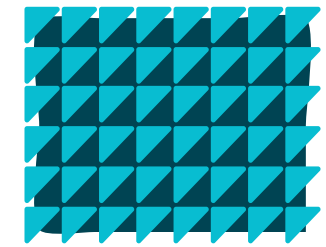
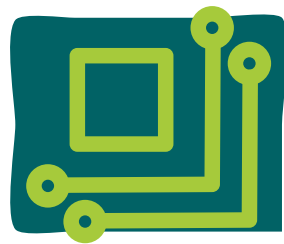
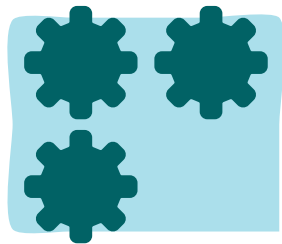
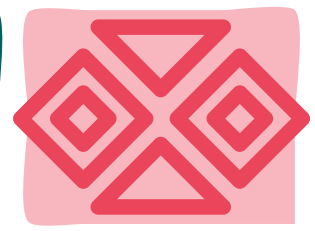
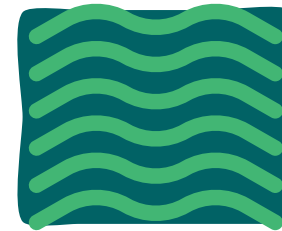
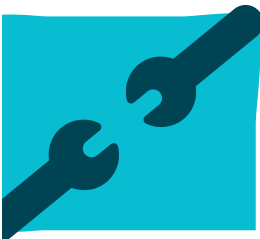


Marketing Tools



LatAm 2019

Ferramentas de Marketing mais usadas na América Latina



 rockcontent

MARKETING TOOLS LATAM 2019

FERRAMENTAS DE MARKETING MAIS USADAS NA AMÉRICA LATINA

A **Rock Content** sempre procura desenvolver [materiais educativos](#) e levar informação sobre Marketing Digital a milhares de pessoas. Com esse objetivo em mente, desenvolvemos uma pesquisa com dados relevantes sobre o mercado LatAm.

Neste relatório, você saberá quais são as ferramentas utilizadas pelos times de Marketing das empresas da América Latina para desenvolvimento de diversos processos e atividades.

Boa leitura!

Súmario

1. Introdução	5
2. Metodologia	7
3. Perfil dos respondentes	10
3.1. Localização.....	11
3.2. Perfil das empresas	12
4. Ferramentas utilizadas pelos times de Marketing da América Latina	13
4.1. Automação de Marketing	14
4.2. Gestão de projetos	17
4.3. Coleta e gerenciamento de dados	19
4.4. Enriquecimento de dados.....	21
4.5. Análise de concorrentes	23
4.6. Gerenciamento de conteúdo (CMS)	26
4.7. ABM (Account-Based Marketing)	29
4.8. Gestão de Marketing de Conteúdo	31
4.9. Criação e gestão de blogs	33
4.10. Gestão de comentários (Comment Systems).....	37
4.11. Gestão e monitoramento de redes sociais	39
4.12. SEO	42
4.13. Otimização de website	45
4.14. Edição de imagens.....	47
4.15. Edição de vídeos.....	49
4.16. Criação de design.....	51
4.17. Gestão de Relacionamento com o Cliente (CRM)/Vendas	53
4.18. Envio de email marketing.....	56
4.19. Atendimento ao cliente (Chat)	59
4.20. Comunicação interna	61
4.21. Plataforma de cursos	64
5. Conclusão	68
Sobre a Rock Content	71

ANÁLISE E TEXTO



Poliana Santos

Analista de Pesquisa

@Rock Content

TEXTO



Mauro Silva

Editor-chefe do blog Inteligência Corporativa

@Rock Content

REVISÃO



Clara Kraft Borges

Gerente de Marketing

@Rock Content

DESIGN



Bruno Montiel

Designer

@Rock Content



Nay Medeiros

Designer

@Rock Content



1. INTRODUÇÃO

O processamento manual de dados é algo ultrapassado quando falamos em Marketing Digital. As empresas demandam ferramentas para compilar informações, gerir tarefas e pessoas, **automatizar processos e se comunicar com velocidade e facilidade a fim de garantir seu espaço no mercado** por meio da prestação de serviços com qualidade.

Para isso, existem diversas ferramentas disponíveis no mercado, e é importante que os gestores as conheçam para avaliar qual melhor se adapta à realidade da empresa.

Assim, criamos a pesquisa **Marketing Tools LatAm 2019**, que busca identificar quais são as ferramentas utilizadas pelos profissionais de Marketing para gerir processos e executar atividades na América Latina.





2.METODOLOGIA

COMPARTILHE ESTE EBOOK!

Para a realização da pesquisa **Marketing Tools LatAm 2019**, utilizamos a técnica de aplicação de questionários online. Disponibilizamos nosso questionário entre os dias 8 de agosto de 2019 e 9 de setembro de 2019 e alcançamos 1.900 empresas em toda a América Latina.

Para participar da pesquisa, os respondentes deveriam trabalhar em organizações latino-americanas que tivessem uma pessoa ou uma equipe interna responsável pelo Marketing.

O questionário foi enviado por email para empresas cadastradas em bases de contato da Rock Content e publicado nas nossas páginas do Facebook, Instagram, LinkedIn e Twitter. Também investimos em Facebook Ads para alcançar países e estados que não estão no nosso alcance orgânico.





Como incentivo à participação, os respondentes concorreram ao sorteio de 5 vales-compras da Amazon.com no valor de R\$ 100,00.

Contamos também com a contribuição de especialistas que responderam de maneira dissertativa a um questionário sobre as ferramentas utilizadas cotidianamente por eles e/ou sua equipe.

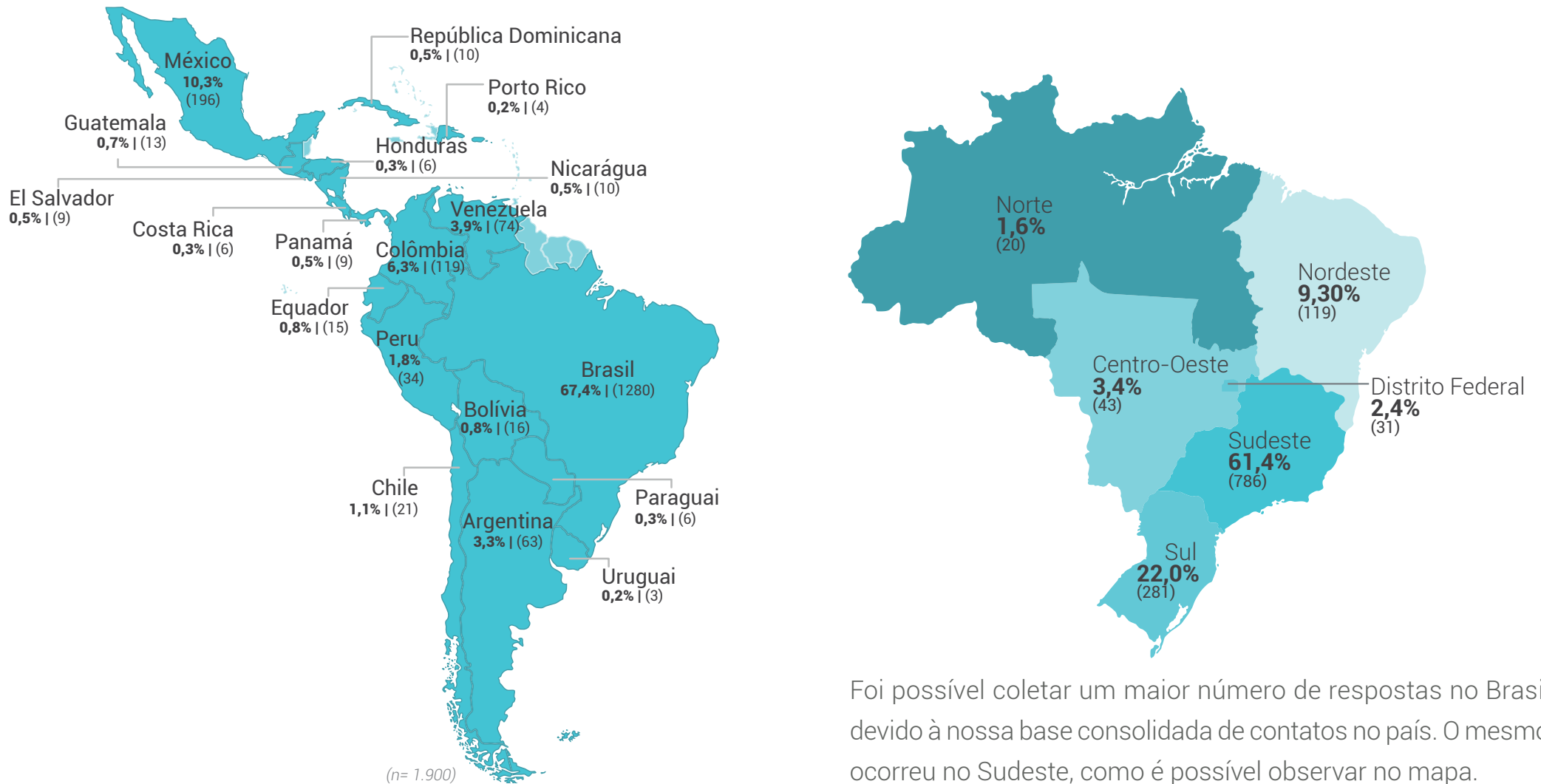
A análise de dados dessa pesquisa será apresentada em consideração ao número de respostas obtidas para cada pergunta, já que em todas as categorias os respondentes poderiam informar mais de uma ferramenta utilizada pelo seu time.



3. PERFIL DOS RESPONDENTES

Para compreender os resultados obtidos em nossa pesquisa, conheça o perfil das empresas em que os respondentes trabalham.

3.1. LOCALIZAÇÃO



Foi possível coletar um maior número de respostas no Brasil devido à nossa base consolidada de contatos no país. O mesmo ocorreu no Sudeste, como é possível observar no mapa.

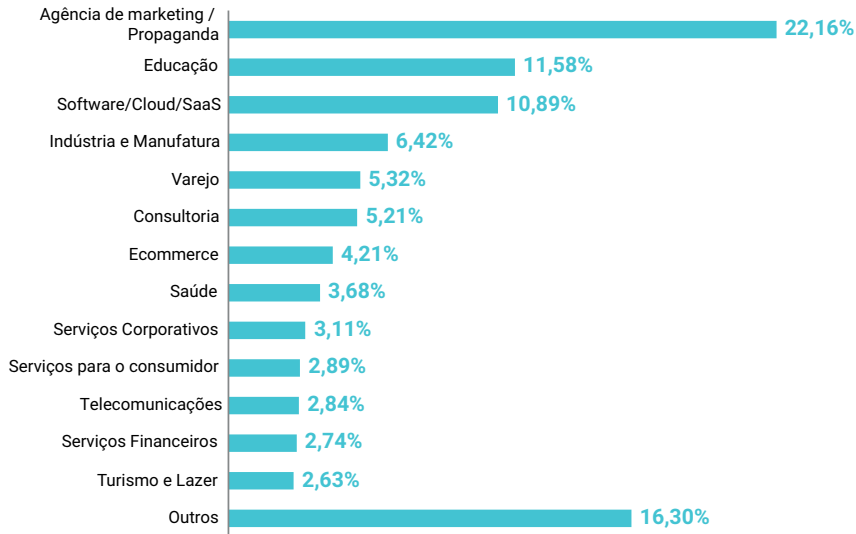


COMPARTILHE ESTE EBOOK!

3.2. PERFIL DAS EMPRESAS

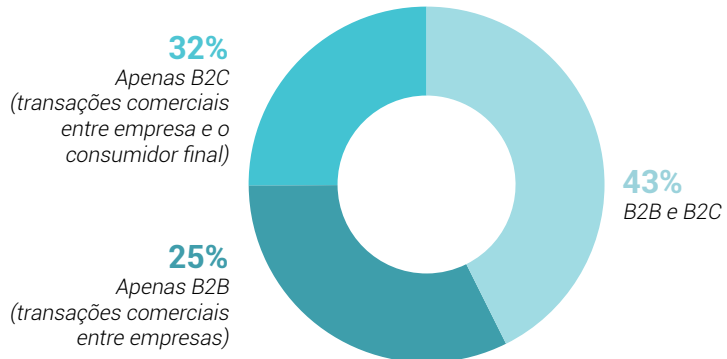
ÁREA DE ATUAÇÃO

n= 1.900



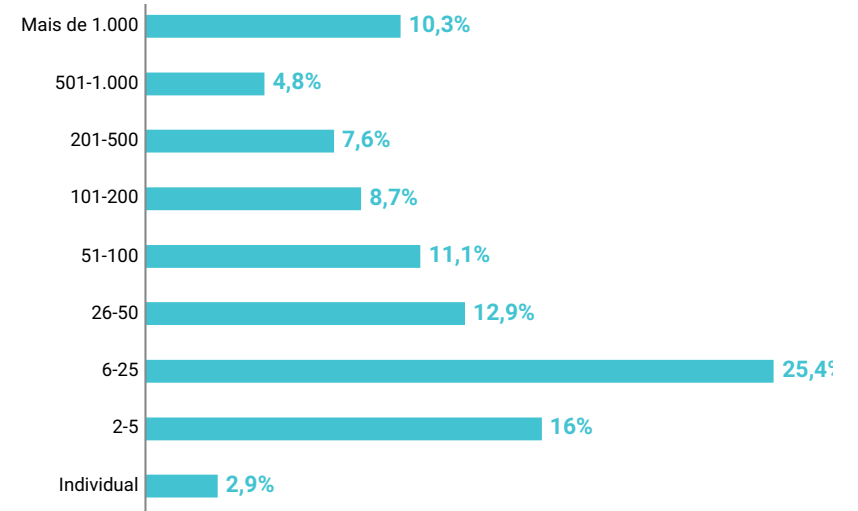
MODELO DE NEGÓCIOS

n= 1.900



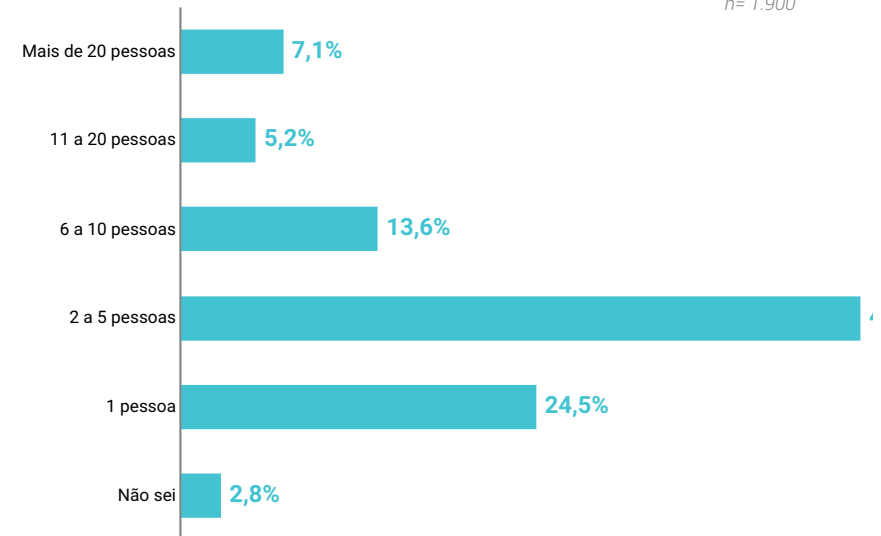
NÚMERO DE FUNCIONÁRIOS

n=1.900



TAMANHO DO TIME DE MARKETING

n= 1.900





**4. FERRAMENTAS
UTILIZADAS PELOS
TIMES DE MARKETING
DA AMÉRICA LATINA**



4.1. AUTOMAÇÃO DE MARKETING

Ferramentas de [automação de Marketing](#) reduzem o trabalho manual e ajudam a aumentar a produtividade dos times. Além disso, elas permitem a análise de dados importantes para a elaboração de [estratégias de marketing e vendas](#).

Para escolher a melhor ferramenta para sua empresa, é necessário utilizar períodos de teste e avaliar:

- # funcionalidades oferecidas pela plataforma;
- # facilidade de uso;
- # possibilidades de customização e personalização;
- # integração com outras ferramentas;
- # disponibilização de análise e relatórios para acompanhamento do desempenho das ações realizadas;
- # oferta de treinamento e suporte técnico;
- # custos totais.

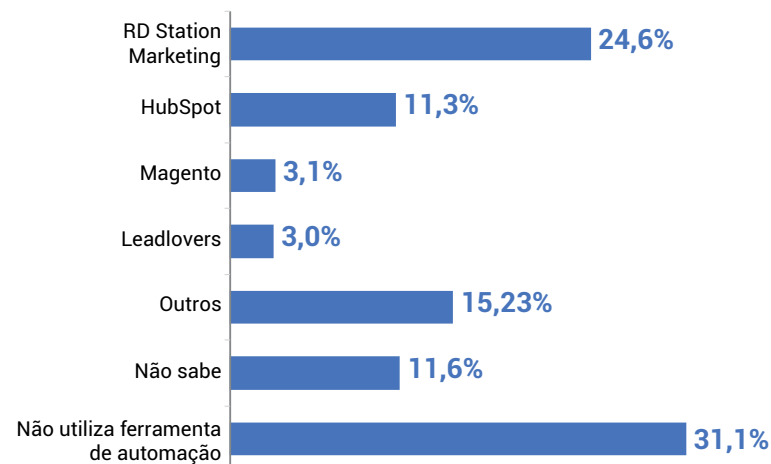
De acordo com nossa pesquisa, 24,6% (526) das respostas obtidas são referentes ao uso da ferramenta RD Station Marketing para automação de Marketing, enquanto 11,3% (221) referem-se ao uso da HubSpot.

Também identificamos que 31,1% (667) das respostas são de empresas que ainda não utilizam uma ferramenta de automação. Dentre esses respondentes, 82,6% (551) trabalham em organizações cujo time de Marketing conta com até 5 pessoas. Dessa forma, é possível perceber que equipes menores ainda utilizam processos manuais para executar tarefas cotidianas.

Quando desconsideramos o Brasil nessa análise, podemos perceber uma mudança nos maiores percentuais. Nesse caso, 18,3% (125) das respostas obtidas são referentes ao uso da ferramenta HubSpot, e 6,9% (47) ao uso da RD Station Marketing.

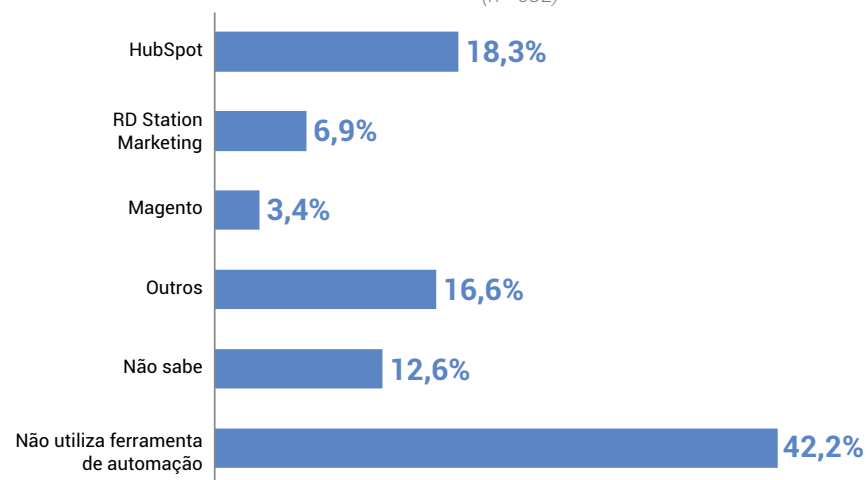
AUTOMAÇÃO DE MARKETING

(n= 2.119)



AUTOMAÇÃO DE MARKETING (EXCETO BRASIL)

(n= 682)



FERRAMENTAS MAIS UTILIZADAS

RD Station | MARKETING

Ferramenta brasileira para gerenciar e automatizar ações de Marketing Digital. Também oferece uma solução CRM.



Oferece softwares para gestão de Marketing, vendas, atendimento ao cliente e CRM.



Plataforma de comércio eletrônico que oferece uma experiência otimizada ao cliente. Ela disponibiliza soluções para integração de lojas físicas e virtuais, integração de bancos de dados para tomadas de decisões e um grupo de extensões de parceiros para automação de Marketing, avaliações de clientes, entre outras.



Ferramenta brasileira específica para automação de Marketing Digital.

COMENTÁRIO DE ESPECIALISTA

Karine Gaia é Coordenadora de Operações de Marketing no [Convenia](#), onde utilizam o RD Station Marketing para automação de Marketing. Para Karine, os principais benefícios de uma ferramenta como a RD Station Marketing são a automação de emails, a criação de landing pages e a qualificação de leads.

“Quando você possui uma estratégia mais robusta e passa a lidar com uma base bem significativa, ter uma ferramenta de automação é fundamental para garantir a produtividade da equipe.

É impossível dar a atenção de que cada contato precisa, personalizando a comunicação de acordo com a etapa em que ele se encontra, se você não possui uma ferramenta que tenha um histórico do engajamento daquela pessoa e que permita a automatização de tarefas corriqueiras como o disparo de um email de nutrição.”



Marina Cordeiro
Supervisora de Inbound Marketing
Rock Content
Utiliza Hubspot e RD Station

4.2. GESTÃO DE PROJETOS

O **PMBOK** define projeto como um conjunto de atividades temporárias realizadas em grupo e destinadas a produzir um produto, serviço ou resultado. A **gestão de projetos** garante melhoria na execução por meio do controle dos processos, equipe, cronograma, orçamento, entre outros fatores.

Para escolher a melhor ferramenta para gestão dos projetos da sua empresa, é necessário definir quais são os objetivos de acordo com o porte dos projetos e o tipo de demanda que eles têm.

O Trello foi citado em 30,6% (760) das respostas, já o Google Sheets apareceu em 14,6% (363). O que difere essas ferramentas é que atuar com o Google Sheets significa uma gestão manual e mais passível de erros.

Um dado relevante é que 11,4% (284) das respostas dizem respeito a empresas que não utilizam nenhuma ferramenta para gestão dos projetos, o que representa um número considerável de organizações que fazem esse trabalho manualmente. Todas essas companhias estão localizadas no Brasil e 87,4% (159) delas têm equipes de Marketing de até 5 pessoas.



FERRAMENTAS MAIS UTILIZADAS



Indicado para gerenciamento de projetos que organizam as demandas em formato de quadros.



Ferramenta do Google para criação de planilhas. Na versão G Suite, é possível construir arquivos colaborativos entre times.



Específica para gerenciamento de projetos de maneira colaborativa. Oferece diferentes formas de visualização, considerando os diversos tipos de perfis de projetos existentes.



Software da Microsoft que oferta soluções para gerenciamento de projetos, portfólios e recursos.

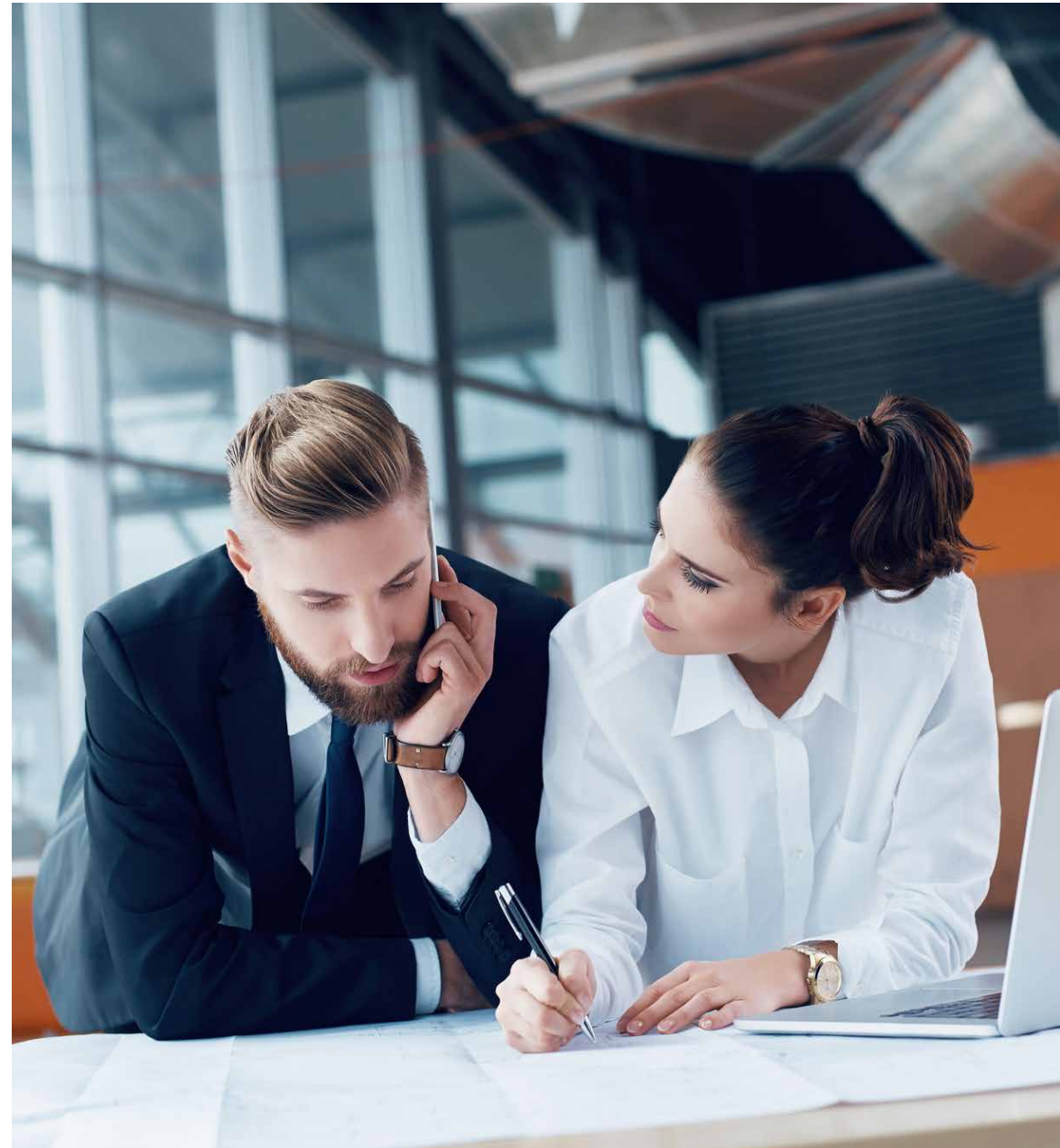
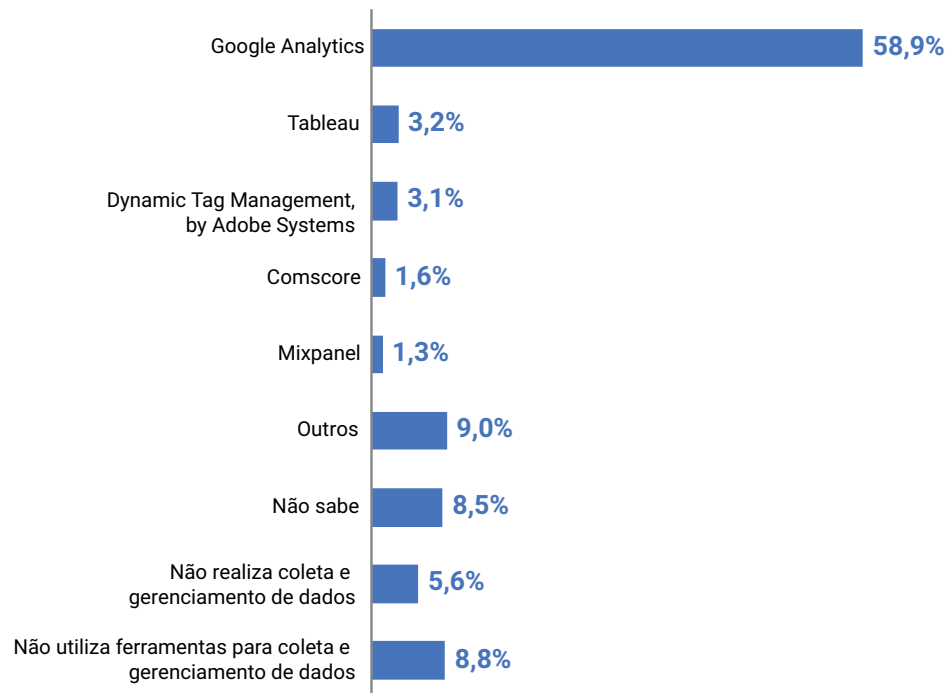


4.3. COLETA E GERENCIAMENTO DE DADOS

Cada uma das ferramentas disponíveis no mercado para coletar e gerenciar dados possui funcionalidades específicas. No entanto, o [Google Analytics](#) pode ser considerado uma das mais completas e, possivelmente por esse motivo, 58,9% (1.265) das empresas a utilizam.

COLETA E GERENCIAMENTO DE DADOS

n= 2.148





FERRAMENTAS MAIS UTILIZADAS



Coleta informações dos usuários e as transforma em relatórios.



Software de Business Intelligence que proporciona análise de dados por meio de poucos cliques.



Gerencia tags e coleta e distribui dados nos sistemas de Marketing Digital.



Permite planejar, transacionar e avaliar mídia nas plataformas. Com uma vasta visão do público que combina TV digital, linear, over-the-top (OTT) e audiência teatral, combina medição confiável de terceiros com ciência de dados.



Faz com que seja possível compreender profundamente cada jornada de usuário.

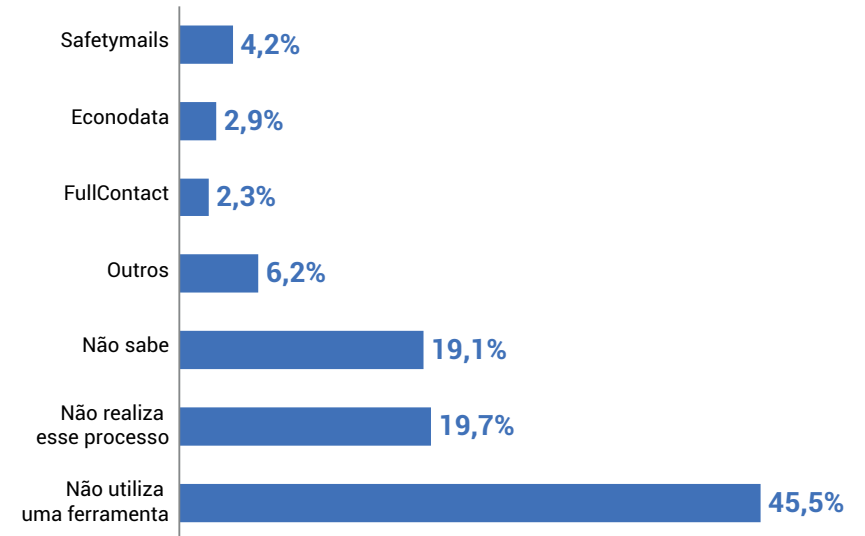
4.4. ENRIQUECIMENTO DE DADOS

O enriquecimento de dados consiste em associar informações sobre determinada empresa de diferentes fontes para construir um perfil aprimorado dessa organização e para que esses dados auxiliem no processo de vendas. Isso garante contato com uma segmentação de **leads qualificados**, o que aumenta oportunidades de negócio.

Como é possível observar, um número alto de respostas obtidas (45,5%, 892) é referente a empresas que não utilizam nenhuma ferramenta para esse tipo de processo, enquanto 19,7% (386) não realizam esse processo.

ENRIQUECIMENTO DE DADOS

n= 1.959





COMPARTILHE ESTE EBOOK!

FERRAMENTAS MAIS UTILIZADAS



Valida emails para bases e formulários (real time).



Empresa de tecnologia que usa Big Data e inovação tecnológica para ajudar equipes comerciais a venderem mais com dados para prospecção de empresas.



Soluções de gerenciamento de contatos. Tem como objetivo fornecer dados necessários para criar as imagens precisas das pessoas que mais importam para as empresas, compreendendo contatos, conexões ou clientes.



COMENTÁRIO DE ESPECIALISTA

O enriquecimento de dados pode ser aplicado de diversas maneiras para gerar resultados de Marketing. Por exemplo, Karine Gaia, Coordenadora de Operações de Marketing no Convenia, utiliza a SafetyMails para auxiliar na retificação de emails incorretos, diminuir o número de spams e melhorar a base de contatos da empresa. Já a equipe de Marketing da Rock Content usa a ferramenta FullContact para obter dados sobre potenciais clientes, utilizando a base de dados da FullContact.



4.5. ANÁLISE DE CONCORRENTES

A [análise de concorrentes](#) permite compreender o mercado em que sua empresa está inserida e também o comportamento dos seus potenciais clientes. Isso é feito por meio do monitoramento nas diversas plataformas em que essas pessoas estão presentes, como mídias sociais e mecanismos de busca.

Existem [diversas ferramentas](#) que possibilitam uma análise comparativa entre os dados do seu concorrente e da sua empresa. Essa comparação proporciona a criação de estratégias direcionadas para determinados focos de interesse como palavras-chave estratégicas para o seu negócio.

A ferramenta SEMrush é a mais utilizada, correspondendo a 25,8% (543) das respostas. A Alexa foi citada por 6,9% (145) dos respondentes, a Ahrefs por 3,1% (66) e a Brandwatch por 3,1% (66).

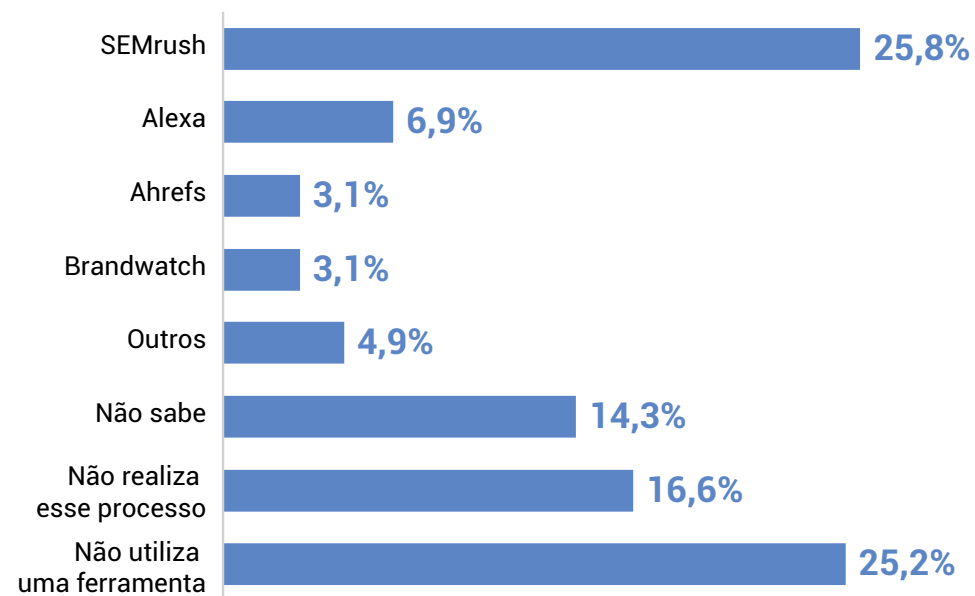




Entretanto, um número alto de respostas está relacionado ao não uso de nenhuma ferramenta para **análise de concorrentes** – 25,2% (529) – ou à não realização de análise de concorrentes – 16,6% (349). Esses percentuais apontam para estratégias de Marketing Digital que necessitam de revisão para que as empresas tenham melhores resultados em outras áreas de desenvolvimento.

ANÁLISE DE CONCORRENTES

n= 2.102



FERRAMENTAS MAIS UTILIZADAS



Gerenciamento de SEO, publicidade, conteúdo e SMM.



Plataforma que oferece ferramentas de SEO e análise competitiva.



Plataforma de SEO que possui recursos para análise competitiva, pesquisa de palavras-chave, backlink, conteúdo, entre outros.



Monitoramento de mídias sociais.

COMENTÁRIO DE ESPECIALISTA

“O digital é muito rápido, é muito volúvel. Para ter uma estratégia que se destaque das demais, é preciso estar atento aos acontecimentos do dia a dia e, principalmente, à movimentação dos seus concorrentes.

Analisar as palavras-chaves que eles estão trabalhando, como a marca deles se posiciona e o que eles têm produzido é uma forma de acompanhar o contexto e se preparar para proteger os ativos da sua empresa.”



Marina Cordeiro
Supervisora de Inbound Marketing
Rock Content
Utiliza SEMrush e Ahrefs

4.6. GERENCIAMENTO DE CONTEÚDO (CMS)

Um **CMS** tem como objetivo gerenciar a produção e distribuição de conteúdo da sua empresa de maneira simples e ágil, sem necessidade de conhecimento técnico aprofundado a respeito do software. Dessa forma, é possível focar esforços na produção de estratégias de conteúdo.

A utilização de um CMS facilita a abertura e a atualização de páginas, traz praticidade para criar novas possibilidades e alternativas para incrementar o site com recursos, aplica as técnicas de otimização para a busca orgânica, possibilita criar projetos de diferentes portes, concede boa velocidade de carregamento e tem baixo custo de atualização e manutenção.



Para escolher um CMS, é necessário avaliar:

infraestrutura;

usabilidade;

possibilidade de documentação;

suporte;

versatilidade
de recursos;

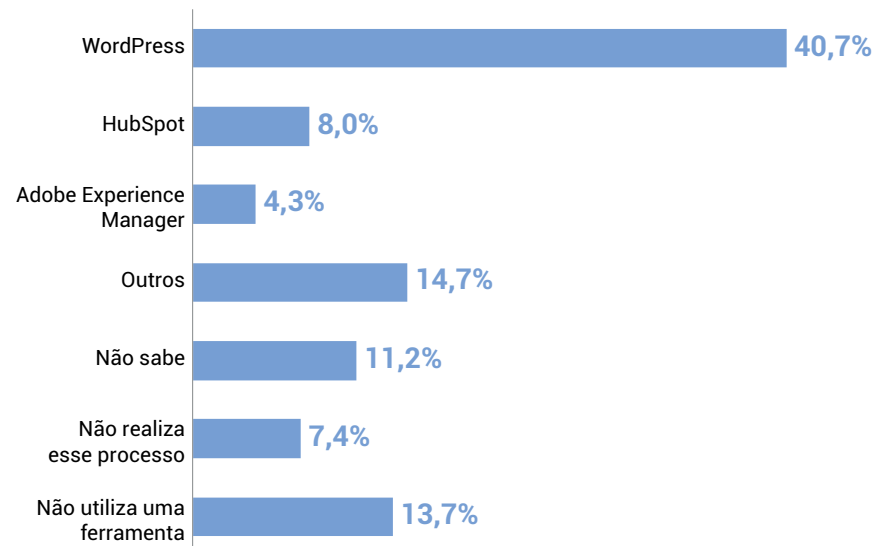
presença das funcionalidades
necessárias;

responsividade.

O [WordPress](#) é o CMS mais utilizado no mundo e nossa pesquisa reflete esse dado: 40,7% (889) das respostas obtidas dizem respeito ao uso dessa ferramenta para gerenciamento de conteúdo.

GERENCIAMENTO DE CONTEÚDO

n= 2.184



COMPARTILHE ESTE EBOOK!

FERRAMENTAS MAIS UTILIZADAS



Software para publicação de blogs e sites. É focado em estética, padrões web e usabilidade.



Adobe Experience Manager

Combina o gerenciamento de ativos digitais e tem um sistema de gerenciamento de conteúdo.



Também utilizada para gerenciamento de conteúdo em 8% (174) das respostas obtidas.



PARA SE APROFUNDAR



Curso de WordPress na Prática

Rock University



Curso de Desenvolvedor WordPress

Rock University

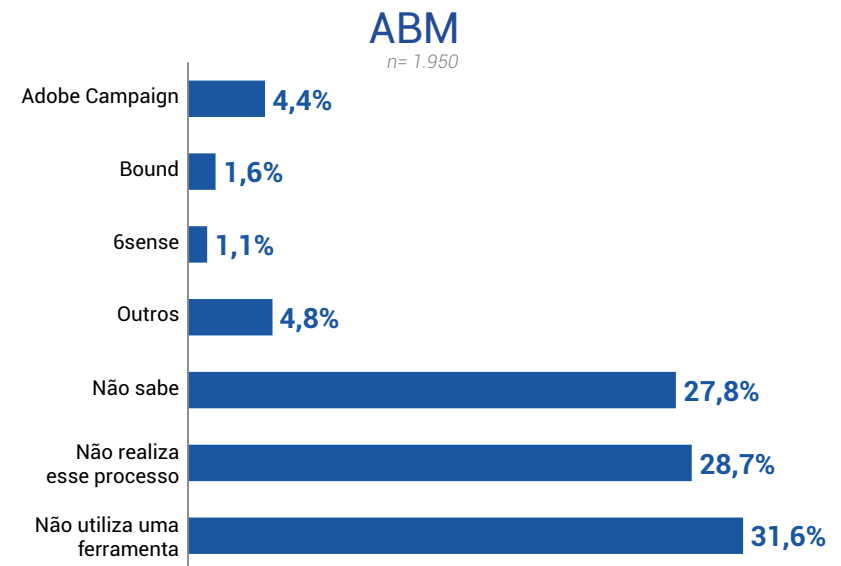
4.7. ABM (ACCOUNT-BASED MARKETING)

ABM é uma abordagem estratégica baseada em contas. Ela foca determinadas empresas ou perfis de companhias por meio de campanhas específicas e personalizadas. Devido ao alto grau de personalização, esse tipo de estratégia tem alta taxa de sucesso. Segundo a [DemandBase](#), uma ferramenta de ABM ajuda a orquestrar a estratégia entre Marketing e Vendas.

De acordo com nossa pesquisa, 31,6% (617) das respostas obtidas são referentes a empresas que não utilizam nenhuma ferramenta específica para a estratégia de ABM. Isso significa que essas companhias desenvolvem ABM, mas a organização das informações é feita manualmente.

Nesse caso, a ausência de uma ferramenta específica não prejudica a qualidade da estratégia executada pela empresa. Além disso, essas organizações podem utilizar outras ferramentas como suporte para determinadas ações.

Outro dado relevante é o de que 28,7% (559) das respostas correspondem a empresas que não trabalham com a estratégia ABM.



FERRAMENTAS MAIS UTILIZADAS



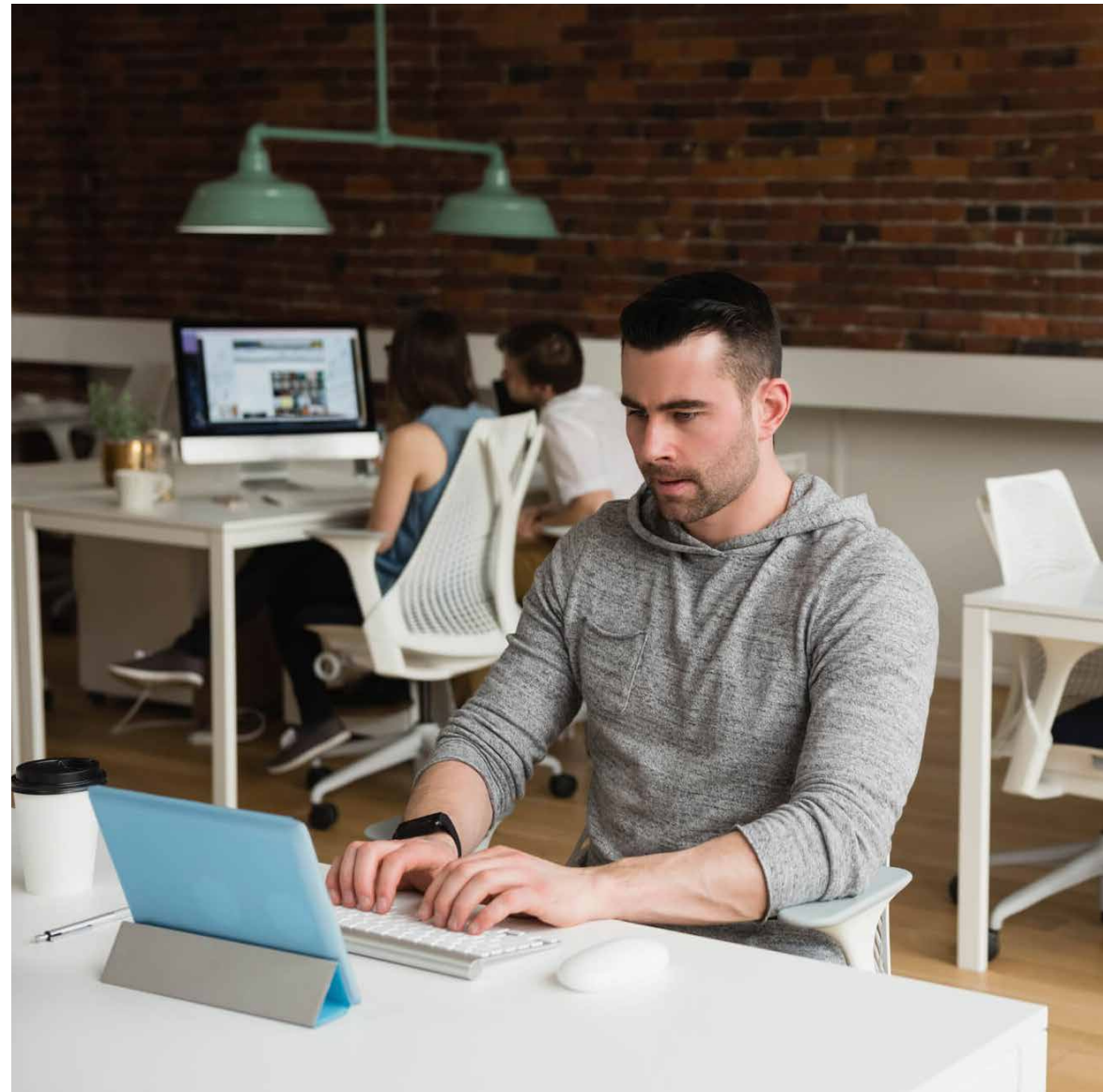
De acordo com a Forrester, a Adobe Campaign é líder no gerenciamento de campanhas entre canais, e suas funcionalidades podem ser utilizadas para campanhas de ABM.



Ferramenta específica para ABM. Oferece serviços de consultoria para execução da estratégia.



Desenvolvida com IA, tem como objetivo gerar oportunidades de venda por meio da conexão de informações de diversas ferramentas de Marketing. A proposta da 6sense é descobrir oportunidades, auxiliar na priorização de ações e envolver a equipe nas ações de vendas. Também é uma ferramenta específica para ABM.



4.8. GESTÃO DE MARKETING DE CONTEÚDO

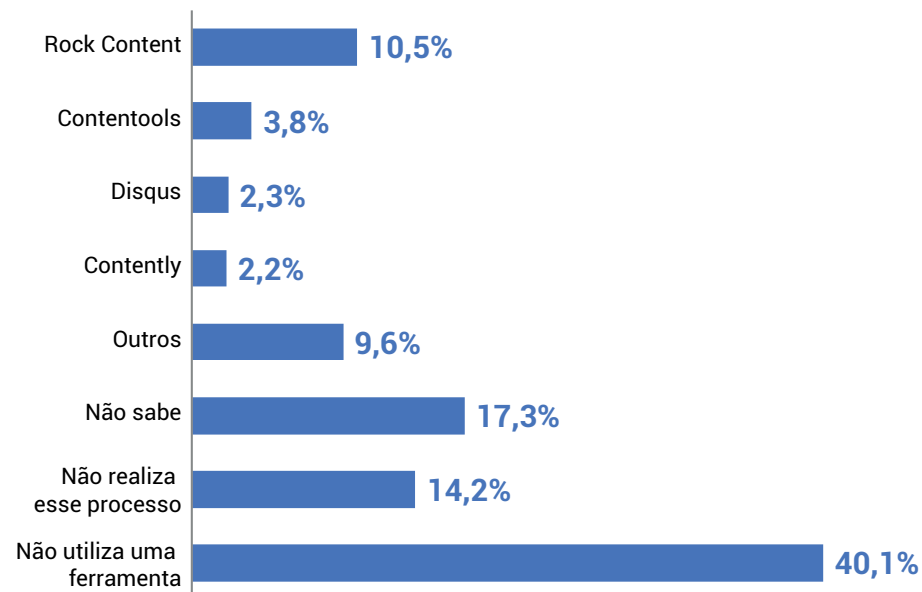
O **gerenciamento de conteúdo** tem como objetivo organizar, armazenar e consolidar de forma eficiente as peças necessárias que vão compor o conteúdo em um local seguro. Esse processo pode ser realizado por meio de um sistema que permite a organização das informações necessárias para elaboração dos conteúdos.

O Marketing de Conteúdo pode trazer resultados incríveis para a sua empresa, por isso, é importante que sua estratégia tenha uma **gestão eficiente**. Segundo a Content Trends 2019, empresas que adotam o Marketing de Conteúdo têm, em média, 1,3 vez mais visitas em seus sites e geram 1,4 vez mais leads do que aquelas que não adotam essa estratégia.

Em nossa pesquisa, é possível observar que 40,1% (798) das respostas são referentes a empresas que não utilizam uma ferramenta específica para gerenciamento de Marketing de Conteúdo.

GESTÃO DE MARKETING DE CONTEÚDO

n= 2.560



Considerando apenas as respostas referentes a plataforma da Rock Content é possível identificar que apenas 15,9% (33) dessas respostas são de empresas localizadas fora do Brasil. Dessa forma, apesar do percentual alto referente à Rock Content, isso não significa que a Rock Content seja a plataforma mais utilizada fora do país.



COMPARTILHE ESTE EBOOK!

FERRAMENTAS MAIS UTILIZADAS

rockcontent

Empresa multinacional que oferece soluções em Marketing de Conteúdo baseadas em três pilares: plataforma para gestão da estratégia, criação de conteúdos diversificados e serviços especializados para otimizar os resultados.

contentools

Plataforma para centralização da operação de conteúdo que permite a contratação de produtores de conteúdo diretamente pelos clientes.

DISQUS

Otimiza e centraliza discussões e postagem de comentários.

Contently

Oferta serviços para elaboração da estratégia de conteúdo, uma plataforma de Marketing de Conteúdo e uma rede global de talentos para criação de conteúdo.

COMENTÁRIO DE ESPECIALISTA

Sabrina Carbone, Gerente de Marketing na [Nakata Automotiva](#), usa a Rock Studio, plataforma da Rock Content, para fazer a gestão da sua estratégia de conteúdo. Para Sabrina, a Rock Studio ajuda a realizar o planejamento da sua estratégia desde seu escopo inicial, passando pelo estudo do público e desenvolvimento de persona, até a criação de pautas, aprovação de conteúdo e publicação. Tudo de modo prático e profissional.

PARA SE APROFUNDAR



**Curso Gratuito de
Marketing de Conteúdo**

Rock University



4.9. CRIAÇÃO E GESTÃO DE BLOGS

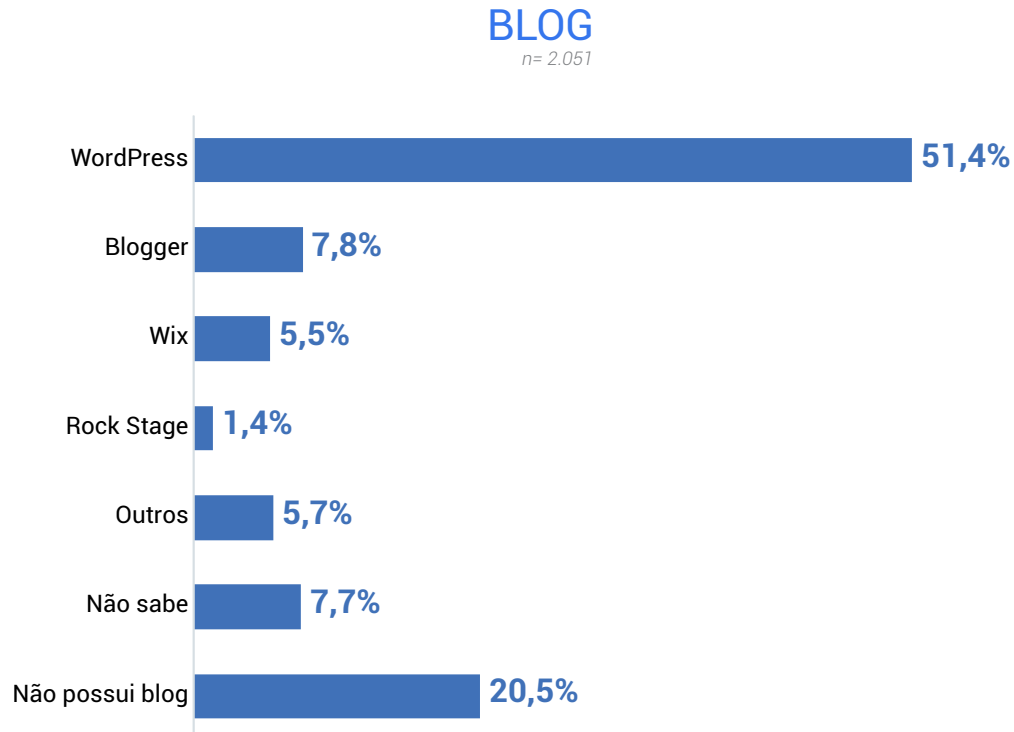
Os **blogs** são ferramentas fundamentais para métodos de Marketing de Conteúdo. Para garantir que a estratégia seja bem executada, é de extrema importância utilizar uma plataforma de boa qualidade para criar seu blog.

O mercado oferece **plataformas CMS e também sites para criação do seu blog**; o que os diferencia é a facilidade de uso. Enquanto um é mais robusto e demanda algum conhecimento técnico, o outro **pode ser mais intuitivo e de fácil uso**.

COMPARTILHE ESTE EBOOK!

Ao escolher a plataforma que será utilizada, é necessário considerar usabilidade, necessidade de instalação de um software específico (o que pode demandar um local para hospedagem do blog), segurança, design e personalização, gerenciamento, suporte, plugins e SEO.

O WordPress é o CMS com mais adeptos no mundo e nossa pesquisa novamente reflete esse dado: 51,4% (1.054) dos respondentes usam essa ferramenta para [criação de blog](#).





COMPARTILHE ESTE EBOOK!

FERRAMENTAS MAIS UTILIZADAS



Para publicação de blogs e sites, tem foco na estética, nos padrões web e na usabilidade.



Plataforma do Google para edição e gerenciamento de blogs de maneira simples.



Criação de sites sem a necessidade de conhecimentos em programação. Possui templates para blogs em seu portfólio.



Plataforma desenvolvida pela Rock Content para hospedagem e criação de blogs em WordPress. Dispensa conhecimentos técnicos de WordPress, o que garante aumento da performance do blog.





COMENTÁRIO DE ESPECIALISTA

Susanne Rocha é Coordenadora de E-commerce na [NatureDerme](#), onde utilizam o WordPress como CMS do blog. Ela ressalta que uma das principais contribuições do WordPress é o controle total dos conteúdos feitos por seu time.

PARA SE APROFUNDAR



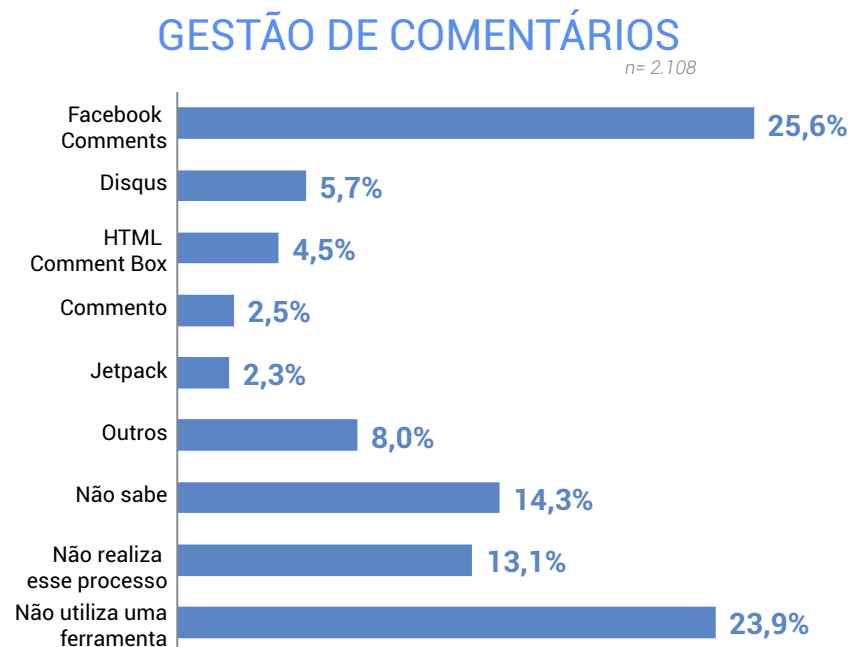
Curso de Blogs Corporativos

Rock University

4.10. GESTÃO DE COMENTÁRIOS (COMMENT SYSTEMS)

Os comentários são um dos elementos mais importantes de um blog porque permitem a interação com os leitores. Assim como nas ferramentas mencionadas anteriormente, existem diversas plataformas para disponibilizar e gerenciar os comentários. A escolha deve ser baseada nas funcionalidades oferecidas e nos objetivos do seu blog, que podem demandar especificidades.

Nos resultados a seguir, é possível observar que um percentual considerável de respostas está relacionado a empresas que não utilizam uma ferramenta específica para gestão dos comentários — 23,9% (504) —, ou que não realizam esse processo de gestão — 13,1% (277).





COMPARTILHE ESTE EBOOK!



FERRAMENTAS MAIS UTILIZADAS

Facebook Comments

Plugin desenvolvido pelo Facebook para comentários em sites por meio da conta nessa rede social.

DISQUS

Plataforma centralizada e otimizada para discussões e postagem de comentários.

HTML COMMENT B█X

Caixa de comentários em HTML.

Commento

Plataforma de comentários focada em privacidade.

Jetpack

Kit para WordPress que fornece uma ferramenta específica para comentários.



4.11. GESTÃO E MONITORAMENTO DE REDES SOCIAIS

A **gestão de redes sociais** garante a consolidação da marca da empresa no mercado e aproxima o relacionamento com potenciais clientes e também com os atuais. Plataformas automatizam a gestão das redes sociais e apresentam dados importantes para avaliar os resultados obtidos por meio dessas redes.

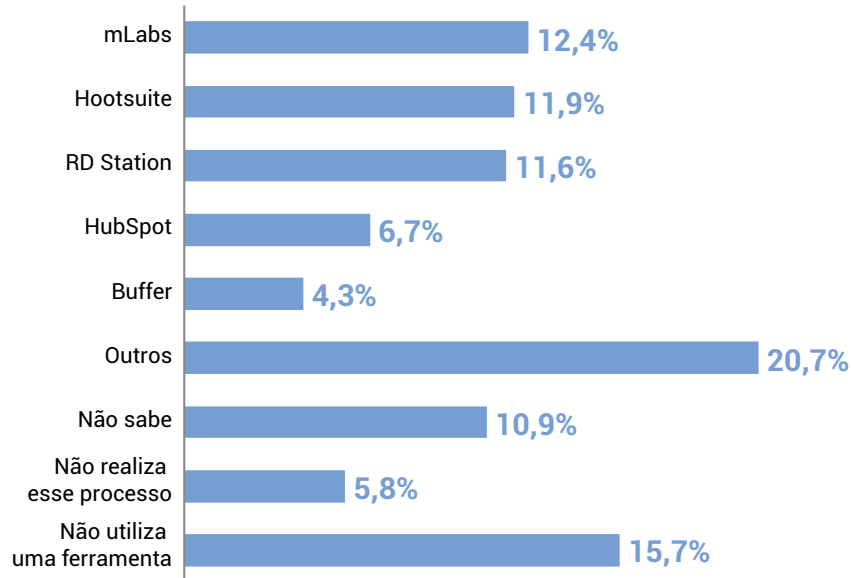
Atualmente, muitas mídias sociais oferecem mecanismos internos para **monitoramento de métricas importantes** dentro da rede, mas existem ferramentas externas que proporcionam outras análises.

É possível utilizar mais de uma plataforma para realizar esse monitoramento, já que aquelas que oferecem um monitoramento completo de redes sociais demandam alto investimento.



GESTÃO E MONITORAMENTO DE REDES SOCIAIS

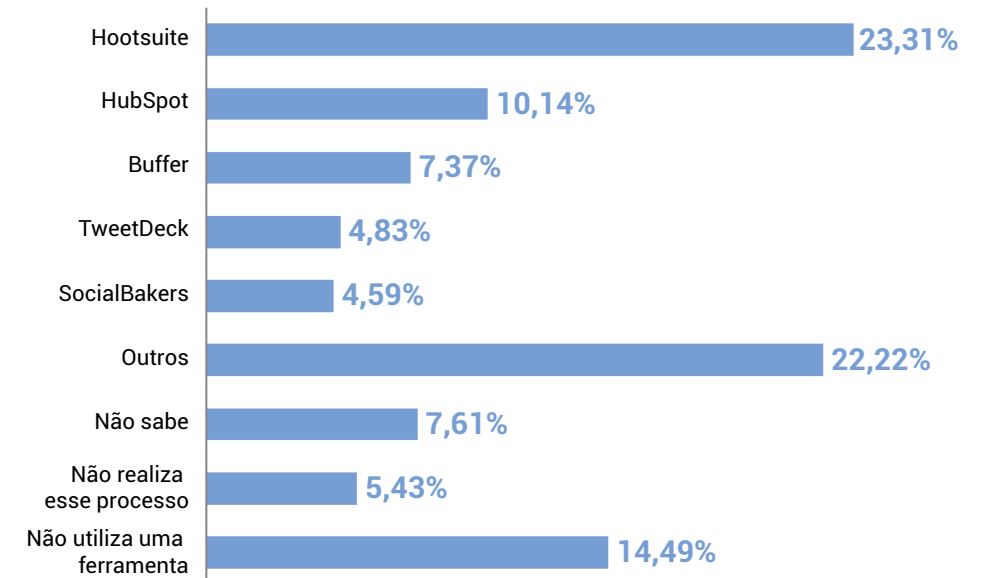
n= 2.354



Se desconsiderarmos o Brasil nessa análise, podemos perceber uma alteração nos percentuais, como é possível observar a seguir.

GESTÃO E MONITORAMENTO DE REDES SOCIAIS (EXCETO BRASIL)

n= 828



FERRAMENTAS MAIS UTILIZADAS



Plataforma brasileira de gestão de redes sociais que oferece agendamento de posts, relatórios automatizados, workflow, usuários ilimitados, calendário, feed, inbox para Facebook e direct message para Instagram e WhatsApp.



Agendamento de posts, curadoria de conteúdo, boosting, análise, monitoramento, gerenciamento de equipes, segurança, aplicativos e integrações.

RD Station | MARKETING

Ferramenta brasileira para gerenciar e automatizar ações de Marketing Digital. Apesar de ter sido citada nesta categoria, a plataforma [descontinuou o monitoramento de mídias sociais](#).



Oferece softwares para gestão de marketing, vendas, atendimento ao cliente e CRM. A plataforma oferece soluções específicas para redes sociais.



Automatiza posts em redes sociais e disponibiliza soluções de monitoramento de dados e interação por meio de comentários em uma caixa de entrada de equipe compartilhada.



TweetDeck é um aplicativo de mídias sociais, que integra mensagens do Twitter e do Facebook. Como outros aplicativos de Twitter, sua interface é como a do Twitter API, que permite os usuários a enviar e receber tweets e ver perfis de usuários



A Socialbakers é uma empresa global de marketing de mídia social com inteligência artificial que oferece uma plataforma de software como serviço de marketing chamada Socialbakers Suite.

PARA SE APROFUNDAR



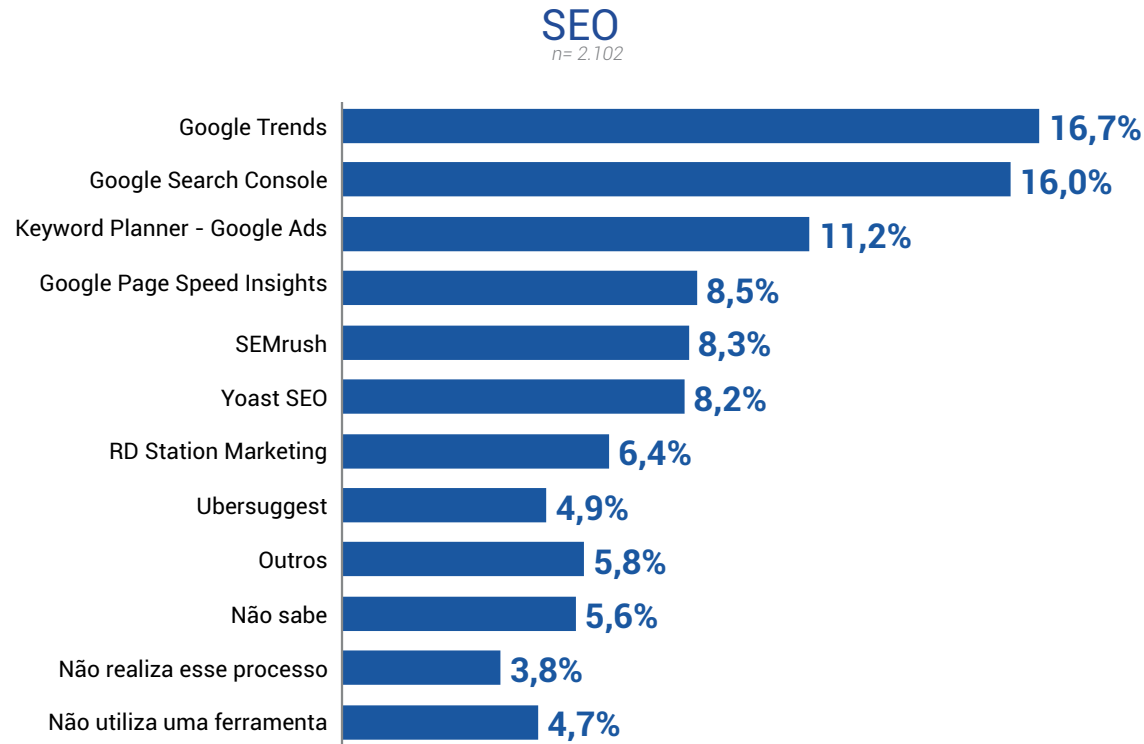
Curso de Gestão de Mídias Sociais
Rock University



4.12. SEO

O **SEO** é um conjunto de técnicas que tem como objetivo alcançar bons rankings orgânicos nos mecanismos de busca e, assim, **garantir tráfego e autoridade para o seu site ou blog**. Por meio do aumento de tráfego é possível gerar mais leads, clientes e faturamento para a empresa.

Nessa categoria tivemos um número alto de respostas, já que muitas das empresas atuam com mais de uma ferramenta para realização desse processo. Isso ocorre porque cada uma oferece diferentes funcionalidades que operam de maneira complementar para análises e elaboração de estratégias.



FERRAMENTAS MAIS UTILIZADAS



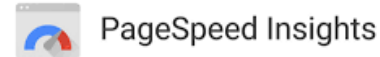
Permite a descoberta das principais tendências relacionadas a uma palavra-chave específica.



Ajuda a monitorar, manter e resolver problemas da presença de sites nos resultados da Pesquisa Google.



Funcionalidade da plataforma Google Ads que disponibiliza informações sobre palavras-chave como volume de busca e custo para investimento.



Ferramenta do Google que avalia se as páginas seguem as recomendações da plataforma sobre renderização em menos de um segundo em rede móvel.



Gerenciamento de SEO, publicidade, conteúdo e SMM.



Plugin do WordPress que torna o blog amigável para os motores de busca.

RD Station | MARKETING

Plataforma brasileira para gerenciar e automatizar ações de Marketing Digital. Ela oferece uma funcionalidade de otimização de página.

Ubersuggest

Ferramenta de pesquisa de palavras-chave.



COMENTÁRIO DE ESPECIALISTA

Segundo Patrícia Lima, Gerente de Marketing na Docbiz, o SEMrush melhora a escolha de palavras-chave para ranqueamento orgânico e posicionamento do site.

Mauricio Schapiro, Coordenador na [IS Entrega](#), utiliza o Yoast SEO para auxiliar na postagem de conteúdos de qualidade para indexação.

Já para Karina Gaia, Coordenadora de Operações de Marketing no Convenia, as ferramentas de SEO utilizadas pelo seu time (Google Trends, Keyword Planner/Google Ads, SEMrush, Google Search Console e Google

PageSpeed Insights) são importantes para dar suporte à estratégia de ranqueamento, mapeamento de palavras-chave e análise de dados.

“Depois que descobrimos o SEO, a empresa mudou de patamar. Essas ferramentas nos ajudam a monitorar as métricas e a fortalecer nossa imagem perante o consumidor.”



Alanna da Silva Anjos
Analista de conteúdo | Goakira
Utiliza SEMrush, RD Station, Yoast
SEO, Google Search Console e
Google PageSpeed Insights

PARA SE APROFUNDAR



Curso de SEO
(Search Engine Optimization)
Rock University





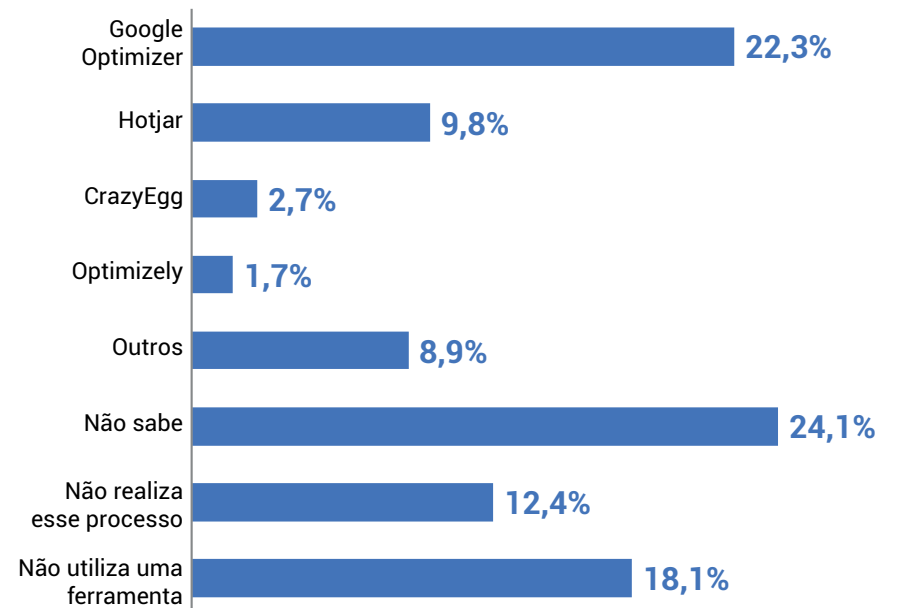
4.13. OTIMIZAÇÃO DE WEBSITE

A **otimização de website** compreende questões tanto de SEO quanto de **CRO**. No entanto, as respostas obtidas em nossa pesquisa demonstram que os respondentes compreendem a otimização apenas como CRO.

O **CRO** tem como objetivo otimizar as taxas de conversão de um site tornando o processo de venda mais eficiente. Dessa forma, ele economiza tempo e dinheiro e proporciona melhoria dos resultados sem aumentar o volume de trabalho ou alterar o produto/serviço.

OTIMIZAÇÃO DE WEBSITE

n= 2.113



FERRAMENTAS MAIS UTILIZADAS



Ferramenta gratuita do Google para realização de testes A/B e multivariados. Conta com integração ao Google Analytics, modelagem estatística avançada e ferramentas de segmentação de público.



Ferramenta de análise de dados que oferece informações sobre o comportamento dos usuários em um site.



Utiliza mapas de calor para mostrar as áreas mais clicadas e acessadas de um site.



Plataforma especializada em testes A/B.



PARA SE APROFUNDAR



Curso de Otimização de Conversão (CRO)

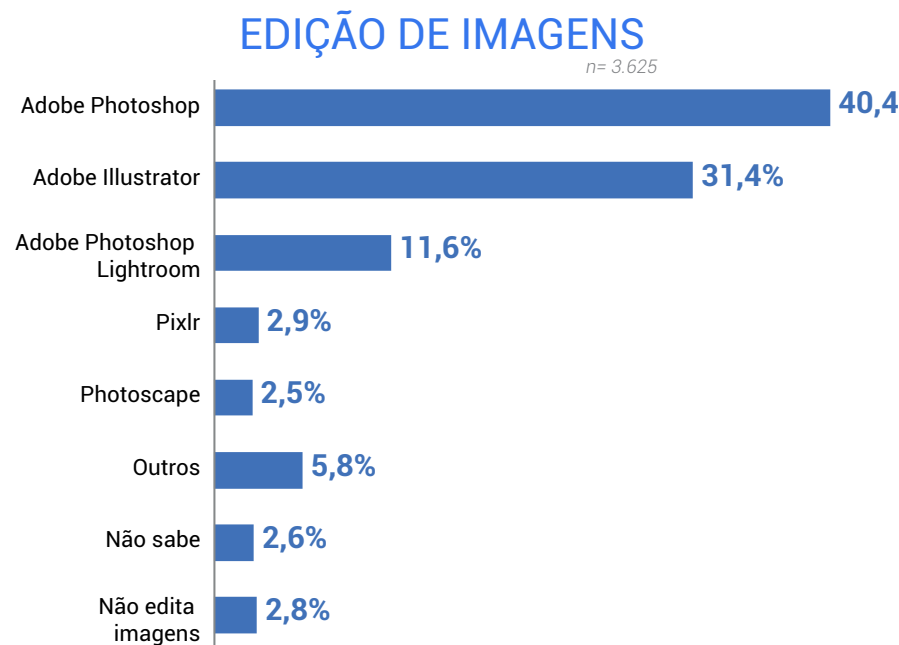
University Rock Content

4.14. EDIÇÃO DE IMAGENS

As imagens utilizadas por uma empresa em seu site ou [redes sociais](#) fazem parte do processo de construção da marca diante dos potenciais clientes. Além disso, elas [também fazem parte da estratégia de Marketing de Conteúdo](#). A função das ferramentas de edição é dar suporte a essas estratégias.

As empresas também podem utilizar fotografias de bancos de imagens e editá-las ou produzir suas próprias fotos.

Como é possível observar nos resultados, poucas empresas — 2,8% (101) das respostas obtidas —, terceirizam todo o processo de edição de imagens. Um número considerável de respostas inclui organizações que utilizam softwares avançados de edição, sendo eles o Adobe Photoshop, com 40,4% (1.463) das respostas, o Adobe Illustrator, com 31,4% (1.139), e o Adobe Photoshop Lightroom, com 11,6% (421).





FERRAMENTAS MAIS UTILIZADAS



Adobe
Photoshop

Software de imagens e design gráfico. Permite criar/tratar fotos, ilustrações, arte 3D, sites, aplicativos para dispositivos móveis, edição de vídeos, simulação de pinturas em tempo real e outras possibilidades.



Adobe
Illustrator

Ferramenta para gráficos vetoriais que possibilita criar logotipos, ícones, desenhos, tipografia e ilustrações para impressão, web, vídeo e dispositivos móveis.



Adobe
Lightroom

Software na nuvem para fotografia. Com ele é possível editar, organizar, armazenar e compartilhar fotos no desktop, na web e em dispositivos móveis.



AUTODESK®
PIXLR®

Editor de imagens online.



PHOTOSCAPE

Software de edição de fotografia.





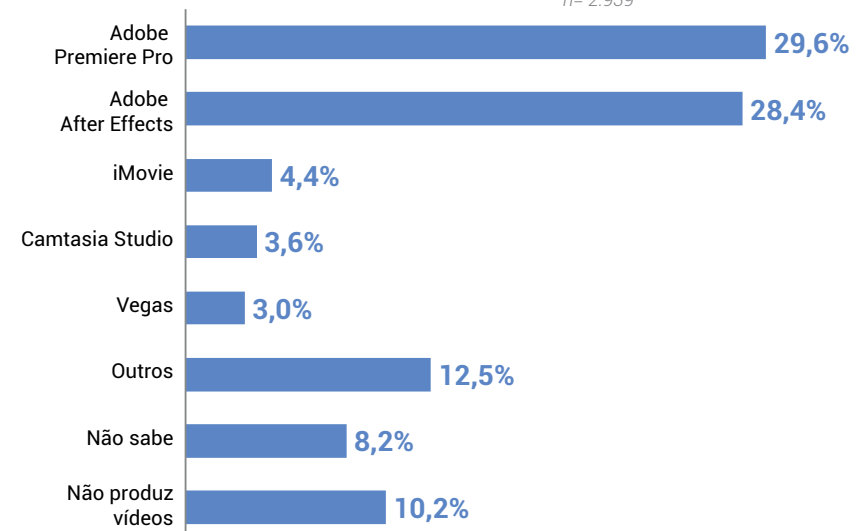
4.15. EDIÇÃO DE VÍDEOS

Assim como as imagens, **vídeos fazem parte da estratégia de Marketing Digital** e, para que seu uso seja bem-sucedido, é necessário utilizar equipamentos e ferramentas de qualidade.

O mercado oferece **diversas opções** de editores de vídeo, mas podemos observar que as ferramentas ofertadas pela Adobe são amplamente utilizadas em relação às demais. Além disso, em relação ao processo de edição de imagens, um número maior de empresas – 10,2% (301) – terceiriza ou não utiliza essa estratégia.

EDIÇÃO DE VÍDEOS

n= 2.939



FERRAMENTAS MAIS UTILIZADAS



ADOBE PREMIERE PRO

Software de edição de vídeo para cinema, TV e Web.



ADOBE AFTER EFFECTS

Programa de animação e efeitos visuais.



IMOVIE

Editor de vídeos criado pela Apple.



CAMTASIA STUDIO

Software de criação de vídeo que permite a captura da tela do computador.



VEGAS

Para produção de vídeos profissionais.

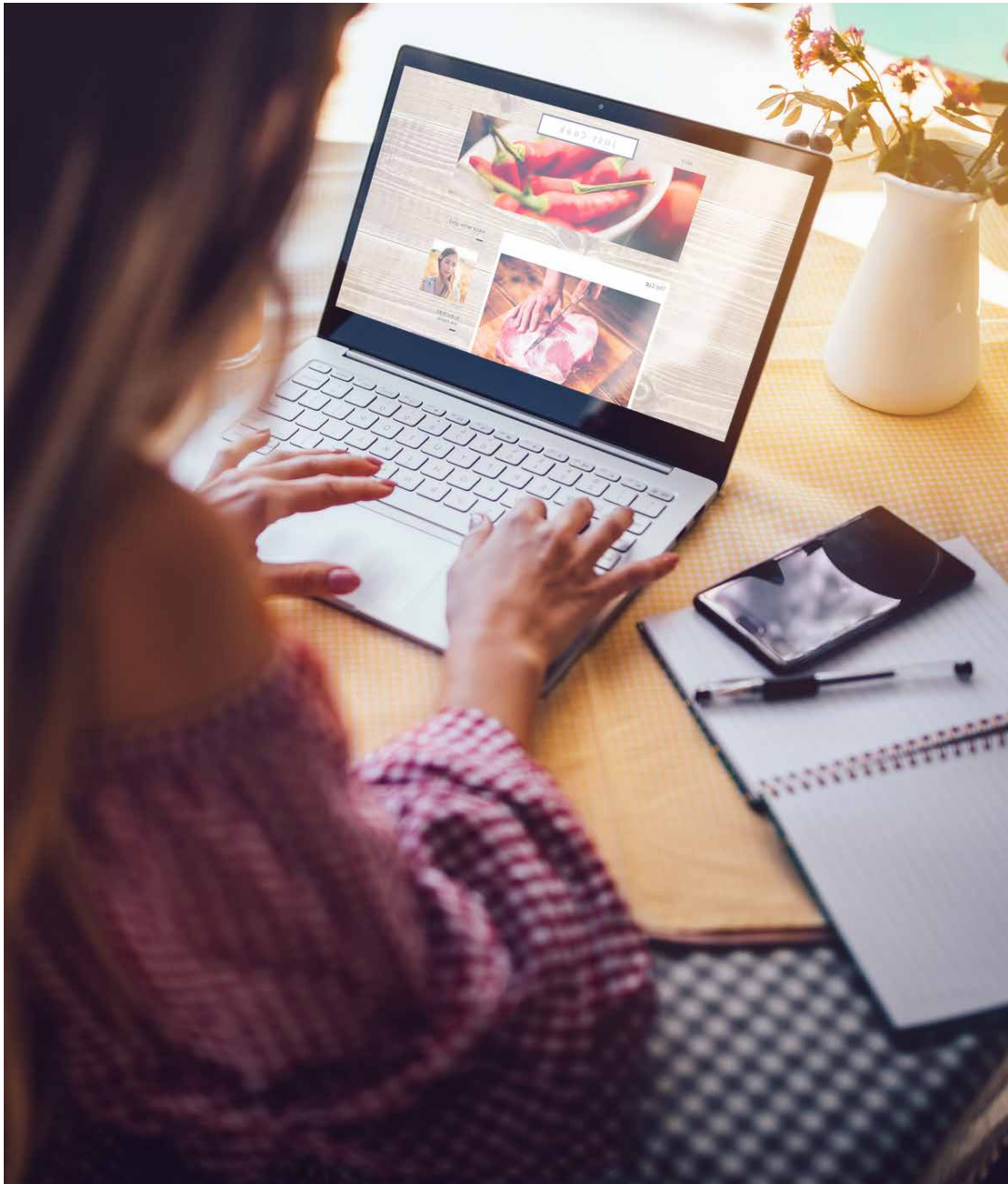
PARA SE APROFUNDAR



Curso de Roteiro de Vídeos Web

Rock University



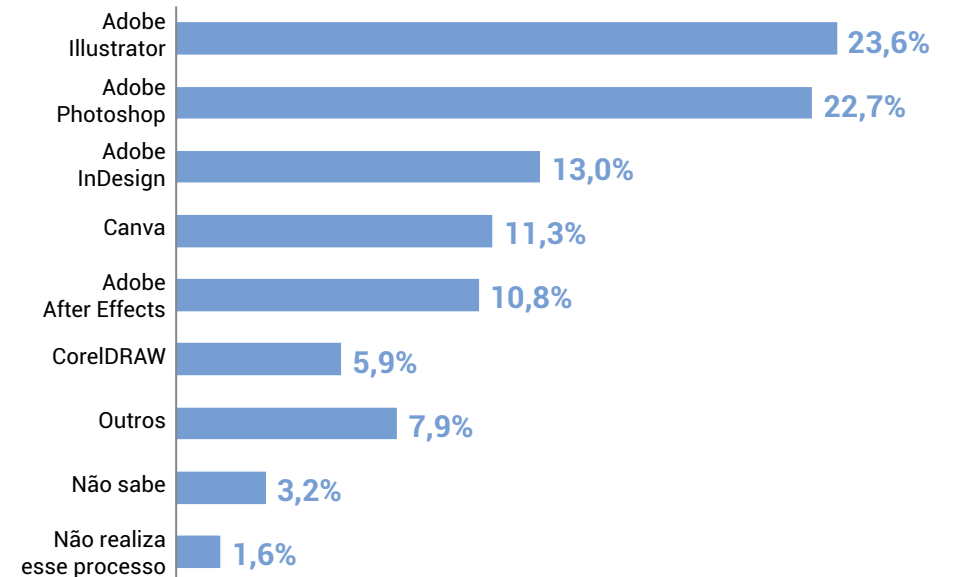


4.16. CRIAÇÃO DE DESIGN

O **design** também é uma importante ferramenta do Marketing, sendo responsável pela interatividade e pelo visual dos materiais produzidos. Como é possível observar, as ferramentas oferecidas pela Adobe também se destacam nesta categoria e um número muito menor de respostas — 1,6% (76) — vem de empresas que terceirizam esse processo.

CRIAÇÃO DE DESIGN

n= 4.749



FERRAMENTAS MAIS UTILIZADAS



Software para gráficos vetoriais que permite criar logotipos, ícones, desenhos, tipografia e ilustrações para impressão, web, vídeo e dispositivos móveis.



Programa de imagens e design gráfico. Possibilita a criação de fotos, ilustrações, arte 3D, sites e aplicativos para dispositivos móveis, edição de vídeos, simulação de pinturas em tempo real, entre outras possibilidades.



Software para design e layout de páginas que permite criar, comprovar e publicar documentos para impressão e mídia digital. Oferece recursos para criar pôsteres, livros, revistas digitais, ebooks, PDFs interativos, entre outros materiais.



Ferramenta online para criação de peças gráficas.



Software de animação e efeitos visuais.



Programa de design gráfico.

4.17. GESTÃO DE RELACIONAMENTO COM O CLIENTE (CRM)/VENDAS

O **CRM** é um software que gerencia a relação com o cliente com foco em satisfação e fidelização. A partir da automatização e organização dos processos, reduz custos e aumenta os lucros do negócio.

Na prática, o CRM tem impacto direto nas estratégias de marketing, vendas, suporte e vários outros setores do negócio, já que todos são afetados pela relação com os clientes.

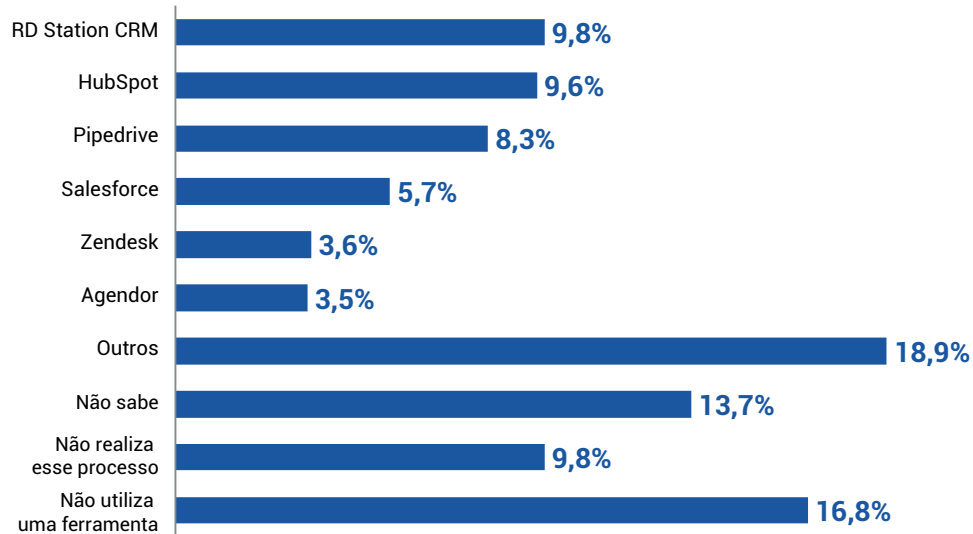
Ao **escolher um CRM**, você deve considerar as seguintes características:

- # integração com outras ferramentas;
- # personalização;
- # armazenamento de dados;
- # relatórios;
- # acessibilidade (operação em nuvem e em dispositivos móveis);
- # possibilidade de teste para avaliar a viabilidade do sistema para o seu negócio.

De acordo com nossa pesquisa, é possível que uma empresa utilize mais de uma ferramenta de CRM, o que pode estar relacionado aos tipos de clientes atendidos, por exemplo.

CRM

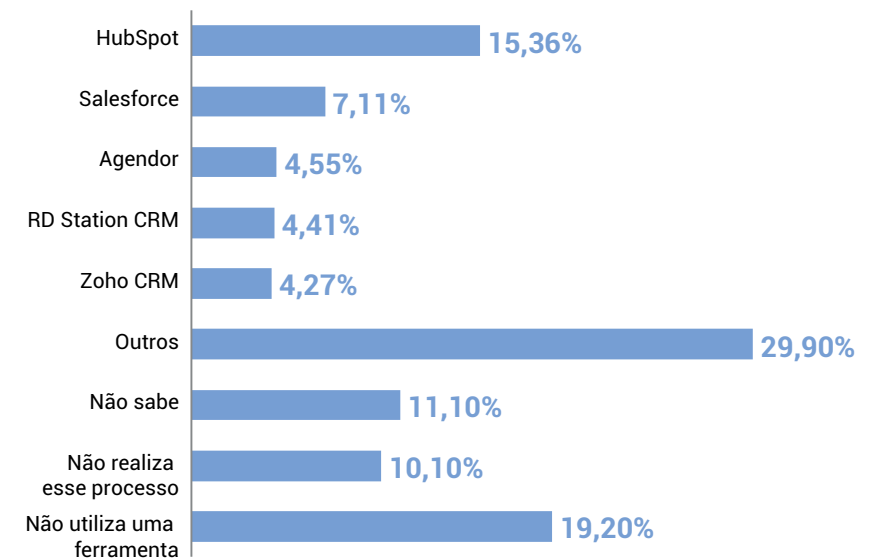
n= 2.143



Ao desconsiderarmos o Brasil nessa análise, ocorre uma alteração nos percentuais obtidos:

CRM (EXCETO BRASIL)

n= 703



FERRAMENTAS MAIS UTILIZADAS

RD Station | CRM

Plataforma brasileira para organizar e controlar o processo comercial. Pode ser utilizada integrada ao RD Station Marketing.

HubSpot

Oferece softwares para gestão de marketing, vendas, atendimento ao cliente e CRM.

pipedrive

Projetada para ajudar equipes pequenas a lidar com processos de vendas complicados ou longos.



Plataforma CRM que oferece previsão de vendas, colaboração, gerenciamento de contatos e relatórios, entre outras funcionalidades.

Zendesk

A Zendesk é uma plataforma online que tem o objetivo de simplificar o atendimento ao cliente.

Agendor

Software de CRM para empresas que fazem vendas consultivas com vendedores internos e externos.





COMPARTILHE ESTE EBOOK!

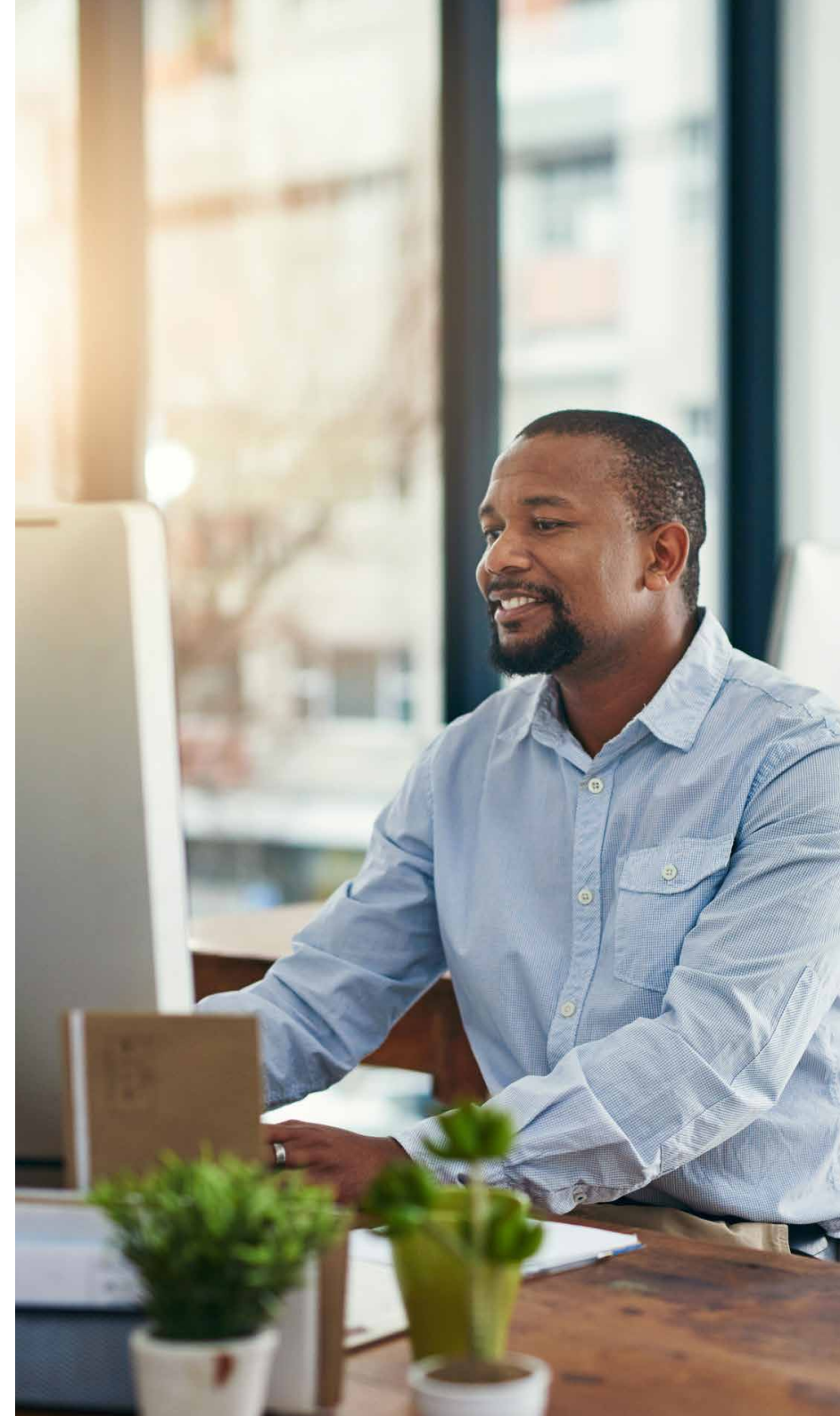
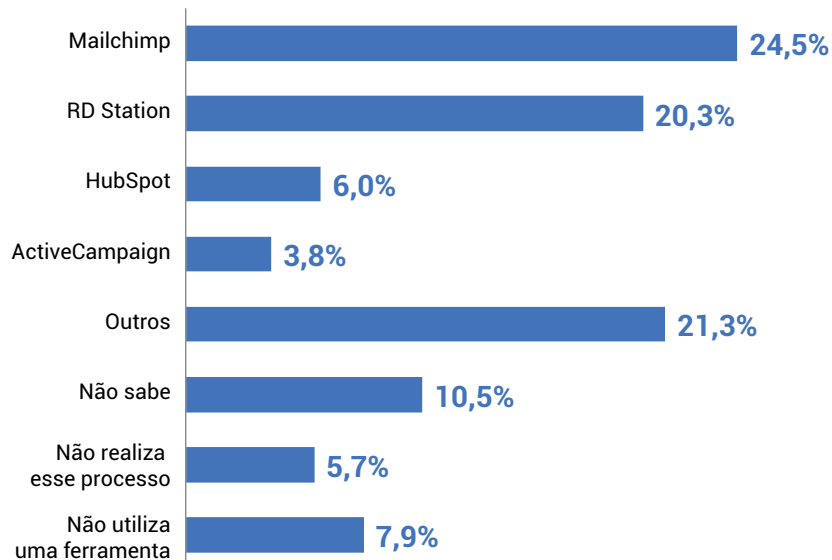
4.18. ENVIO DE EMAIL MARKETING

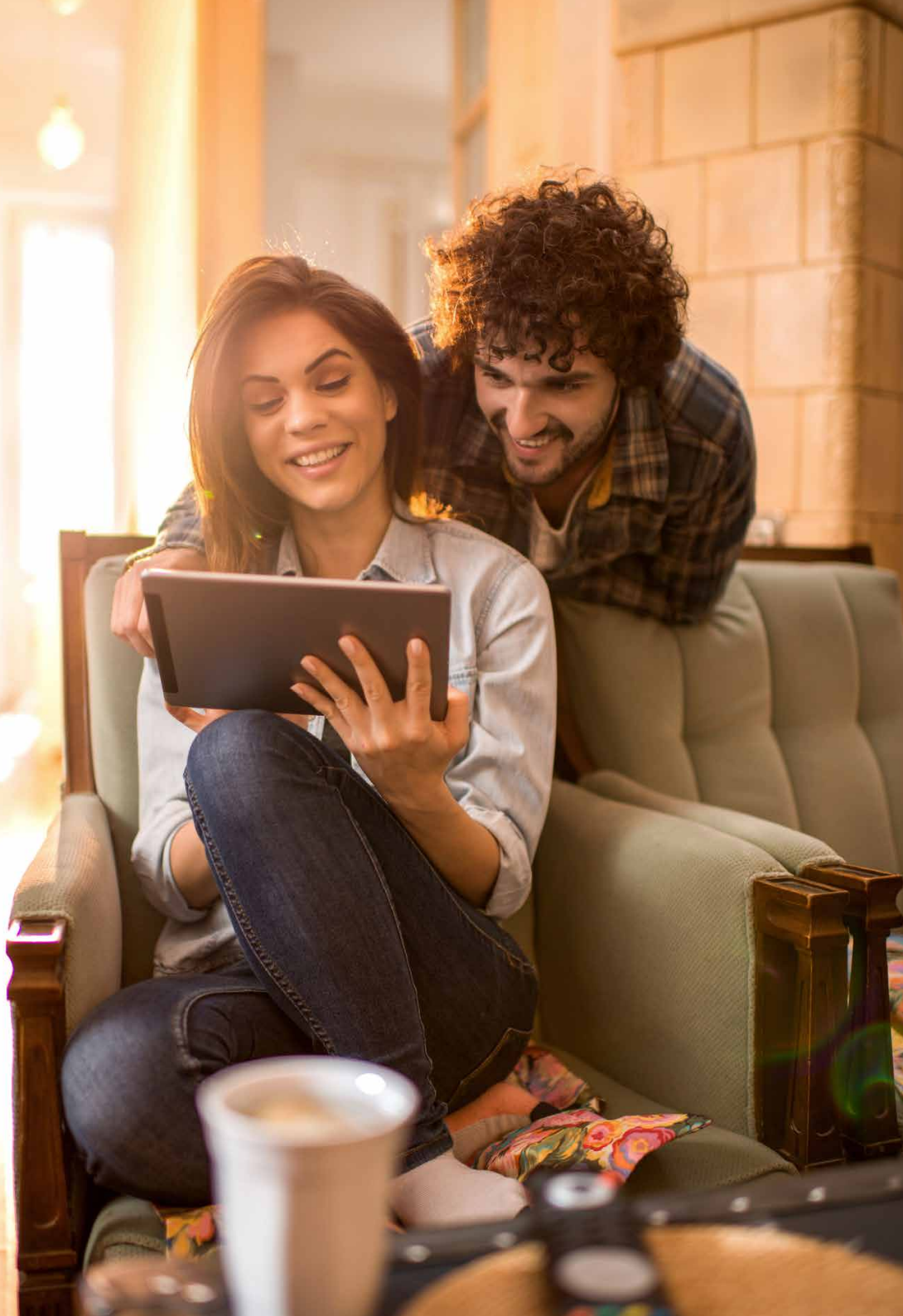
De acordo com uma pesquisa realizada pela Pew Research, 92% dos adultos online utilizam email. Dessa forma, o [email marketing](#) é uma estratégia com alto potencial de retorno para sua empresa.

Esse canal se tornou a melhor maneira de entregar as mensagens certas para as pessoas certas e na hora certa. Para isso, é necessário o uso de ferramentas que [automatizam processos](#) para que o cotidiano de trabalho e também a construção de estratégias sejam facilitados.

ENVIO DE EMAIL MARKETING

n= 2.223





FERRAMENTAS MAIS UTILIZADAS



Conhecido como um instrumento de email marketing, expandiu suas funcionalidades e tornou-se uma ferramenta mais robusta de automação de Marketing.

RD Station | MARKETING

Ferramenta brasileira para gerenciar e automatizar ações de Marketing Digital, inclusive email marketing. Ela também oferece uma solução CRM.



Oferece softwares para gestão de marketing, vendas, atendimento ao cliente e CRM.

ActiveCampaign >

Disponibiliza serviços de email marketing, automação de Marketing, CRM de vendas e mensagens.



COMENTÁRIO DE ESPECIALISTA

Sabrina Carbone, Gerente de Marketing na Nakata Automotiva, afirma que por meio da RD Station Marketing é possível manter o IP da empresa saudável, higienizar toda a base e aumentar a entrega para 98%.

Também é possível ter controle de todas as listas e gerar conteúdos para listas específicas, o que facilita muito os disparos. Além disso, a ferramenta oferece mapa de calor, taxa de abertura e outras informações importantes para a gestão.

Patrícia Lima, Gerente de Marketing na Docbiz, utiliza a RD Station Marketing para realizar envios de email. Para ela, uma ferramenta como a RD Station Marketing facilita o fluxo de disparos e mensuração de resultados, como abertura e cliques, além de já incluir um fluxo de automação nos emails.

Já Alanna Anjos, Analista de conteúdo na [Goakira](#), afirma que as ferramentas utilizadas pelo seu time (MailChimp, RD Station Marketing e SendGrid) auxiliam no contato com a base de leads, especialmente leads frios, e que esse processo já resultou em vendas em várias situações.



PARA SE APROFUNDAR



Curso de Email Marketing

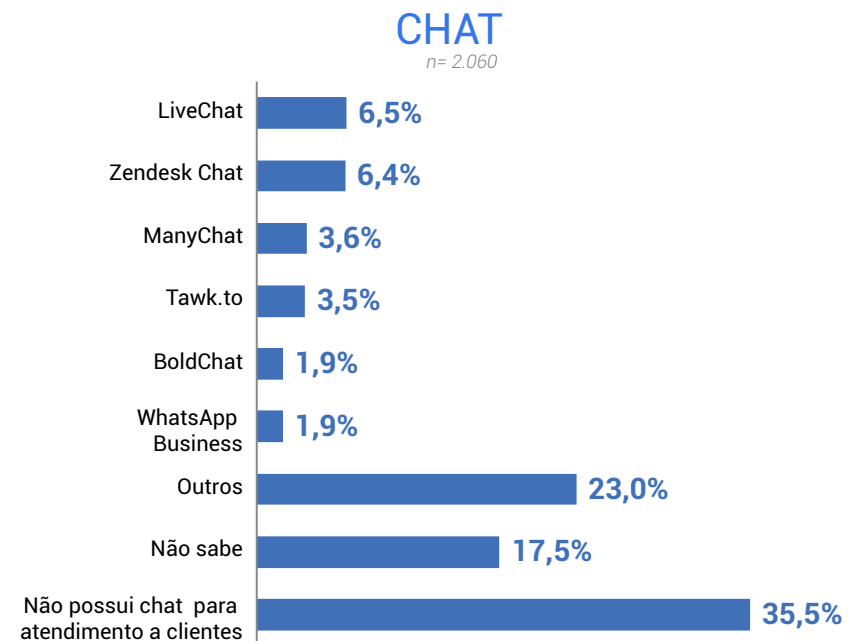
Rock University



4.19. ATENDIMENTO AO CLIENTE (CHAT)

Um **chat profissional** é um importante aliado para estratégias de **atendimento ao cliente** por garantir um melhor atendimento ao usuário, tanto pela qualidade quanto pela rapidez, e reduzir custos em relação a outras formas de atendimento.

Apesar dessas vantagens, 35,5% (750) das respostas obtidas em nossa pesquisa são referentes a empresas que não possuem um chat para atendimento aos clientes.



FERRAMENTAS MAIS UTILIZADAS



Plataforma online que tem o objetivo de simplificar o atendimento ao cliente.



Permite a criação de bots no Facebook Messenger com o objetivo de aumentar o engajamento com o público.



Ferramenta de chat totalmente gratuita.



Aplicativo para Android e iPhone que pode ser baixado gratuitamente. Tem como objetivo atender à demanda de pequenos empreendedores: facilita a interação com os clientes e fornece ferramentas para automatizar, classificar e responder rapidamente às mensagens.



Software de comunicação que inclui ferramentas para chat focando na integração de chatbot de inteligência artificial, atendentes e gerenciamento de email.

COMENTÁRIO DE ESPECIALISTA

Susanne, Coordenadora de E-commerce na NatureDerme, utiliza a Zopim como solução de chat. Para ela, o maior benefício de uma ferramenta de chat é poder atender os clientes em tempo real e com rapidez.

"[As ferramentas de chat] auxiliam na rapidez em atender os clientes. Dúvidas são respondidas na hora e eles sentem que nos preocupamos em estar sempre disponíveis."



Alanna da Silva Anjos
Analista de conteúdo
Goakira
Utiliza Tawk.to



4.20. COMUNICAÇÃO INTERNA

A comunicação interna é fundamental para melhorar o relacionamento entre os colaboradores e alinhar todos os setores da empresa. Uma boa estratégia garante a execução dos processos da empresa e o engajamento dos funcionários, além de evitar e solucionar problemas.

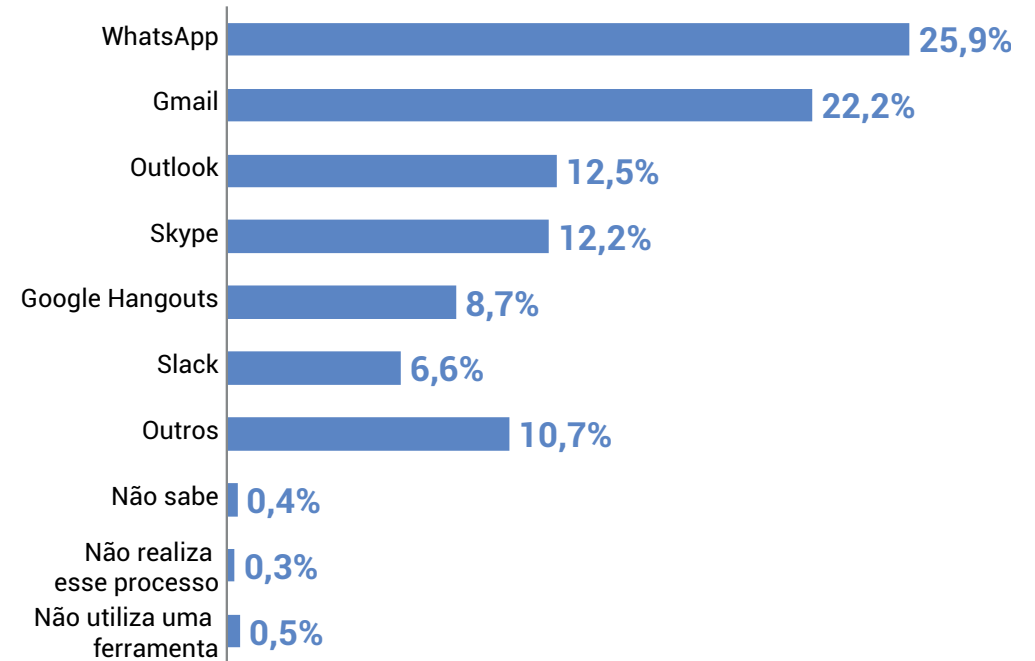
COMPARTILHE ESTE EBOOK!

Uma boa comunicação interna oferece muitas vantagens:

- # melhora o clima organizacional;
- # aumenta a produtividade interna;
- # diminui a taxa de rotatividade;
- # facilita a integração de novos funcionários;
- # minimiza os boatos e as fofocas;
- # reduz os efeitos de uma crise.

COMUNICAÇÃO INTERNA

n= 4.289



FERRAMENTAS MAIS UTILIZADAS



WHATSAPP

Aplicativo para Android e iPhone que pode ser baixado gratuitamente. Permite comunicação por mensagens de texto, imagens, vídeos, áudio, documentos e ligações.



GMAIL

Serviço de email do Google utilizado pelas empresas por meio do G Suite.



OUTLOOK

Serviço de email corporativo da Microsoft utilizado pelas empresas de maneira isolada ou por meio do Office 365.



SKYPE

Software que permite fazer chamadas de vídeo e voz gratuitas entre dois usuários ou em grupo, enviar mensagens de chat e compartilhar arquivos com outras pessoas no Skype. Pode ser utilizado no celular, computador ou tablet.



GOOGLE HANGOUTS

Plataforma de comunicação desenvolvida pelo Google que permite envio de mensagens, ligações individuais e em grupo, chats de vídeo individuais e em grupo e SMS. Será descontinuado em 2020, mas estará disponível nas versões Hangouts Chat (aplicativo de comunicação de equipes de trabalho) e no Hangouts Meet (plataforma de videoconferência) do G Suite.



SLACK

Ferramenta desenvolvida especificamente para a comunicação interna em empresas. Permite envio de mensagens, de documentos e chamadas de vídeo.



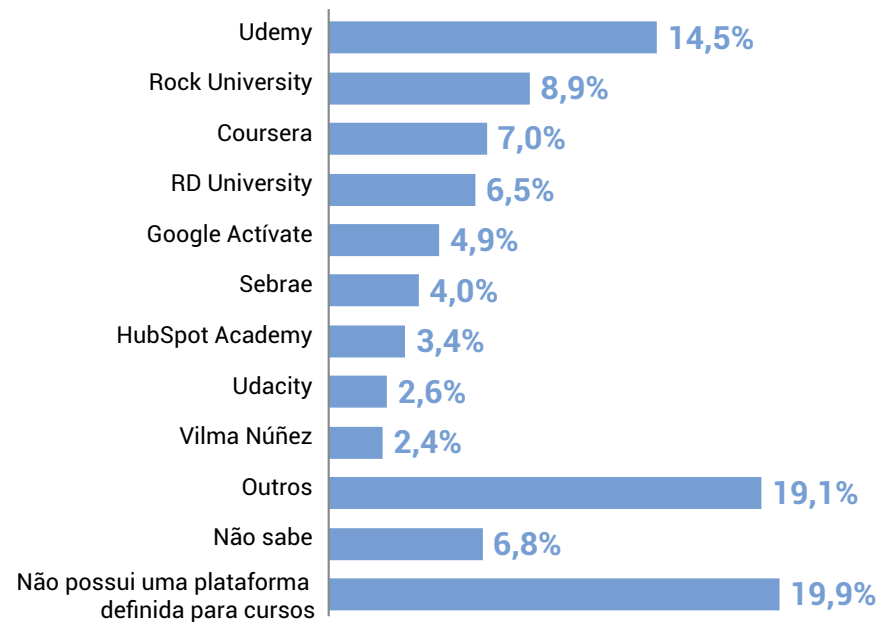
4.21. PLATAFORMA DE CURSOS

Buscar uma boa formação profissional é importante para se manter atualizado sobre o mercado de trabalho, que está sempre em constante mudança, e para buscar aperfeiçoamento em determinados temas.

Atualmente, existem diversas plataformas que oferecem cursos em áreas de formação distintas, tanto gratuitos quanto pagos por meio da compra de cursos isolados ou pacotes de acesso a diversos cursos.

PLATAFORMA DE CURSOS

n= 2.102



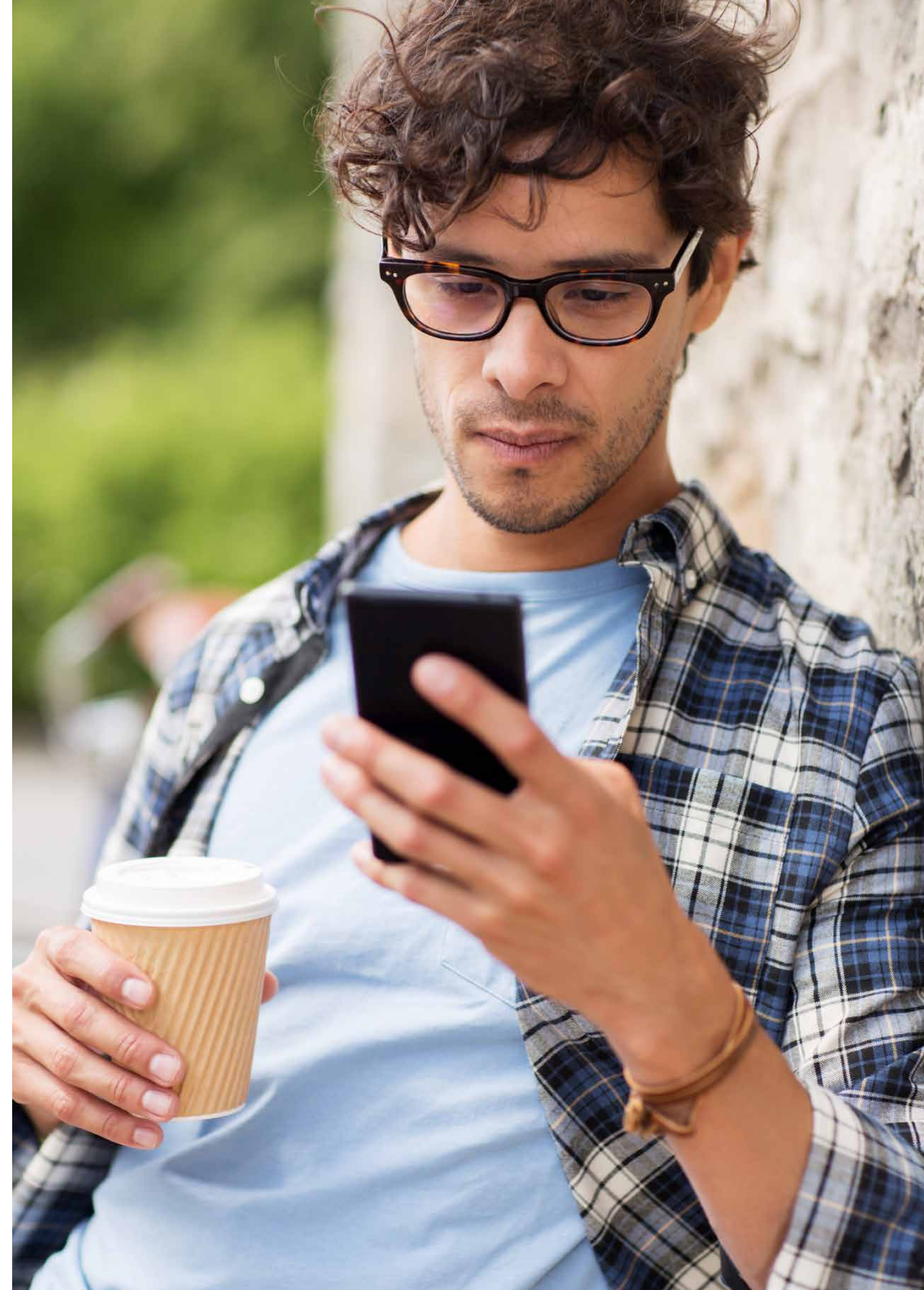
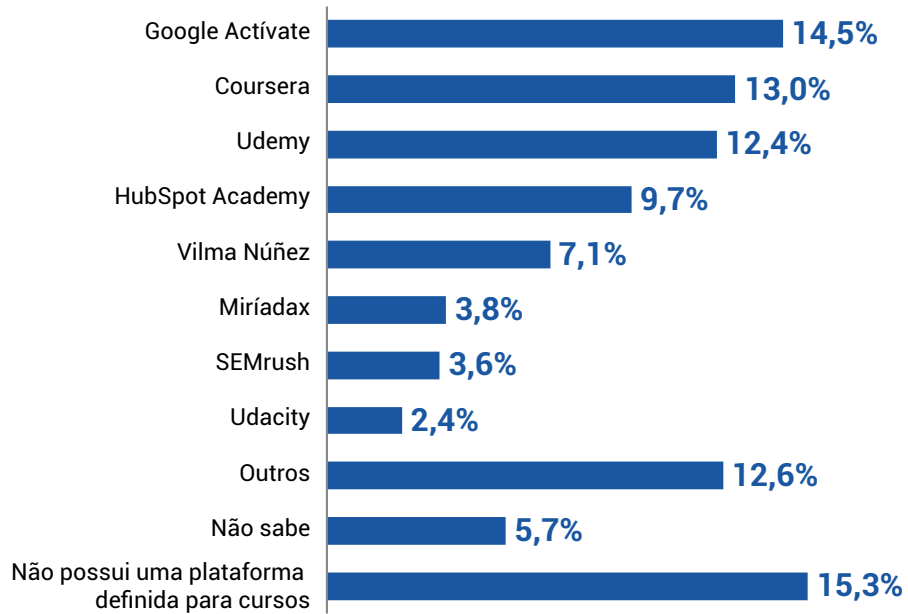


COMPARTILHE ESTE EBOOK!

Nesta categoria, optou-se por uma análise dos países LatAm exceto Brasil, devido ao idioma em que os cursos são ofertados. Foram obtidos os seguintes resultados:

PLATAFORMA DE CURSOS (EXCETO BRASIL)

n= 1008



FERRAMENTAS MAIS UTILIZADAS



Marketplace para ensino e aprendizado a nível global. Oferece cursos em mais de 50 idiomas.



Plataforma brasileira focada em cursos na área de Marketing Digital. Atualmente, oferece cursos apenas em português.



Plataforma de cursos ministrados por instrutores de universidades e empresas mundiais. Possui conteúdos em diversas áreas, línguas e certificações de níveis variados, inclusive graduação e especialização.



Plataforma brasileira focada em cursos para o mercado digital. Atualmente, oferece conteúdos apenas em português.



Plataforma do Google que oferta cursos nas áreas de dados e tecnologia, Marketing Digital e desenvolvimento profissional. Oferece conteúdos em espanhol.



Plataforma brasileira que oferece cursos na área de empreendedorismo para micro e pequenas empresas. Os conteúdos são em português.



Plataforma focada em cursos gratuitos para profissionais de marketing, vendas e atendimento ao cliente. Todos os conteúdos estão disponíveis em inglês, mas existem opções em português e espanhol.



Plataforma de cursos na área de tecnologia e negócios. Oferta apenas conteúdos em inglês.

COMPARTILHE ESTE EBOOK!

VN VILMA NÚÑEZ

Vilma Núñez é consultora internacional de Marketing Digital e disponibiliza em seu site cursos focados em Marketing Digital. Os conteúdos são ofertados em espanhol.

MIRÍADAX_

Plataforma que disponibiliza cursos MOOC (Curso Online Aberto e Massivo, do inglês Massive Open Online Course) de Universidades e Instituições ibero-americanas.



A man with a beard, wearing a light-colored suit jacket and a white shirt, is looking down at a tablet computer he is holding with both hands. He is standing in a modern office environment with large windows in the background. The entire image is overlaid with a semi-transparent green filter. The text '5. CONCLUSÃO' is positioned on the right side of the image.

5. CONCLUSÃO

A Marketing Tools LatAm 2019 conseguiu identificar as ferramentas utilizadas por empresas em diversas categorias de processos e atividades relacionadas ao Marketing Digital.

Com as informações angariadas, as organizações conseguem enxergar um panorama do que está disponível no mercado e avaliar oportunidades de negócios. Esse mapeamento oferece um caminho para construir estratégias de sucesso.

A partir da vasta identificação da pesquisa, tomadores de decisão ganham segurança ao entender como o mercado de Marketing Digital da América Latina responde ao uso de ferramentas da área.

Dessa forma, é possível investir em processos que ainda não são muito explorados e repensar estratégias consolidadas que a empresa ainda não desenvolve.



5 BILHÕES DE BUSCAS ONLINE SÃO FEITAS DIARIAMENTE!

SUA EMPRESA É A RESPOSTA
PARA ESSAS BUSCAS? NÃO?
A ROCK CONTENT É A SOLUÇÃO PERFEITA
PARA SUA EMPRESA! VAMOS CONVERSAR?

QUERO RECEBER UMA AVALIAÇÃO GRATUITA



A **Rock Content** é a empresa líder em Marketing de Conteúdo no mercado brasileiro. Nós ajudamos marcas a se conectarem com seus clientes através de conteúdo fantástico e blogs corporativos sem monotonia. Por meio do nosso serviço de consultoria, montamos estratégias de conteúdo para nossos clientes que são executadas pelo nosso time de milhares de escritores freelancers qualificados. Possuímos vários materiais educativos gratuitos e sempre temos algum artigo interessante no blog do Marketing de Conteúdo.