

# Guia completo para uma estratégia de automação de marketing



---

Introdução .....	3
Como funciona a automação de marketing? .....	5
Por que a automação é importante? .....	7
Quais as plataformas para a automação de marketing? .....	9
Qual o passo a passo para implantar a automação de marketing? .....	13
Como ter uma automação de marketing de sucesso? .....	18
Conclusão .....	23
Sobre o Sebrae PE .....	25

A man and a woman are standing in a library, looking at a tablet together. The man is on the left, wearing a blue shirt and dark pants, holding a pen. The woman is on the right, wearing a blue and white striped shirt and beige pants, holding a notebook. The background shows bookshelves filled with books. The word "Introdução" is written in large black letters across the center of the image.

# Introdução

Uma equipe de marketing lida com uma variedade de desafios cotidianos, incluindo: atração de clientes, segmentação de leads, envio de mensagens, gestão das redes sociais e campanhas específicas. **Nesse sentido, a automação surge como uma luz no fim do túnel**, oferecendo suporte em todas essas tarefas.

Este e-book foi criado para ajudar você a compreender como a automação de marketing pode facilitar a rotina de um negócio e liberar a equipe para focar em outras atividades. Continue lendo para saber mais!



A photograph of two men in a modern office environment. One man, wearing a brown jacket, is pointing at a laptop screen. The other man, wearing glasses and a white t-shirt, is looking at the screen. The background shows a desk with a plant and another person working. The text is overlaid on a semi-transparent white box in the center of the image.

**Como funciona  
a automação  
de marketing?**

A automação de marketing é uma estratégia que utiliza tecnologia para otimizar e simplificar as operações de marketing. Ela envolve o uso de um ou mais softwares para automatizar tarefas rotineiras da equipe de marketing e, por vezes, de outros departamentos, como o setor de vendas.

Ao implementar estratégias de automação de marketing, as empresas podem não apenas economizar tempo e recursos, mas também melhorar a qualidade das interações com seus clientes, impulsionando o crescimento sustentável a longo prazo.



Considere, por exemplo, o tempo gasto na criação de um e-mail que agrade a uma ampla audiência e, em seguida, no envio deste a uma grande lista de contatos. Programar um sistema para realizar essas tarefas automaticamente potencializa a escalabilidade e a rentabilidade das atividades do seu negócio.

A automação de marketing também é eficaz na [fidelização de clientes](#), permitindo o envio de mensagens personalizadas para quem já adquiriu seus produtos ou serviços.



A man with glasses and a woman in business attire are sitting at a wooden table, looking at a laptop. The man is leaning over the woman, who is typing on the laptop. The background is a blurred office setting with plants.

**Por que a  
automação é  
importante?**

A automação de marketing facilita e melhora o relacionamento com a clientela por meio da nutrição de leads, por exemplo. Ela também utiliza ferramentas próprias não só para disparos de e-mails, mas também para publicar conteúdo em blogs e [redes sociais](#).

Se você perceber que o pico de acessos em sua página ocorre às 16 horas em diferentes dias da semana, por exemplo, pode configurar sua plataforma de automação para publicar novos conteúdos nesse horário.

A automação também facilita diversas outras tarefas, como:

- **pré-venda**, com o envio de promoções e informações relacionadas a novos produtos;
- **atendimento ao cliente**, uma vez que é possível automatizar o envio de mensagens por meio de ferramentas conversacionais, como chatbots, WhatsApp e SMS, aumentando a eficiência das respostas;
- **coleta de dados**, com plataformas centralizando informações para gerar relatórios, dashboards e insights valiosos para o empreendedorismo e as estratégias de negócios;
- **personalização da comunicação** de acordo com o estágio do funil em que os leads se encontram;
- **segurança da informação**, com softwares que utilizam criptografia e protocolos de segurança para proteger dados;
- **maior geração de leads qualificados**, uma vez que máquinas são capazes de trabalhar 24 horas por dia e 7 dias por semana para gerar melhores resultados.



A man with glasses and a beard, wearing a white shirt, is sitting at a desk in a bright office. He is talking on a mobile phone held to his ear with his left hand, while his right hand is on a laptop keyboard. The desk is cluttered with a keyboard, a mouse, a calculator, and some papers. A large window in the background shows greenery outside, and a potted plant is visible on the left. A desk lamp is on the right.

**Quais as  
plataformas para  
a automação  
de marketing?**

Uma plataforma de automação de marketing é, em essência, um software que geralmente opera com base em assinaturas mensais. Esse sistema não só automatiza tarefas, mas também centraliza dados e fornece insights valiosos sobre o processo de vendas.

O diferencial dessas plataformas é a capacidade de permitir que o usuário estabeleça as próprias regras de automação. Com elas, é possível criar fluxos de automação, que são sequências de ações automáticas disparadas por gatilhos definidos pelos gestores.



Essas plataformas são projetadas para mover um lead de um estágio a outro no funil de vendas. Você pode desenvolver fluxos de automação personalizados para diferentes clientes e estágios do funil. Veja alguns exemplos:

- **fluxo de nutrição;**
- fluxo de ativação;
- fluxo de abandono de carrinho;
- fluxo de *upsell* e *cross sell*;
- fluxo de indicações.



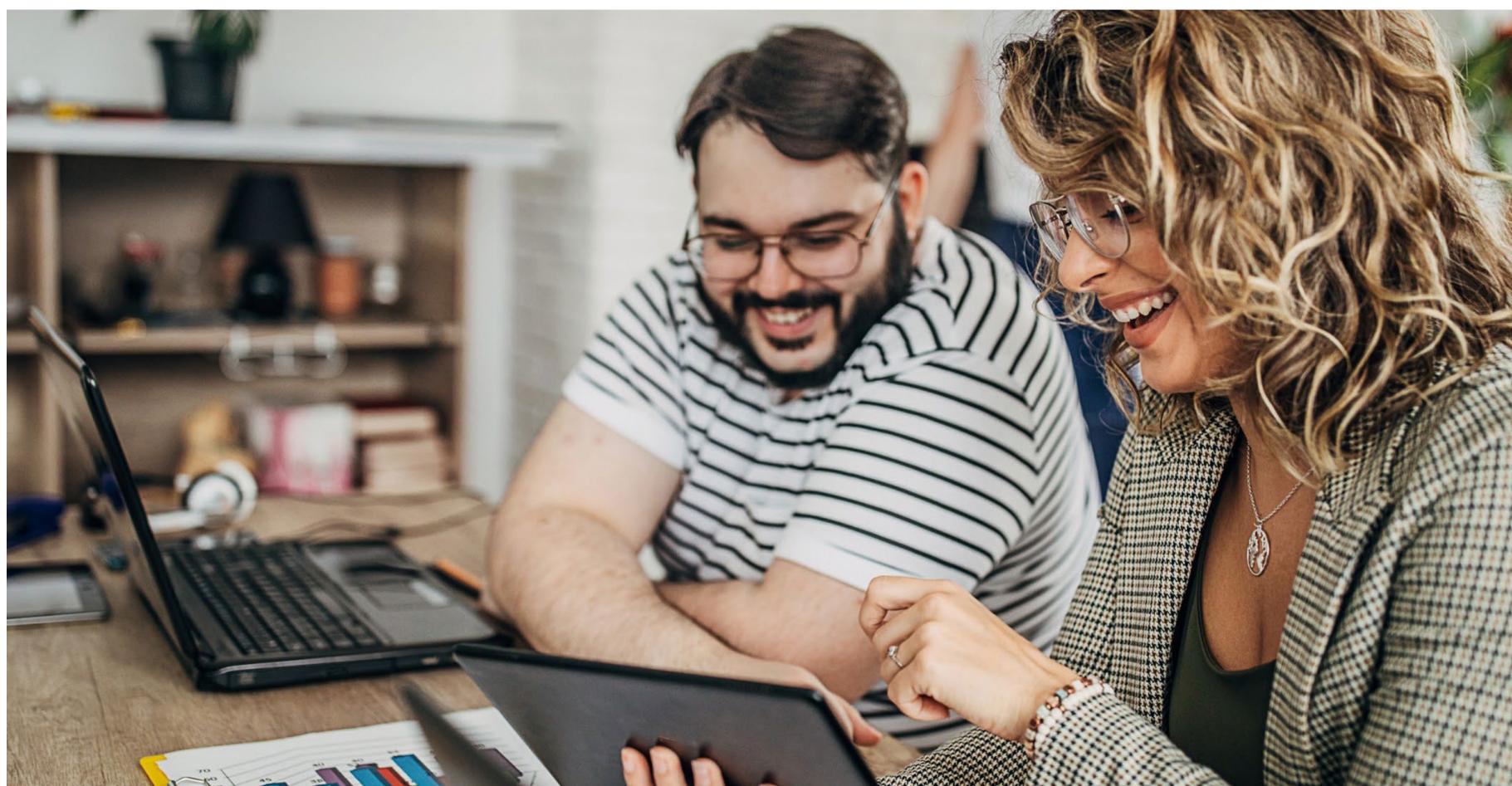


Entre todos esses, o fluxo de nutrição costuma ser o mais conhecido, pela capacidade de disparar e-mails e mensagens, atuando principalmente no meio do funil — desde o momento em que o usuário informa seus dados até a segmentação mais avançada. Quanto às plataformas, algumas das mais renomadas incluem:

- **[HubSpot](#)**: uma das mais populares globalmente, oferece segmentação de listas, chat para atendimento, dashboards, relatórios e monitoramento em tempo real de e-mail marketing e conversões, entre outras funcionalidades;
- **[RD Station](#)**: desenvolvida pela empresa brasileira Resultados Digitais, permite o envio de e-mail marketing, otimização de conteúdo para SEO, criação de landing pages, gestão de mídias sociais e de contatos, entre outras funcionalidades;

- [E-goi](#): criada por desenvolvedores portugueses, é uma opção robusta para quem prefere trabalhar em português. Oferece automação para e-mail, SMS, web push, mobile push, landing pages, anúncios online, entre outros;
- [Mailchimp](#): inicialmente focada em e-mail marketing, evoluiu para uma plataforma mais abrangente, oferecendo segmentação avançada, editor de imagens, relatórios e monitoramento da jornada de compra;
- [Marketo Engage](#): parte da Adobe, disponibiliza automações em e-mail marketing e gestão de leads, relatórios, [gestão de tráfego](#) e integrações com outras ferramentas Adobe, como Experience Cloud e Analytics;
- [ActiveCampaign](#): com sede em Chicago, tornou-se referência no mercado por suas amplas possibilidades de automação e interface intuitiva.

Essas são só algumas das opções, mas existe uma infinidade de outras plataformas para experimentar. **Um ponto importante é que todas as citadas aqui oferecem integração com ferramentas de CRM.**





**Qual o passo  
a passo para  
implantar a  
automação de  
marketing?**

Entender as plataformas é um grande avanço, mas é crucial conhecer as etapas para integrar a ferramenta ao cotidiano da equipe. Acompanhe os passos a seguir.

## Planejamento

Tudo começa por [um bom planejamento](#), para que as suas decisões sejam coerentes e eficazes. Nesse primeiro momento, algumas perguntas ajudam:

- **Por que você precisa automatizar tarefas?**
- O objetivo é escalar vendas e fidelizações?
- As tarefas manuais estão consumindo muito tempo?
- Quais atividades precisam ser automatizadas?
- Quais produtos você deseja vender?

Essas questões ajudam a mapear seus objetivos e a compreender como a automação pode servir a sua empresa, preparando o terreno para os próximos passos.

## Qualificação dos contatos

Examine a base de contatos existente. Avalie se possui apenas uma lista de e-mails ou dados mais detalhados sobre os leads, como localização e área de atuação.

Dados qualificados são cruciais para segmentar a comunicação efetivamente. Determine quais informações são necessárias sobre os leads e considere coletá-las através de e-mails ou formulários para gerar novos potenciais consumidores.



## Produção de conteúdos

Antes de iniciar a automação, é vital ter conteúdo de qualidade no blog da empresa, pois ele atrai o público-alvo. Com a automação, os posts serão vinculados a CTAs que contribuem para o fluxo de nutrição.

Evite conteúdos aleatórios só para gerar volume: foque em materiais relevantes que solucionem dúvidas e posicionem sua empresa como referência. Com uma boa plataforma de automação, a produção de conteúdo se torna mais eficiente, liberando tempo antes dedicado a tarefas manuais.



## Implementação de ferramenta

Após estabelecer uma base estratégica, escolha a plataforma que melhor atende suas necessidades. Mostramos as principais opções do mercado no tópico anterior, e a maioria oferece uma demonstração grátis. Isso é valioso para conferir aquelas nas quais você terá mais facilidade.

Assim que contratar uma plataforma, realize o treinamento da equipe — que pode ser oferecido pelos próprios provedores, a depender da situação. Desse modo, você garante que um bom número de pessoas aprenda a usar os recursos, maximizando a produtividade.

## Geração de leads

Um dos grandes benefícios de automatizar atividades de marketing é a capacidade de monitorar e mensurar todas as ações do funil de vendas.

Com a ferramenta configurada, foque na geração de leads para aumentar as oportunidades de venda. Intensifique a produção de conteúdo, otimize para motores de busca (SEO), desenvolva landing pages, engaje-se nas redes sociais e invista em mídia paga.

Essas ações atraem visitantes e leads, mas devem ser acompanhadas por formulários estrategicamente posicionados para coletar dados e converter visitantes em potenciais clientes.



## Avaliação e melhorias

Um dos grandes benefícios de automatizar atividades de marketing **é a capacidade de monitorar e mensurar todas as ações do funil de vendas.**

As plataformas oferecem indicadores de desempenho que auxiliam na análise de taxas de conversão e identificação de pontos a serem aprimorados.

Utilize ferramentas como testes A/B para comparar estratégias e aprender com os resultados. Esse processo facilita a eliminação de erros e a otimização contínua da estratégia de marketing.



E quando falamos em “plataforma tecnológica” é porque ela vai muito além do simples disparo de mensagens. As melhores opções do mercado oferecem indicadores de desempenho para a sua estratégia, para serem aplicados nas taxas de conversões e nos pontos fracos que precisam ser reforçados.

Um exemplo é o chamado teste A/B, em que você pode comparar o antes e o depois de uma determinada estratégia. Com esse aprendizado, será bem mais fácil eliminar erros recorrentes e entranhados na cultura organizacional da empresa até então.





**Como ter uma  
automação  
de marketing  
de sucesso?**



Para fechar nosso e-book com chave de ouro, vamos explorar algumas dicas para que o seu processo de automação de marketing seja bem-sucedido. Isso envolve uma boa definição de objetivos, ajustes em processos, personalização de conteúdos, segmentação e monitoramento.

## Tenha objetivos claros

Para que a estratégia de automação seja efetivamente adotada pela empresa, é fundamental que todos os membros da equipe compreendam os objetivos e os procedimentos a serem seguidos. Estabeleça metas transparentes para que todos os envolvidos percebam a relevância da automação e como ela pode impulsionar os resultados.

Uma dica adicional é: incluir métricas específicas para medir o sucesso da automação, como taxas de conversão, engajamento do cliente e aumento nas vendas. Isso proporcionará uma base tangível para avaliar o desempenho.



## Modifique processos conforme necessário

A implementação da automação é uma oportunidade para **revisar e renovar estratégias**. Evite simplesmente transferir práticas antigas para a nova plataforma, pois isso pode perpetuar processos ineficazes.

Promova a colaboração entre as equipes de marketing e vendas, que são diretamente impactadas pela automação. Juntas, elas podem desenvolver novos conteúdos e estratégias de SEO. Utilize os relatórios gerados pela plataforma para informar e aprimorar as estratégias.

Realize treinamentos regulares para garantir que a equipe esteja atualizada sobre as funcionalidades da ferramenta de automação e incentive a inovação contínua nos processos.

## Personalize os conteúdos

Com a automação otimizando a geração de leads, personalize o conteúdo para cada estágio do funil, garantindo que ele ressoe com o público certo. Vá além de textos genéricos e padronizados, especialmente em e-mails, e abandone mensagens que não geram o impacto desejado.

Utilize dados comportamentais e preferências do cliente para ajustar dinamicamente as mensagens, proporcionando uma experiência mais relevante e personalizada em todos os pontos de contato.





## Trabalhe na segmentação

Alguns [empreendedores](#) torcem o nariz para essa ideia, já que acreditam que os disparos de mensagens e posts genéricos podem agradar a todos. Mas a verdade é que a segmentação é essencial para aumentar a eficácia das mensagens e posts. Mensagens personalizadas têm maior probabilidade de sucesso, resultando em mais aberturas de e-mails, cliques e conversões.

Utilize critérios específicos de segmentação, como comportamento de compra, localização geográfica e interesses, para direcionar mensagens altamente relevantes a públicos específicos. Isso pode ser facilitado pelas plataformas de automação de marketing.



## Monitore os resultados

Embora a automação libere os [colaboradores](#) para tarefas mais estratégicas, ela não é uma solução completa se for usada sozinha. Mantenha um diálogo com a equipe para analisar os dados gerados e realizar ajustes necessários, identificando pontos fortes e áreas de melhoria.

Estabeleça uma rotina de revisão de relatórios e promova reuniões periódicas para discutir os resultados, compartilhar insights e implementar mudanças com base nas análises. Isso garantirá uma otimização contínua do processo de automação.



A pregnant woman with dark dreadlocks is smiling while looking at a laptop. She is wearing a light-colored blazer over an orange turtleneck. The background is filled with green plants. The word "Conclusão" is written in large, bold, black letters across the center of the image.

# Conclusão

A automação de marketing é fundamental para otimizar as campanhas e atividades desempenhadas na sua empresa. Vale ressaltar que, embora ela seja comumente vista como como sinônimo de campanhas automáticas de e-mail marketing, ela vai muito além disso. Outras funcionalidades incluem:

- gestão de mídias sociais;
- mensuração e análise de resultados de campanhas;
- nutrição ágil de leads existentes;
- criação de campanhas de e-mail marketing para segmentos específicos;
- geração de relatórios detalhados;
- integração com ferramentas de CRM.

A estratégia de automação será mais acertada se você colocar o cliente no centro das suas atividades. Desse modo, é possível mapear seus interesses, traçar padrões de compras e oferecer produtos e serviços cada vez mais personalizados. **Dê esse passo, e boa sorte!**





---

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é uma entidade privada desenvolvida com o intuito de auxiliar os empreendedores na gestão e no crescimento dos negócios. Temos unidades em todo o território nacional e ampla experiência de mercado.

Buscamos construir oportunidades em conjunto, oferecendo capacitações, oficinas, consultorias e diversos serviços para auxiliar empresários a alcançarem prosperidade nos negócios. Atuamos nas frentes de fortalecimento do empreendedorismo e no estímulo à formalização dos negócios, buscando a criação de soluções criativas junto aos empresários.