

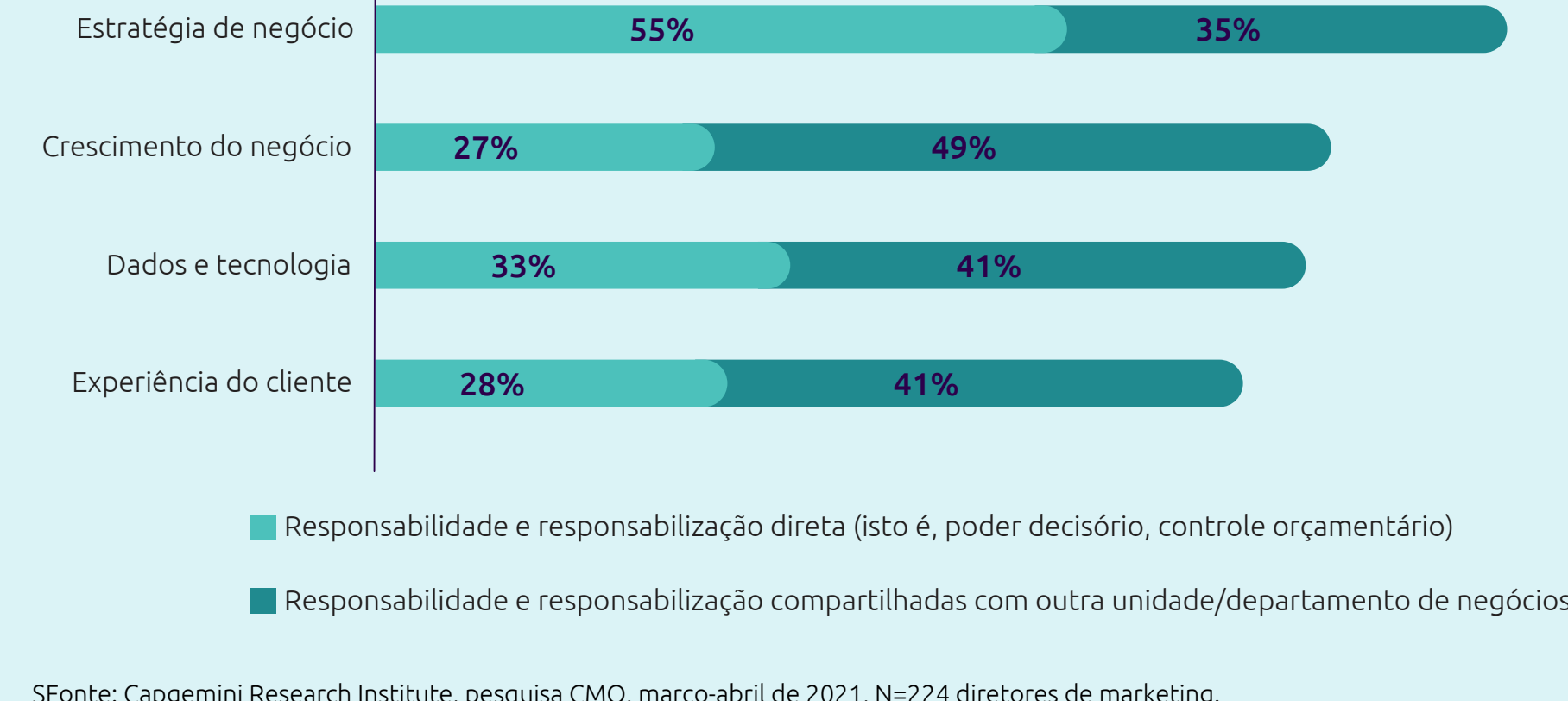
NOVO MANUAL PARA DIRETORES DE MARKETING:

Por que os CMOs devem capacitar o marketing em tempo real, levando ao crescimento sustentável

Os dados permitem que o marketing atinja seu potencial como estimulador do crescimento

A função do CMO se expandiu além do desenvolvimento de marca tradicional e tornou-se mais holístico

Porcentagem de CMOs que afirmam que são atualmente responsáveis por seguir as seguintes funções/competências



5Fonte: Capgemini Research Institute, pesquisa CMO, março-abril de 2021, N=224 diretores de marketing.



A palavra “Significativo” descreve como minhas responsabilidades como CMO evoluíram nos últimos anos”.

Sharon Driscoll
Diretora de marketing de mercados globais na IBM

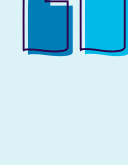


OS CMOs podem utilizar o marketing focado em dados para resultados mais rápidos e precisos



Ser focado em dados em marketing e obter acesso a dados em tempo real permite maior rapidez”.

Elise Bert Leduc
Diretora de marketing, clientes, digital, dados e parcerias na AXA Insurance, França



Os benefícios do marketing em tempo real é o impacto que criamos no comportamento do cliente, que se traduz em resultados de negócios específicos”.

Katarzyna Jezierska
Líder de marketing da Visa para a Europa Ocidental Central



A função de marketing demonstra deficiência para se tornar focada em dados

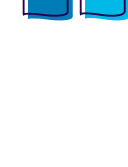
Os profissionais de marketing estão lutando para utilizar efetivamente dados, de modo a guiar decisões e ações de marketing



43% dos profissionais de marketing utilizam dados para decidir sobre uma estratégia de introdução no mercado para um novo produto ou serviço



42% dos profissionais de marketing afirmam que, ao aproveitar dados, sua equipe tornou-se mais ágil ao responder às necessidades do cliente e do mercado.



[Enfrentamos] um desafio de medir coisas demais que não oferecem insights reais suficientes em um mundo em mutação rápida”.

Karolina Henriksen
Vice-presidente executiva de carnes vermelhas da Nortura



Os profissionais de marketing têm um déficit de capacidade



45% dos profissionais de marketing afirmam ter uma plataforma de dados do cliente que oferece uma visão unificada e simples dos clientes

Os dados não estão prontamente acessíveis para o marketing



38% dos profissionais afirmam que tem dados “de segmentos e tipos de pessoas de clientes” no formato necessário para auxiliar a tomada de decisões em marketing

Os dados não estão prontamente acessíveis para o marketing



44% dos profissionais de marketing afirmam que têm uma quantidade adequada de competências em áreas como IA e aprendizado de máquina, ou análise e ciência de dados

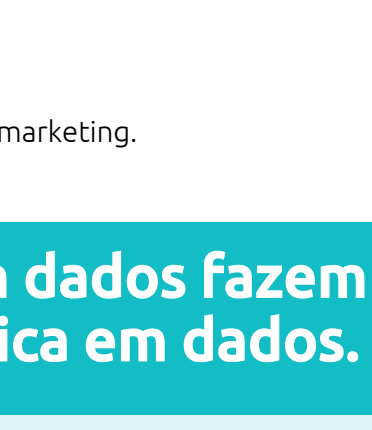


45% afirmam que tem as competências necessárias de marketing digital social



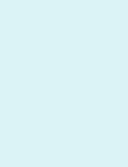
Os líderes de marketing que têm competências bem estabelecidas são as pessoas mais difíceis de encontrar no momento”.

Aina Lemoen Lunde
Vice-presidente executiva de marketing e vendas digitais da DNB



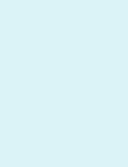
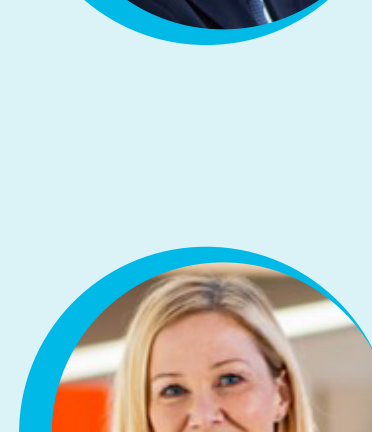
Fonte: Capgemini Research Institute, pesquisa CMO, março-abril de 2021, N=1.600 profissionais de marketing.

O que os profissionais de marketing focados em dados fazem de modo diferente e os benefícios da abordagem rica em dados.



Os dados são uma grande prioridade. Eu não acho que é possível ser eficaz no marketing sem o uso efetivo dos dados. De modo crescente, estamos tentando trazer o acesso a dados por toda a empresa para atender melhor a nossos clientes”.

David Dintenfass
Diretor de marketing e líder de design de experiência da Fidelity Investments



Se você trabalha em um departamento de marketing atualmente, é necessário amar os dados e ser bastante focado em números e insights, ao invés de focar simplesmente em crenças e instintos”.

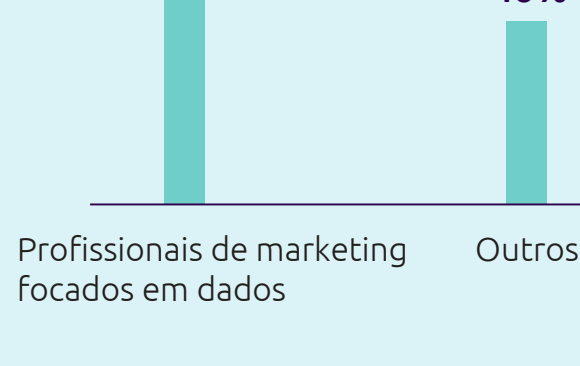
Camilla Haveland,
Diretora de marketing da Storebrand



Profissionais de marketing focados em dados – que compreendem 11% de nossa amostra – executam marketing em tempo real e geram valor significativo como resultado

93% de profissionais de marketing focados em dados estão altamente satisfeitos com suas iniciativas de marketing em tempo real e **54%** afirmam que os benefícios excedem suas expectativas

Porcentagem de profissionais de marketing que está altamente satisfeita com a efetividade do marketing em tempo real



Porcentagem de profissionais de marketing e se suas campanhas de marketing em tempo real tipicamente apresentam os benefícios esperados



- Os benefícios reais são frequentemente inferiores aos benefícios esperados
- Os benefícios reais são geralmente os mesmos que os esperados
- Os benefícios reais são frequentemente superiores aos benefícios esperados

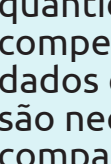
Fonte: Capgemini Research Institute, pesquisa CMO, março-abril de 2021, N=179 profissionais de marketing focados em dados; N = 1.421 outros profissionais de marketing.

Profissionais de marketing focados em dados executam resultados de negócios a partir do marketing em tempo real

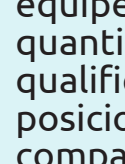
■ **Percepção/consideração de marca aprimorada: Aumento de 16 pontos percentuais** entre profissionais de marketing focados em dados em comparação com um aumento de 8 pontos percentuais para outros profissionais de marketing

■ **Aumento nas taxas de conversão (de clientes potenciais a clientes): Aumento de 15 pontos percentuais** entre profissionais de marketing focados em dados em comparação com um aumento de 6 pontos percentuais para outros profissionais de marketing

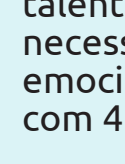
As equipes de marketing focadas em dados possuem talento bem estabelecido



72% afirmam que tem uma quantidade adequada de competências de análise de dados e ciência de dados que são necessárias, em comparação com 40% dos outros



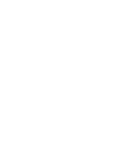
65% afirmam que suas equipes de marketing têm uma quantidade adequada de talentos qualificados na compreensão do posicionamento de sua marca, em comparação com 37% dos outros



63% afirmam ter o talento qualificado necessário em inteligência emocional, em comparação com 46% dos outros

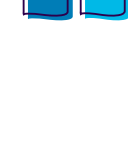
Fonte: Capgemini Research Institute, pesquisa CMO, março-abril de 2021, N=179 profissionais de marketing focados em dados; N = 1.421 outros profissionais de marketing.

Como os CMOs podem aproveitar os insights baseados em dados?



O CMO do futuro deve unir o uso da inteligência e tecnologia com a arte de desenvolvimento de marca e expressão criativa”.

Kristin O’Boyle
Líder de marketing digital para gestão de patrimônio do Morgan Stanley



O CMO moderno precisa ser três coisas simultaneamente: artista, cientista e defensor”.

Peter Markey
Diretor de marketing da Boots UK



Seis áreas de foco são críticas para a preparação do CMOs para um ambiente de marketing focado em dados:

Criar uma visão clara para estratégia de marketing

- Garantir que as capacidades focadas em dados estejam no centro da estratégia de marketing
- Definir o roteiro da transformação

Acelerar a colaboração por todo o ecossistema de marketing

- Colaborar com funções principais - TI, vendas e finanças
- Utilizar ferramentas de colaboração com parceiros externos

Garantir que seja oferecido aos talentos uma linha básica de dados e ao mesmo tempo permitir especialistas

- Recrutar ou requalificar os talentos de marketing
- Focar no desenvolvimento de uma mentalidade
- Requalificar o marketing digital e de desempenho
- Desenvolver uma cultura de aprendizado
- Estabelecer um centro de excelência

Reimaginar a jornada do cliente com engajamento em tempo real

- Implementar uma plataforma de dados dos clientes
- Utilizar ferramentas de escuta do cliente para compreender a intenção
- Ter estratégias e soluções claras de gestão de conteúdo
- Utilizar ferramentas de automação para entrega

Implementar um processo de coleta de dados focados em estrutura

- Criar uma estrutura para coleta de dados
- Considerar adequação de pontos de contato digitais emergentes
- Unificar silos de dados internos



Integrar o desenvolvimento de longo prazo da marca e os engajamentos de curto prazo de marketing

- Executar o desenvolvimento de marca com iniciativas de marketing de curto prazo
- Alocar orçamentos separados para engajamentos de marketing de longo e curto prazo

Source: Capgemini Research Institute analysis.

Download do relatório

Subscriba a pesquisa mais recente do Capgemini Research Institute ao visitar <https://www.capgemini.com/capgemini-research-institute-subscription/>