

# XPAND IT MELHORA ESTRATÉGIA DE INBOUND MARKETING COM O CONHECIMENTO ESPECIALIZADO DA OUTMARKETING



## NÚMEROS-CHAVE EM 5 MESES:

**6** áreas de negócio com processos e fluxos de lead nurturing estruturados

**12** palavras-chave nas 3 primeiras posições do Google e 17 na primeira página

**100%** crescimento de visitas ao site a partir da pesquisa orgânica (2500 para 5800 mensalmente)

**700** novos leads convertidos em formulários

**35** oportunidades

A Xpand IT necessitava de agilizar, otimizar e automatizar os processos da sua estratégia de Inbound Marketing, desde a atração de visitantes relevantes ao website até à sua conversão em leads, qualificação e relação ao longo do tempo até estarem prontos para se tornarem uma efetiva oportunidade de negócio. Os serviços de consultoria especializada da OUTMarketing e a plataforma de automação da RD Station foram as duas peças que permitiram enriquecer e completar o “puzzle” desta área.



## DESAFIO

A Xpand IT, tecnológica focada em BI & Analytics, Middleware e Desenvolvimento de Software para o mercado global, precisava de um parceiro que a apoiasse a estruturar a abordagem de Inbound Marketing já iniciada, mas que ainda não estava madura do ponto de vista processual. Era preciso consolidar e integrar todas as iniciativas, de modo a que os vários intervenientes pudessem ter uma melhor visibilidade dos resultados gerados e pudessem agir sobre eles.

**“Dado o know-how específico no setor das Tecnologias de Informação, a experiência nas boas práticas do Inbound Marketing e a relação anterior, foi com naturalidade que confiámos na OUTMarketing. Por outro lado, verificámos que a plataforma de automação RD Station sugerida respondia ao que nos faltava para acelerar, potenciar e avaliar as ações, ao integrar num**

**único sistema de simples utilização uma visão centralizada sobre todo o universo digital da empresa e os potenciais clientes que gravitam à volta deste”,** salienta Paulo Lopes, CEO da Xpand IT.



## SOLUÇÃO

Para responder ao desafio da Xpand IT, a OUTMarketing prestou um serviço de consultoria e de implementação do RD Station que teve a duração de 3 meses. Os trabalhos iniciaram com um brainstorming conjunto em termos de análise SWOT (pontos fortes/fracos da empresa e oportunidades/ameaças do mercado) e definição dos fatores de diferenciação, bem como das mensagens-chave a passar, apostas em termos de oferta e objetivos de marketing/comerciais.

De seguida o foco foram as personas da Xpand IT, que serviram como base de toda a futura produção e partilha de conteúdos, ou seja, a caracterização

**“Contamos com o know-how da OUTMarketing para nos apoiar em desafios futuros, procurando os seus inputs e consultoria para aquilo que serão as novas iniciativas digitais da Xpand IT.”**

Paulo Lopes, CEO da Xpand IT



socio-demográfica e a identificação dos problemas/ambições/objeções dos seus interlocutores-tipo. Passou-se depois para a avaliação das palavras-chave importantes para o negócio a contemplar nas diferentes comunicações, para que quando forem pesquisadas mais facilmente a empresa seja bem ranqueada pelos motores. Foi igualmente efetuada uma análise ao website com sugestões de melhoria, quer ao nível de navegação quer ao nível do conteúdo e imagem. As diferentes páginas que o compõem foram então otimizadas em termos de SEO de acordo com as palavras-chave prioritizadas. Finalmente, foi construída a jornada de compra, com a sugestão de títulos para os diferentes tipos de conteúdo (blog, eBooks, infográficos, webinars), direcionados para responder a cada desafio de cada persona e nos diferentes estágios em que podem chegar ao website (aprendizagem e descoberta, reconhecimento do problema, consideração da solução e decisão de compra), utilizando as palavras-chave.

Ainda antes da configuração da plataforma RD Station, foi também definido o lead scoring, isto é, quais os campos que devem constar nos formulários, respetiva ponderação para ser possível qualificar o lead (no que respeita ao seu perfil – por exemplo: setor e função) e quais as ações ao longo da relação que devem ser pontuadas e de que forma (no que respeita ao seu interesse) - por exemplo: abertura/cliques em emails, visitas a páginas do site, conversões efetuadas, fluxos iniciados/concluídos.

**“De entre toda a mais-valia trazida pela OUTMarketing, destaco sobretudo a definição processual. Aquilo que eram processos menos maduros, passaram a ter um fio condutor e uma visão comum a toda a estrutura de Marketing e Sales. Valorizamos muito toda a experiência em Inbound Marketing e know-how específicos do ramo de IT, assim como a grande disponibilidade e proatividade”,** salienta Paulo Lopes.

Com a estratégia e os processos estruturados, estava então na altura de materializá-los e automatizá-los com a plataforma de marketing tudo-em-um RD Station. Foi efetuado o setup, criadas as integrações, construídos os primeiros emails, formulários, fluxos e segmentações, e dada formação para que a Xpand IT pudesse gerir e tirar o máximo partido do RD Station de forma autónoma.

**“Em todo este caminho, a OUTMarketing funcionou como uma extensão do nosso departamento de Marketing. Todos os elementos da equipa interna e externa interagiram de forma muito próxima e com o mesmo compromisso e foco nos resultados. A passagem de conhecimento, quer das melhores práticas de Inbound Marketing quer da própria plataforma, foram também uma grande mais valia para a Xpand IT”,** acrescenta Paulo Lopes.





## RESULTADOS

A colaboração com a OUTMarketing permitiu à Xpand IT ter hoje uma visão de marketing muito mais sustentada e que possibilitou um commitment maior por parte da organização naquilo que é o desenvolvimento e a aplicação prática da estratégia para esta área.

**“É aqui que se nota efetivamente uma mudança para melhor, aquilo que nos traz uma maior segurança para o que serão os resultados futuros. Estamos muito satisfeitos porque conseguimos solidificar a metodologia e obter um alinhamento transversal do que é a nossa estratégia de conteúdos, de lead generation e de lead nurturing”,** realça Paulo Lopes.

O futuro passa por alargar a metodologia implementada a mais áreas de negócio da empresa. **“Contamos com o know-how da OUTMarketing para nos apoiar em desafios futuros, procurando os seus inputs e consultoria para aquilo que serão as novas iniciativas digitais da Xpand IT”,** conclui Paulo Lopes.

### Em resumo:

- 6 áreas de negócio com processos e fluxos de lead nurturing estruturados
- Centralização da informação de prospects para as áreas de Sales e Marketing
- Melhorias nos diversos indicadores de Marketing
- Visibilidade das interações de prospects com o universo digital da Xpand IT, com acesso ao histórico de cada um na sua relação com a Xpand IT, para a melhor tomada de decisão e para uma abordagem comercial mais consultiva e fundamentada
- Qualificação de leads perfeitamente delineada
- Processos de Inbound Marketing solidificados
- Comunicações mais eficientes, personalizadas e segmentadas

**xpandit**

Como empresa global, especialista em BI & Analytics, Big Data, Enterprise Middleware, Mobilidade Empresarial e Colaboração & Desenvolvimento de Software, a Xpand IT tem uma vasta oferta de produtos e serviços usados pelas principais empresas da Fortune 500. Com uma postura de honestidade e cooperação para com mais de 200 clientes na área de serviços e mais de 5000 que utilizam os produtos em 76 países, a Xpand IT é reconhecida pelo seu know-how tecnológico e “Paixão pela Excelência”.

Mais informação em <https://www.xpand-it.com/>

 **OUTMarketing**

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)