

MITOS E VERDADES

SOBRE O MARKETING B2B

Introdução

O marketing B2B é um território desafiador e muitas vezes enigmático, onde a jornada de decisão dos compradores pode confundir até mesmo os gestores mais experientes. Nesse cenário complexo, é crucial identificar e dissipar as noções pré-concebidas que podem obscurecer a compreensão e prejudicar a eficácia das estratégias de marketing.

Neste infográfico, exploraremos alguns dos mitos mais comuns que cercam o marketing B2B, revelando as verdades fundamentais por trás dessas concepções errôneas. Ao desfazer esses equívocos, capacitaremos os profissionais de marketing a dar passos mais seguros e estratégicos em direção ao sucesso no ambiente B2B. Acompanhe-nos nesta jornada para desvendar os segredos do marketing B2B e elevar sua abordagem a novos patamares de eficácia e entendimento.

É verdade que o público-alvo no marketing B2B não é apenas o C-level?



Verdade. Funcionários em níveis mais baixos têm papéis fundamentais no processo de compra. Além disso, as ambições individuais também podem ter um impacto significativo. Ao considerar esses leads, você não apenas aproveita suas perspectivas imediatas, mas também reconhece o potencial deles se tornarem decisores futuros.

É verdade que as campanhas no LinkedIn são caras demais?



Mito. O valor de uma campanha não é avaliado apenas pelo investimento feito, mas sim pelo retorno que gera. No LinkedIn, você pode segmentar audiências altamente específicas, o que torna sua campanha mais precisa. E quanto mais qualificada for a campanha, mais oportunidades e retorno ela trará.

É verdade que marketing B2B é 100% racional?



Mito. Há um dado que mostra que 77% dos decisores acharam sua última compra complexa devido a diversas opções, partes envolvidas e a sua própria reputação em jogo. Nesse cenário, em que as diversas marcas acabam parecendo todas iguais, ter uma conexão emocional pode ser um fator distintivo. Mas lembre-se que a estratégia requer cautela.

A maior parte do orçamento do marketing B2B deve ser para campanhas de fundo de funil?



Mito. Priorizar apenas as campanhas de fundo de funil no marketing B2B nem sempre é a melhor estratégia. Um dado indica que 95% dos potenciais compradores B2B não estão prontos para efetuar uma compra imediata. Por isso, investir em estratégia de marca é crucial. Quando a necessidade surgir, eles lembrarão da sua empresa.

O conteúdo para B2B tem que ser apenas informativo e técnico?



Mito. O ideal é trabalhar e equilibrar diversos formatos. Afinal, sua audiência precisa de informações, mas eles também querem saber qual é o ponto de vista único da sua empresa a respeito.

Marketing B2B no Google Ads só funciona na rede de pesquisa?



Mito. A jornada do decisor B2B é extensa, com uma média de 10 canais utilizados durante a consideração de compra (fonte: Instituto B2B). Portanto, é importante explorar outros formatos de anúncios, como vídeos bumper, reach ou discovery ads. Eles ampliam a visibilidade da sua marca durante essa pesquisa e melhoram as chances de serem considerados na tomada de decisão.

Lembre-se.

O marketing B2B é tão desafiador quanto é compensador.

Gostou do nosso conteúdo?

Acesse o site e inscreva-se na nossa newsletter para receber as novidades.