

# Como os CMOs podem oferecer marketing orientado por dados com uma visão unificada dos clientes



## O insight começa com dados confiáveis do cliente

Aumentar a procura por seus produtos e serviços nunca foi tão significativo. O aumento das expectativas dos clientes, combinado com uma base de consumidores altamente digital e conectada, significa que o comprador tem mais controle do que nunca sobre as marcas com as quais se engajam e as compras que fazem. A execução de atividades de marketing eficazes exige mais do que apenas dados - requer um conhecimento profundo do cliente. Com ele, você pode desenvolver e aprimorar iniciativas para tudo o que faz: web, comércio eletrônico, mídias sociais, dispositivos móveis e muito mais.

No entanto, as empresas, especialmente os profissionais de marketing, estão achando difícil conhecer seus clientes em um mundo multicanal e multidispositivo. Segundo levantamento da Experian, 92% das empresas não têm uma visão única de seus clientes hoje. Isso acontece, principalmente, porque as empresas dependem de várias soluções de automação de marketing, CRM e ERP, o que geralmente acaba fazendo com que essas companhias acabem lidando com registros duplicados, imprecisos e desatualizados, que prejudicam a qualidade do banco de dados para suas decisões. Talvez seja por isso que a Data & Marketing Association (DMA) relate que mais da metade de todos os profissionais de marketing, atualmente, acham que a integração de dados entre as plataformas é um desafio crítico para os resultados dos negócios.

Uma visão completa e unificada de clientes e dos relacionamentos desses consumidores com as marcas é a base do marketing orientado por dados. Quando você entende seus clientes usando informações atualizadas, precisas e confiáveis, você pode estar alinhado com as

necessidades em constante mudança e como engajar, nutrir e converter essas pessoas de forma eficaz. Você cria estratégias em tempo real que resultam em maior satisfação, maior fidelidade, menor custo por vendas e uma melhor imagem de marca.

As vantagens de uma visão única dos dados do cliente incluem:

- **Maior receita:** melhore o pipeline, reduza a rotatividade e diminua o custo de aquisição dos clientes
- **Maior eficiência:** elimine dados duplicados e remova processos propensos a erros
- **Aceleração do retorno:** ofereça conteúdo preciso quando e onde necessário
- **Colaboração aprimorada:** remova barreiras com vendas, atendimento ao cliente e muito mais
- **Risco reduzido:** garantir conformidade com leis, regulamentos e padrões do setor

### Benefícios para estratégias centradas no cliente:

- Maior ROI de marketing
- Maior eficiência operacional
- Conformidade aprimorada / risco reduzido
- Redução da complexidade e custo da campanha
- Suporte mais fácil para requisitos globais

## O dilema dos dados do profissional de marketing

Ter dados imprecisos e duplicados em vários sistemas é o pior inimigo do profissional de marketing. Você pode acabar com quatro versões do mesmo contato com uma versão escrita de maneira diferente, uma versão



**Sem uma visão completa dos clientes ... a personalização, o marketing baseado em contas e os esforços de direcionamento centrados no cliente estão condenados antes de começar.”**

contendo vários endereços de e-mail, a terceira com informações de endereço ausentes e a quarta contendo detalhes organizacionais contraditórios.

Sem uma visão completa dos clientes, as empresas não podem operar com eficiência, tomar decisões estratégicas corretas ou seguir a conformidade normativa, como as regras impostas pelo GDPR. Além disso, com a falta dessa visão abrangente, a personalização, o marketing baseado em dados e os esforços de segmentação dos clientes estão condenados antes mesmo do começo das ações. Você precisa conhecer a pessoa por trás de sua atividade, na Web, nas mídias sociais e lojas físicas - o que é especialmente difícil no mundo multidiverso de hoje. Pode ser por isso que entender as interações com os clientes é considerado pela Forrester e pela DMA como o desafio número um para os profissionais de marketing.

Se eles preencheram incorretamente um formulário da web ou se sua equipe de vendas esqueceu de carregar as informações mais recentes em seu CRM, a existência de dados imprecisos acabará inviabilizando o sucesso em relação aos objetivos de negócios da empresa. Além disso, uma visão em silos dos clientes resulta em problemas semelhantes de qualidade de dados, bem como desafios de governança, ineficiências operacionais e estratégias reativas.

Talvez o tipo mais importante de dados mestres, neste caso, seja o registro de clientes, que inclui nomes, e-mails, endereços postais e preferências de consumo de cada cliente. O domínio dos dados de cliente estimula as iniciativas de marketing e impulsiona as experiências dos consumidores quando a companhia possui dados limpos, consolidados, enriquecidos e compartilháveis.

### Desafios para aproveitar os dados dos clientes

- Viagens e canais de clientes desarticulados
- Registros duplicados, incompletos ou errados
- Dados diferentes, gerenciados em silos isolados
- Aumento das exigências regulamentares, de conformidade e de relatórios

### Domine seus dados do cliente

Os dados dos clientes são o recurso mais importante para os profissionais de marketing - para atender tanto às necessidades do negócio quanto às expectativas dos consumidores. Seja para atrair novos compradores, atender as exigências dos clientes, parceiros ou fornecedores, os profissionais de marketing obtêm uma visão clara e completa dos registros que incluem atributos, interações e interdependências. Você transforma dados diferentes em um entendimento unificado sobre os atributos do cliente, o histórico de compras, a interação na Web, a preferência de canal e os comportamentos on-line.

Uma visão única e unificada dos clientes permite que os profissionais de marketing se envolvam, desenvolvam e convertam com maior eficiência. Além disso, ele acelera a obtenção de tempo para valorização: suas campanhas avançam mais rápido e seu pipeline aumenta porque você alcança o público certo e oferece experiências personalizadas usando interesses e comportamentos conhecidos.

Além disso, a empresa se beneficia de uma abordagem centrada no cliente para a tomada de decisões orientada por dados. Ao dominar os dados do cliente, você aprimora todos os seus sistemas porque fornece uma fonte única e confiável de informações. Você pode responder às preferências do cliente e às necessidades internas em tempo real para alcançar agilidade operacional em toda a empresa.

O valor de dominar dados do cliente:

- Elimine silos e consolide dados
- Melhorar a qualidade, consistência e confiabilidade dos dados
- Descobrir, criar e gerenciar relacionamentos de dados
- Melhore a visibilidade, a análise e a percepção
- Melhorar a governança de dados e a administração
- Otimizar processos de TI e entrega de dados

### A vantagem dos dados do cliente

A chave para empregar a tomada de decisões baseada em dados, que aumenta a participação no mercado e impulsiona os negócios, envolve o uso de uma visão única e unificada dos dados do cliente. É a chave para permitir que os profissionais de marketing conheçam verdadeiramente seus públicos-alvo de maneiras ricas e significativas. Ele facilita o uso de informações do cliente obtidas de várias origens e pontos de contato, o que melhora a segmentação, a personalização e o engajamento, bem como as taxas abertas, de cliques e de inclusão.

Uma visão completa do cliente faz mais do que melhorar o marketing - oferece melhores resultados. As organizações podem sincronizar e enriquecer os dados para remover o risco de registros imprecisos, incompletos e redundantes que prejudicam as campanhas e prejudicam as experiências dos clientes.

O resultado é uma base de dados confiável que aprimora o marketing, as vendas, o desenvolvimento de produtos, as operações e muito mais.

---

Saiba mais sobre como melhorar seu marketing com uma visão completa do cliente, visitando-nos [online](#) ou enviando um e-mail para [info@stibosystems.com](mailto:info@stibosystems.com).



**Dominar os dados de seus clientes é fundamental para alcançar uma visão de cliente de 360°.**

### Atividades aprimoradas com o domínio dos dados do cliente:

- estratégias digitais
- Otimização do desempenho da campanha
- Pipeline e desenvolvimento de vendas
- Programas de rotatividade, retenção e fidelidade

### Sobre a Stibo Systems

A Stibo Systems, empresa especializada em Gestão de Dados Mestres, fornece soluções confiáveis em MDM - Master Data Management, com base em uma abordagem exclusiva voltada para pessoas e negócios. A Stibo Systems promove a transformação digital nas empresas, tornando-se a força que revela o valor estratégico dos dados mestres, fortalecendo a experiência do cliente e impulsionando a inovação e o crescimento das organizações.

É uma subsidiária privada do grupo Stibo A / S, fundada em 1794 com sede corporativa em Aarhus, na Dinamarca.