

**CASO DE SUCESSO**

## Inovflow aumenta notoriedade e autoridade na web com o apoio da OUTMarketing

De forma a responder às exigências do competitivo mercado das Tecnologias de Informação (TI), a Inovflow escolheu a OUTMarketing para implementar uma estratégia de Marketing Integrado, focada em resultados e na geração de oportunidades de negócio.

**A abordagem inovadora da agência e a sua experiência no setor das TI, permitiu à Inovflow fazer o outsourcing do seu Marketing, optando por um único interlocutor, de forma integrada e com o foco numa estratégia de notoriedade e autoridade na web e nos media nacionais. A empresa passou assim a desenvolver todas as ações de forma planeada, focada e quantificada, gerando leads mais qualificadas para a área comercial.**

### DESAFIO

O setor das Tecnologias de Informação (TI), caracteriza-se pelo seu elevado dinamismo e concorrência feroz. Neste sentido, é um desafio constante para as empresas que atuam nesta área, encontrarem formas de se diferenciarem.

Uma das formas, através das quais a Inovflow sentiu necessidade de se destacar no mercado, foi através do seu Marketing. No entanto, as ações que tinha desenvolvido até então, tinham sido feitas de forma adhoc e recorrendo a diferentes parceiros. A Inovflow não tinha assim, uma estratégia definida para comunicar de forma eficiente com o seu target e a visão que tinha da performance das iniciativas de marketing era, no geral, insuficiente.

Dependente da iniciativa comercial (cold calling) para gerar leads, a Inovflow assumiu a necessidade de tirar maior partido da web, por forma a complementar a sua estratégia comercial. Desta forma, iniciou uma estratégia de Marketing com a OUTMarketing, que incluiu a produção de conteúdos e a utilização de palavras-chave cruciais ao negócio, de forma a melhorar o posicionamento na web.

Com esta estratégia, a Inovflow passou a comunicar com as personas ao longo da sua jornada de compra, fornecendo conteúdos úteis e relevantes, o que levou à conquista de novos clientes e à promoção de iniciativas de cross-selling com os atuais.

### Mensuração das atividades de marketing e vendas com métricas objetivas.

#### Em 9 meses:

**24** palavras-chave nas três primeiras posições e **51** na primeira página do Google

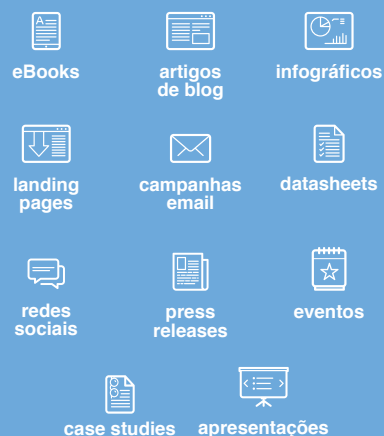
Aumento de cerca de **50%** nas visitas ao site

**390** leads (preenchimento de formulários)

**25** oportunidades

**7** clientes

Disponibilização contínua e consistente de conteúdos para cada jornada de compra e persona, como:



## SOLUÇÃO

Para responder a estes desafios, a OUTMarketing implementou na Inovflow, em Julho de 2016, uma estratégia de Marketing Integrado, com ações inbound e outbound para atrair, converter e nutrir leads.

Para a implementação desta estratégia, a OUTMarketing tornou-se parceiro/interlocutor único para a área de Marketing da Inovflow, em termos de conteúdo e design, trabalhando lado a lado com a própria Direção.

Para garantir a concretização efetiva de todas as ações, a OUTMarketing recorreu ao apoio de uma ferramenta de automação de marketing all-in-one (RD Station). Paralelamente, as ações de inbound foram cruzadas com ações de outbound (ex. eventos e assessoria de imprensa).

**“Com a OUTMarketing, implementámos uma estratégia de Marketing Integrado com ações de Outbound e Inbound. A nossa colaboração estende-se a diversas áreas, como o design gráfico, produção de conteúdo, melhorias no website ou SEO. Ter tudo concentrado no mesmo interlocutor/parceiro permite-nos ter uma visão única do que está a acontecer. Tudo o que fazemos em termos de Marketing é, hoje, partilhado e discutido com a OUTMarketing.”** diz Paulo Leite de Magalhães, Executive Manager da Inovflow.

Para garantir a concretização de todas as ações de Marketing planeadas, bem como o seu seguimento comercial, procedeu-se ao alinhamento entre as áreas de Marketing e Vendas, como explica Paulo Leite de Magalhães: **“Aqui na Inovflow estamos completamente ligados [...] já não existe marketing e vendas, a equipa está partilhada. Existem efetivamente pessoas que estão responsáveis pelo marketing e outras pelas vendas mas falamos como um único, comunicamos uma única unidade quer internamente, quer para fora”**.

## RESULTADOS

Com a implementação da metodologia de Marketing Integrado, Paulo de Leite Magalhães garante que **“hoje conseguimos olhar para a área de Marketing com maior capacidade para gerar leads. (Além disso) criou-se este alinhamento entre Marketing e Vendas, e todos os dias trabalhamos numa perspetiva de aprendizagem contínua”**. Ao fim de 9 meses, a Inovflow conseguiu com esta metodologia:

- Produzir conteúdos e definir iniciativas de marketing de acordo com inputs recebidos da área de vendas
- Definir um lead scoring para aferir o perfil e interesse de cada um
- Associar a cada oportunidade 1 comercial (designado de dono do lead)
- Visualizar do histórico da interação do lead com a empresa antes da efetivação de um contacto direto
- Alertar para preenchimento de formulários e rápida deteção de potencial interesse para contacto personalizado
- Segmentar e personalizar mensagens
- Realizar reuniões periódicas de acompanhamento com as vendas,
- Ter um controlo de KPIs e próximos passos.

## MARKETING INTEGRADO

O Marketing que atrai, impacta, desperta interesse, acrescenta valor, gera leads e resultados.

A metodologia de Marketing Integrado trazida pela OUTMarketing combina as técnicas de inbound e outbound de forma a criar resultados mesuráveis e gerar oportunidades de negócio reais.

**Setor:** Tecnologias de Informação

**Área / Serviço:** Marketing Integrado – Inbound e Outbound Marketing



A INOVFLOW é uma tecnológica portuguesa focada na disponibilização de soluções que otimizam, automatizam e melhoram os processos de negócio das empresas. Soluções que respondem às necessidades de hoje e que estão aptas a evoluir ao ritmo do seu crescimento e das mudanças no mercado.

Para mais informações visite [www.inovflow.pt](http://www.inovflow.pt)



A OUTMarketing foi fundada em 2007 para responder a uma lacuna existente no mercado: disponibilizar todos os serviços típicos do departamento de Marketing de uma empresa de tecnologia da informação (TI), mas em regime de outsourcing. Disponibiliza soluções integradas de inbound e outbound marketing com foco na geração de leads e é parceiro Gold da Resultado Digitais.

Para mais informações visite [www.outmarketing.pt](http://www.outmarketing.pt)