

# OPENSOFT POTENCIA ESTRATÉGIA DE MARKETING COM APOIO DA OUTMARKETING

*Face à necessidade de uma estratégia de marketing mais concertada e menos focada em ações pontuais, a Opensoft decidiu adotar uma abordagem integrada de inbound marketing e outbound marketing com suporte de uma plataforma de automação. A experiência e a especialização da OUTMarketing foram boa parte da receita para o sucesso.*



A Opensoft necessitava de ajuda para definir e implementar a sua estratégia de marketing e, com isso, comunicar com o target o valor da sua marca e oferta. A solução passou pela adoção de uma estratégia integrada de marketing com recurso a uma plataforma de automação. Para tal, a tecnológica portuguesa selecionou a OUTMarketing, motivada sobretudo pelas competências demonstradas na área de marketing e conhecimento profundo do mercado das TI. Os resultados revelaram-se muito positivos e a aposta é para continuar.



## DESAFIO

A Opensoft, empresa portuguesa especializada no desenvolvimento de software, necessitava de melhorar a sua estratégia de marketing, não só para refleti-la em resultados mensuráveis, como também para aumentar a notoriedade e reforçar a imagem junto do target.

«Sentimos que tínhamos de ir mais além na nossa estratégia de marketing, alinhando a comunicação inbound e outbound, definindo objetivos, personas e iniciativas concertadas

para atingirmos os resultados esperados», explica Joana Peixoto, Diretora Comercial e de Marketing da Opensoft.

«Também não estávamos a utilizar qualquer ferramenta de marketing de automação e percebemos que não poderíamos fazer um investimento em inbound marketing sem a ajuda de uma plataforma que permitisse criar, acompanhar e avaliar as diferentes atividades», acrescenta a responsável.



## SOLUÇÃO

A OUTMarketing foi o parceiro selecionado pela Opensoft, por ter a clara vantagem de **«ser uma empresa de marketing especializada na nossa área de negócio»**, salienta Joana Peixoto. **«Acreditamos que é uma grande mais-valia para estarmos alinhados em relação às ações a implementar»**, aponta.

A definição da estratégia de inbound, nomeadamente a identificação das personas e da sua jornada de compra, permitiu que a equipa de marketing da Opensoft desenvolvesse uma estratégia de inbound assertiva e mais concertada. **«Tudo o que comunicamos faz parte de uma estratégia global e tem por base as características, desafios e objetivos específicos do nosso público-alvo. Os conteúdos que promovemos estão alinhados com a jornada das diferentes personas identificadas e com a estratégia e metas comerciais. O objetivo é conseguir atrair potenciais clientes, indepen-**

**dentemente de quererem ou não adjudicar já um projeto, assumindo depois o relacionamento um papel fundamental»**.

A parceria com a OUTMarketing permitiu assim comunicar com os diferentes públicos-alvo identificados, atraindo-os ao website, convertendo-os em leads e nutrindo-os ao longo do tempo com conteúdos úteis e valiosos para o seu dia-a-dia. Desta forma, a Opensoft tem conseguido transmitir como é a solução certa para responder com sucesso aos seus desafios.

**«Com as bases e a estratégia definidas em conjunto, conseguimos implementar autonomamente as várias ações de forma muito mais eficiente, contando com a OUTMarketing como extensão do nosso departamento de marketing, nomeadamente para a produção de conteúdos e assessoria de imprensa»**, explica Joana Peixoto.



## RESULTADOS

Entre os vários benefícios da relação com a OUTMarketing, a Opensoft destaca o apoio no cumprimento do plano de marketing e comunicação, nomeadamente a criação de whitepapers, infográficos e ebooks, a presença frequente nos media e a geração contínua de novos leads.

**«A OUTMarketing tem sido uma mais valia para a equipa de marketing da Opensoft. A partilha de boas práticas e de inputs relevantes, assim como a sugestão proativa de melhorias são uma constante, facto que valorizamos muito. Além disso, a proximidade e a capacidade e qualidade de resposta têm feito desta parceria uma aposta ganha. O principal resultado prático é o número de notícias publicadas nos media e de leads interessados nas nossas comunicações e serviços»**, destaca Joana Peixoto. Estar em permanente contacto com clientes e potenciais clientes através do meio

digital, com iniciativas segmentadas e personalizadas, é apontada como uma clara mais-valia.

**«Neste momento, a OUTMarketing é um parceiro que, além de nos ajudar a concretizar as ações de marketing que planeamos, está sempre disponível para nos apoiar a melhorar a forma como atraímos e nutrimos os nossos leads. É também uma boa fonte para nos mantermos atualizados sobre as tendências mais recentes na área»**, acrescenta.

O futuro passará pela continuação da aposta no canal digital, uma vez que é a partir dos conteúdos disponibilizados que tem sido possível conquistar e manter a relação com as leads. **«Para concretizar esta estratégia, continuaremos a confiar na OUTMarketing para garantir o sucesso das várias ações planeadas»**, sublinha Joana Peixoto.



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)



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)