



BUSINESS INTELLIGENCE:

QUAL A IMPORTÂNCIA DA **ANÁLISE DE DADOS** PARA O **MARKETING**



S4R SOLUTIONS
FOR RESULTS



OUTMarketing
marketing para empresas de TI

Introdução

Entender o mercado e investir em campanhas de marketing é importante para o posicionamento, a atração do público-alvo e o desenvolvimento de negócios de qualquer empresa. Ainda que algumas companhias consigam alcançar o sucesso com base apenas no conhecimento do empreendedor, é por meio da análise de dados que as conquistas são mais promissoras, principalmente quando utilizadas ferramentas de Business Intelligence.

A necessidade de utilizar dados para gerenciar melhor uma empresa não é novidade para muitos empreendedores. No entanto, mesmo para aqueles que entendem o quanto o assunto é importante, colocar em prática seus conceitos e treinar colaboradores para transformar dados em informações pode ser um desafio.

Se você gerencia uma empresa e, como tantos outros administradores, não tem muito tempo disponível para coletar e analisar dados, vale muito a pena conhecer as possibilidades do Business Intelligence e como a tecnologia pode te ajudar a alcançar seus objetivos organizacionais.

Neste e-book, esclarecemos por que a análise de dados é importante, apresentaremos o conceito de Business Intelligence, explicaremos de que maneira suas soluções podem beneficiar o marketing de uma organização e indicamos algumas excelentes e importantes fontes de informação. Acompanhe e entenda como você pode tomar melhores decisões e otimizar campanhas da sua empresa.

Por que a análise de dados é tão importante?

Analisar dados significa ler números, métricas e indicadores, por exemplo, e compreender, com clareza, de que maneira essas informações podem ser aplicadas à realidade. No contexto empresarial, essa ação é fundamental, pois auxilia gestores a tomar decisões mais estratégicas, com base em fatos, o que reduz riscos, ajuda a justificar e nortear investimentos e contribui para a manutenção da competitividade no mercado.

Quando a gestão da empresa é orientada a dados, e não a intuições, identificar padrões e tendências fica mais fácil e, assim, é possível entender melhor o cenário em que a companhia está inserida. Para isso, podem ser utilizadas soluções tecnológicas como o Big Data e a Inteligência Artificial.

Essa última tecnologia, aliás, foi utilizada em um algoritmo que **beneficiou** as campanhas de marketing e vendas da Volkswagen na Alemanha. A empresa conseguiu, por meio de análises preditivas, tomar melhores decisões de investimentos em anúncios, com base em dados transacionais, pedidos de compra, preço da gasolina e até de carros concorrentes. O resultado foi um aumento de até 14% nos negócios, em comparação com campanhas criadas unicamente sob recomendações de uma agência.

O case ajuda a demonstrar como a **análise de dados** pode ajudar uma empresa a otimizar suas campanhas de marketing. Essa é, aliás, uma das grandes tendências de marketing, pois permite entender melhor o mercado e o consumidor antes mesmo da criação de anúncios e, assim, planejar melhor as estratégias.

E, com os primeiros relatórios, a empresa pode monitorar e otimizar as campanhas. Para alcançar os melhores resultados possíveis, pode utilizar o Business Intelligence e, por meio da solução, unificar dados de diversas fontes.

Business Intelligence: o que é?

Imagine coletar e integrar dados de várias mídias sociais, do site e do setor de compras da empresa para criar relatórios e gráficos manualmente, continuamente. Provavelmente você ou a sua equipe gastaria muito tempo nesse processo, não conseguiria utilizar muitas informações ou talvez não conseguisse gerar insights para aplicar à realidade da organização.

As ferramentas de Business Intelligence facilitam essa dinâmica, pois são capazes de coletar, unificar um grande conjunto de dados e fazer previsões com mais agilidade, o que facilita a análise e a tomada de decisões mais estratégicas.

Suas soluções consistem, basicamente, em um sistema operacional que agrupa as estatísticas, métricas e indicadores mais importantes à empresa e utiliza esses dados para criar painéis, ou dashboards, personalizados, de acordo com as necessidades e os objetivos.

Para isso, o sistema costuma coletar dados de diversas fontes e gera insights para ajudar a otimizar processos nos diversos setores da companhia. No departamento de marketing, a solução pode ser utilizada para criar e otimizar melhores campanhas, obter mais vendas e o sucesso. No entanto, antes disso, pode também ajudar a desenvolver estratégias básicas de posicionamento de mercado, necessárias a qualquer empresa.



Business intelligence e marketing: quais os benefícios

A administração mercadológica tem como principais objetivos entender o mercado e as necessidades e desejos do público-alvo para, com base nessas informações, criar soluções e garantir o sucesso da empresa.

A criação de campanhas publicitárias para gerar vendas é uma de suas funções e são tantas as soluções digitais disponíveis hoje, como o Google Ads e o Facebook Ads, que coletar dados e criar relatórios sobre performances de anúncios e perfil de consumidores é simples.

Essas e outras plataformas coletam dados como idade, localização, gênero e interesses da audiência da marca. Você pode ter acesso a métricas e indicadores, como número de visualizações de uma publicação em mídia social, de visitas a um site e o Custo de Aquisição do Cliente (CAC) com relativa facilidade.



A possibilidade de analisar dados, identificar padrões e realizar previsões, no entanto, é mais promissora com a utilização de ferramentas de Business Intelligence. Afinal, além de avaliar os resultados de suas campanhas, você pode unificar as informações com diversos outros relatórios, como pesquisas de mercado e indicadores macroeconômicos.

Os softwares ainda automatizam a análise e transformam os dados em informações claras e mais contextualizadas para facilitar a interpretação e gerar insights.

Essa dinâmica permite a criação de análises prescritivas, que apontam possibilidades de otimizações, e preditivas, que indicam tendências e ajudam a equipe de marketing a se preparar para o futuro. Assim, a empresa pode ser proativa e melhorar as mensagens de seus anúncios, intensificar os investimentos em fonte de tráfego mais promissora, entender melhor a jornada do consumidor e fazer o que for possível para aumentar as vendas.

As principais ferramentas para você analisar dados em sua estratégia de marketing

Existem diversas soluções, sistemas e plataformas que podem ser utilizados para gerar, coletar e analisar dados. A opção ideal depende de diversos fatores, como orçamento e objetivos da empresa. A seguir, apresentamos 5 opções excelentes que podem enriquecer muito a sua gestão.



S4R SOLUTIONS
FOR RESULTS



OUTMarketing
marketing para empresas de TI



Google Analytics

A principal solução de análise digital utilizada por profissionais de marketing é oferecida gratuitamente pelo Google e permite coletar dados sobre o acesso de sites, blogs, lojas virtuais e aplicativos.

Na plataforma, métricas como número de acessos, cidade dos visitantes, tempo de permanência nas páginas, origem de tráfego e interesses da audiência podem ser mensuradas. Essas informações ajudam o gestor a entender melhor o público-alvo e quais campanhas de marketing garantem melhores resultados. Assim, ele pode realizar otimizações.





Google

Search Console

Outra solução gratuita e muito utilizada por profissionais de marketing e web designers, essa plataforma do Google reúne métricas a respeito dos resultados de um site no buscador e erros que podem estar ocorrendo na indexação ou acesso às páginas. Esses dados ajudam a obter melhores posicionamentos no buscador.

No Search Console, é possível acompanhar quais palavras-chave estão sendo utilizadas por internautas para encontrar e acessar o site da empresa e outras informações, como número de impressões e cliques nos resultados do Google.

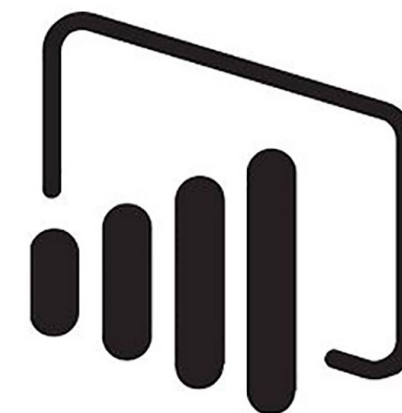
Os dados podem ser utilizados para entender melhor o padrão de buscas do público-alvo e melhorar a estratégia de marketing digital.

Ubersuggest

Antes de criar artigos e anúncios é importante saber quais palavras-chave o público utiliza para realizar buscas relacionadas a produtos ou serviços que a sua empresa oferece. Para buscar esses termos, você pode utilizar diversas soluções e uma das mais populares é o Ubersuggest, que também disponibiliza outras informações, como o volume de buscas mensais das expressões e número de visitas que o seu concorrente recebe no site.

Esses dados ajudam a entender melhor como os conteúdos podem ser criados e otimizados, além de permitir a análise da performance de sites concorrentes, o que ajuda a melhorar a estratégia de marketing digital e, principalmente, de SEO da empresa.





Microsoft

Power BI

O [Power BI](#) é uma solução desenvolvida pela Microsoft para unificar e analisar diversos dados, de diferentes formas, de múltiplas fontes. O programa condensa informações complexas e cria relatórios simples em apenas alguns segundos, o que é excelente para gestores que precisam tomar decisões rápidas e otimizar processos na empresa.

Para obter uma resposta com base em dados, basta fazer uma pergunta. O sistema, de maneira semelhante a um assistente virtual, a responde com relatórios e gráficos.

O Power BI pode utilizar informações de diversos aplicativos, plataformas, bancos de dados, sistemas gerenciais, planilhas e softwares, como o MailChimp, Facebook e Google Analytics, e apresenta um dashboard em uma interface que se assemelha aos programas do pacote office.

O dashboard também pode ser acessado por um smartphone, o que facilita o acesso a relatórios importantes para a análise gerencial, de acordo com os objetivos da administração. Assim, é possível fazer análises em tempo real e tomar melhores decisões, sem gastar muito tempo com leitura de relatórios e gráficos, o que beneficia a produtividade da empresa.



Esse ecossistema reúne os programas do Office já tão bem conhecidos nas empresas, mas agora em um plano de assinatura bastante econômico, que inclui, além do Word, Excel e demais softwares, 1TB de armazenamento no OneDrive, atualizações e 60 minutos de ligação no Teams.

O [Microsoft 365](#) é importante, no contexto de Business Intelligence e marketing, pois a solução possibilita a criação de um verdadeiro espaço de trabalho virtual — o que é muito interessante para empresas interessadas em inovação, trabalho remoto e transformação digital —, onde equipes armazenam e compartilham dados, informações e relatórios de suas estratégias e campanhas mercadológicas.

O pacote também pode ser integrado ao Power BI, junto a outras soluções, para unificação de dados e uma maior facilidade de mensuração.



Conclusão

Analisar dados é essencial para empresas que desejam reduzir riscos, tomar decisões gerenciais sábias, otimizar suas campanhas e, de modo geral, alcançar melhores resultados, tanto em eficiência, quanto em vendas.

Sem base em dados, apenas confiando na intuição de gestores e profissionais de marketing e vendas, conquistar o sucesso não é tão fácil, sobretudo na era da informação e em um mercado tão competitivo.

Os softwares de Business Intelligence, nesse sentido, desempenham papel fundamental. Por meio de um único dashboard, você consegue analisar, em apenas alguns segundos, no laptop, desktop, tablet ou celular, as respostas para suas principais perguntas de gestão.

Em poucos cliques, você pode ler e filtrar informações de diversas fontes, como mídias sociais, sistemas gerenciais, banco de dados e planilhas e, assim, melhorar o processo de tomada de decisões que, agora, além de produtivo, pode ser mais estratégico.

A importância disso tudo para o marketing é inegável, uma vez que entender o mercado e o consumidor, criar soluções e campanhas estão entre os principais objetivos da administração mercadológica. Ao invés de analisar relatórios e gráficos de todas as plataformas utilizadas na veiculação de anúncios, o acesso a todas as informações necessárias é possível em apenas uma interface — e com mais detalhes, devido à utilização de outras fontes.



Para gestores que não tem tempo disponível para ler diversos relatórios e gráficos, ou cuja equipe não tem expertise para analisar um grande volume de dados, as soluções de Business Intelligence facilitam muito o processo de otimização de campanhas.

Especialmente porque, além das métricas geradas automaticamente em plataformas digitais como o Google Analytics, a fanpage do Facebook e o Google Ads, a empresa pode enriquecer sua análise com diversos outros dados de mercado, como indicadores macroeconômicos e pesquisas de satisfação.

Deseja saber como a S4R pode ajudá-lo com as melhores ferramentas de Business Intelligence do mercado?

Entre em contato conosco

Transformando o Marketing e Vendas das empresas de TI em áreas produtivas

A OUTMarketing é uma agência de Marketing especializada no mercado de Tecnologia da Informação que oferece serviços de Consultoria, Inbound Marketing e Conteúdo com o objetivo de posicionar, criar autoridade e notoriedade das empresas de TI nos meios digitais. A empresa tem como objetivo apoiar o mercado de tecnologia a conduzir seus prospects por toda a jornada para que se transformem em clientes fiéis, passando por marketing, vendas e customer success.

Fundada em 2007 em Portugal, e com operação no Brasil desde 2012, a OUTMarketing nasceu para preencher uma lacuna no mercado – disponibilizar serviços de Marketing e Comunicação com foco apenas, e só, no setor de TI, por meio de profissionais especializados e certificados.

O time da OUTMarketing se sente orgulhoso em acompanhar ao longo destes anos o crescimento de seus clientes no Brasil, Europa, Estados Unidos e África.

Conheça a OUTMarketing

