de dados em websites. Ele permite entender o tráfego e suas diferentes fontes e o básico da taxa de conversão. Seu maior problema é que acaba sendo mais pensado para o ecommerce, onde a conversão é a venda em si. Para empresas que trabalham com uma venda mais complexa, no entanto, só é possível saber quantos se converteram em Leads. Não dá para analisar a qualidade dos Leads ou quantos deles se tornam clientes depois, o que deixa um ponto importante não atendido pela ferramenta.

Resultados Digitais

A Resultados Digitais tem como objetivo de ajudar empresas de todos os portes a entender e aproveitar os benefícios do Marketing Digital, conseguindo assim resultados reais e permanentes para os seus negócios. Fazemos isso hoje de três formas principais:

Criamos o **RD Station**, um software completo e integrado para a gestão de Marketing Digital em uma única ferramenta.

Temos uma metodologia passo a passo de implementação de Marketing Digital. Oferecemos pacotes de **consultoria** em cima desta metodologia e do uso efetivo do RD Station.

Produzimos muito conteúdo educativo na área de Marketing Digital, que disponibilizamos em forma de posts no **blog** de Marketing Digital, **eBooks e Webinars gratuitos**, **cursos online** e **eventos presenciais**.