CONECTAMOS MENTES E NEGÓCIOS

Go-to-Market em B2B: Negociar com empresas, comunicar com pessoas

MARTECH digital

A AGÊNCIA DE MARKETING E COMUNICAÇÃO B2B

SOBRE NÓS

Somos a Agência de Marketing e Comunicação do mercado B2B.

Na Martech Digital oferecemos **consultoria estratégica** para empresas que procuram impulsionar os seus negócios através da Transformação Digital.

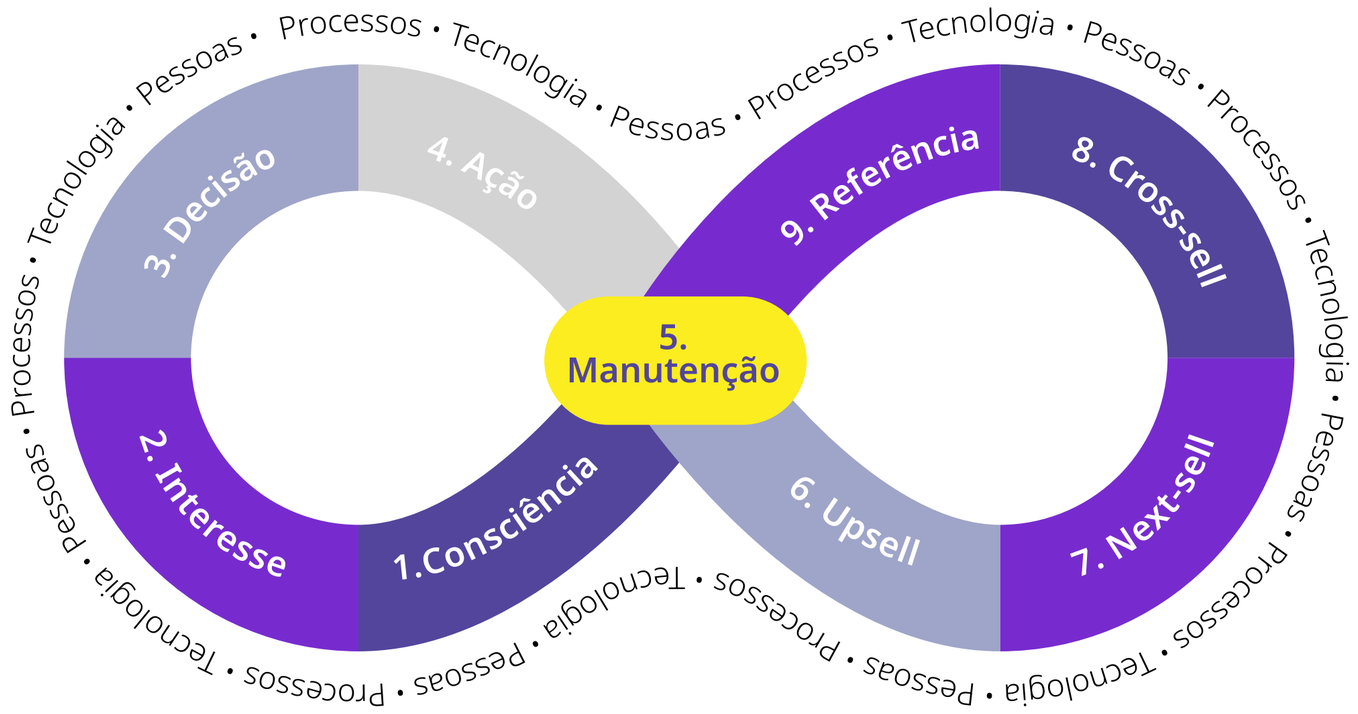
Temos uma **equipa experiente**, com conhecimento profundo dos desafios do segmento B2B e oferecemos **soluções de Marketing e Comunicação personalizadas** e adaptadas às necessidades específicas de cada cliente.

Através de um trabalho estratégico e focado, ajudamos empresas a **posicionar-se no mercado, conquistar autoridade e notoriedade, e alcançar resultados** concretos.

Podcast Brainstorming - Observador

ABORDAGEM MARTECH DIGITAL

A visão estratégia da Martech Digital baseia-se no **ciclo infinito da jornada de compra** e assenta na **metodologia Inbound Marketing** que une **Processos, Tecnologia e Pessoas:**



B2B: UM MUNDO DE EMPRESAS, MAS COM PESSOAS POR TRÁS

MARTECH digital

MARKETING B2B É ESTRATÉGIA

- No B2B as vendas são longas e complexas
- As decisões de compra são mais racionais, estratégicas e com visão a médio-longo prazo
- O Marketing B2B educa, constrói confiança e nutre os seus leads/clientes ao longo dos ciclos de decisão
- O processo de compra envolve vários interlocutores do lado do cliente

No B2B falamos com pessoas nos processos de decisão:

- Múltiplos decisores e com diferentes expectativas
- As decisões de compra têm um misto de racionalidade com emoção (medo de errar, necessidade de reconhecimento e visão de futuro)

Estudo Panorama do Marketing B2B em Portugal

O QUE É AFINAL UMA ESTRATÉGIA GO-TO-MARKET?

01 **SEGMENTAÇÃO DE MERCADO**

02 **PROPOSTA DE VALOR CLARA**

03 **ESTRATÉGIA DE CANAIS ONLINE E OFFLINE**

04 **ALINHAMENTO ENTRE EQUIPAS**

GTM ≠ Campanha:

É um plano coordenado para lançar, posicionar ou escalar uma oferta no mercado.

GTM não é só sobre “vender mais”. É sobre alinhar negócio, equipas e experiência do cliente.

Ana Barros | Martech Digital

SEGMENTAÇÃO DE MERCADO

MARTECH digital

IDEAL CUSTOMER PROFILE (ICP) E PERSONA

Em B2B comunicar bem já não basta.
Entrar no mercado com eficácia exige estratégia, empatia e alinhamento.

Conceito	O que é	Para que serve
ICP	Tipo de empresa ideal (setor, dimensão,faturação, maturidade, localização, modelo de negócio)	Define onde vamos atuar, o perfil de empresa
Persona	Pessoa real que decide ou influencia dentro da empresa	Define como e o que vamos comunicar

PORQUE DESENHAR A PERSONA?

- Humaniza a comunicação
- Permite adaptar a comunicação ao perfil de cada pessoa e aos canais de comunicação
- Facilita a criação de conteúdo relevante

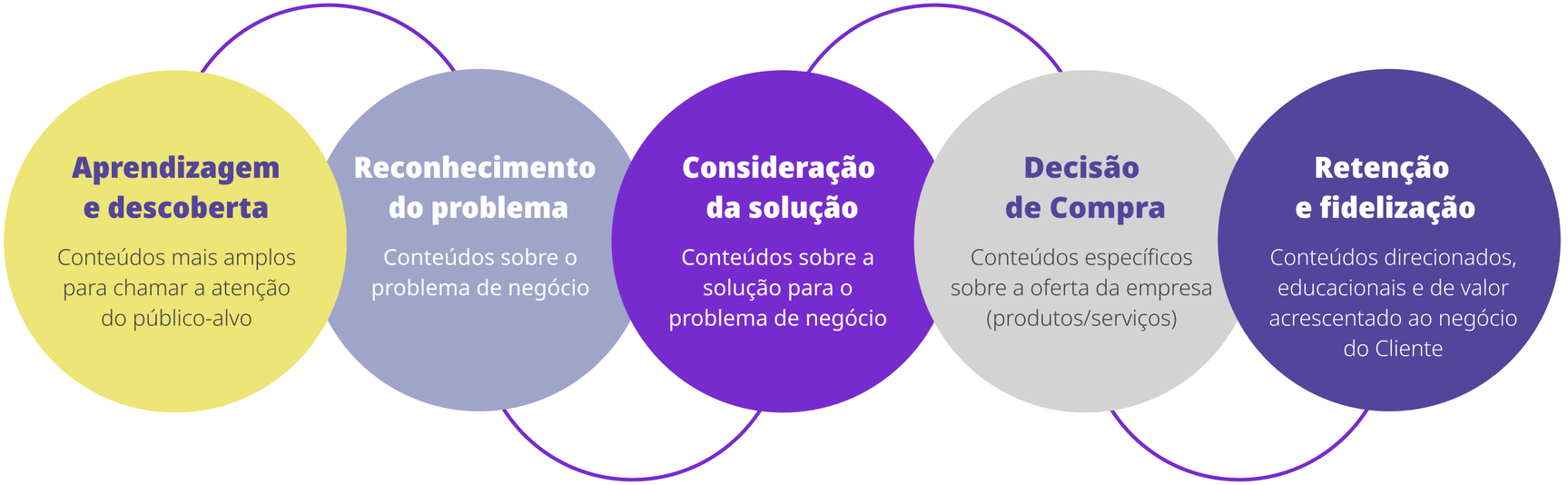
Exemplo de adaptação de tom:

- CFO: técnico e objetivo - Um CFO quer segurança e ROI
- Gestor de Operações: prático e funcional - Um gestor de operações quer eficiência
- CEO de PME: direto e relacional - Um CEO quer impacto no negócio

A comunicação tem de falar com todos!

JORNADA COMPRA CLIENTE B2B

- Visão Customer Centric
- Integração de Marketing, Vendas e Apoio ao Cliente
- Processo estratégico de planeamento, criação, distribuição e partilha de conteúdo relevante e de alta qualidade para atrair, nutrir e fidelizar Clientes
- Identificação dos touchpoints online e offline de contacto com o Cliente



FASES, EXEMPLOS E TOUCHPOINTS

Fase	O que o cliente pensa	Exemplo B2B	Touchpoints típicos
Aprendizagem e descoberta	Nem sabia que isto era um problema	Afinal os nossos métodos de pagamento são pouco eficazes	Artigos de blog, posts nas redes, podcasts, vídeos inspiracionais, notícias nos media
Reconhecimento do problema	Isto está a bloquear o nosso crescimento	Estamos a perder tempo com soluções pouco integradas	Webinars, eBooks, checklists, diagnósticos online
Consideração de solução	Quais são as opções disponíveis?	Vamos analisar fornecedores que integrem com o nosso ERP	Landing pages, estudos de caso, comparadores, conteúdos técnicos
Decisão de compra	Vamos avançar com este parceiro	Esta solução tem o melhor equilíbrio entre valor e suporte técnico	Propostas comerciais, reuniões, trials, onboarding guiado
Retenção e fidelização	Escolhemos bem? E agora?	Queremos expandir esta solução para outras unidades	Newsletters, conteúdos exclusivos, suporte 1:1, check-ins trimestrais

PROPOSTA DE VALOR

MARTECH digital

PROPOSTA DE VALOR

O NÚCLEO DA ESTRATÉGIA GTM

Porque é que o meu cliente deve escolher a minha solução, e não outra?

Uma proposta de valor eficaz deve comunicar:

- **A quem** nos dirigimos (ICP/persona)
- **Que problema** resolvemos (relevante, atual, urgente)
- **Como** somos diferentes (fator distintivo)
- **Que resultado** o cliente vai obter (valor real)

Fórmula prática:
"Ajudamos [segmento/persona] que [problema ou objetivo] a alcançar [benefício principal] através de [solução específica]."

Exemplo aplicado:

"Ajudamos CFOs de PME industriais que lutam com processos manuais de faturação a automatizar as operações financeiras e a ganhar controlo em tempo real com uma solução integrada que se adapta à sua realidade."

O TOM DE VOZ NO B2B

DA ESTRATÉGIA À CONEXÃO

Porquê definir o tom de voz numa estratégia Go-to-Market B2B?

Em B2B as marcas não falam com empresas. **Falam com pessoas** em nome de empresas.
O tom de voz é o **elo entre a estratégia e a experiência de comunicação real**.

Um tom de voz bem definido aumenta:

- **A clareza** da proposta de valor
- **A confiança** no processo de decisão
- **A consistência** entre canais e equipas

FÓRMULA PRÁTICA PARA DEFINIR O TOM DE VOZ NO B2B

TOM DE VOZ = Cultura da Marca + Perfil das Personas + Estágio da Jornada

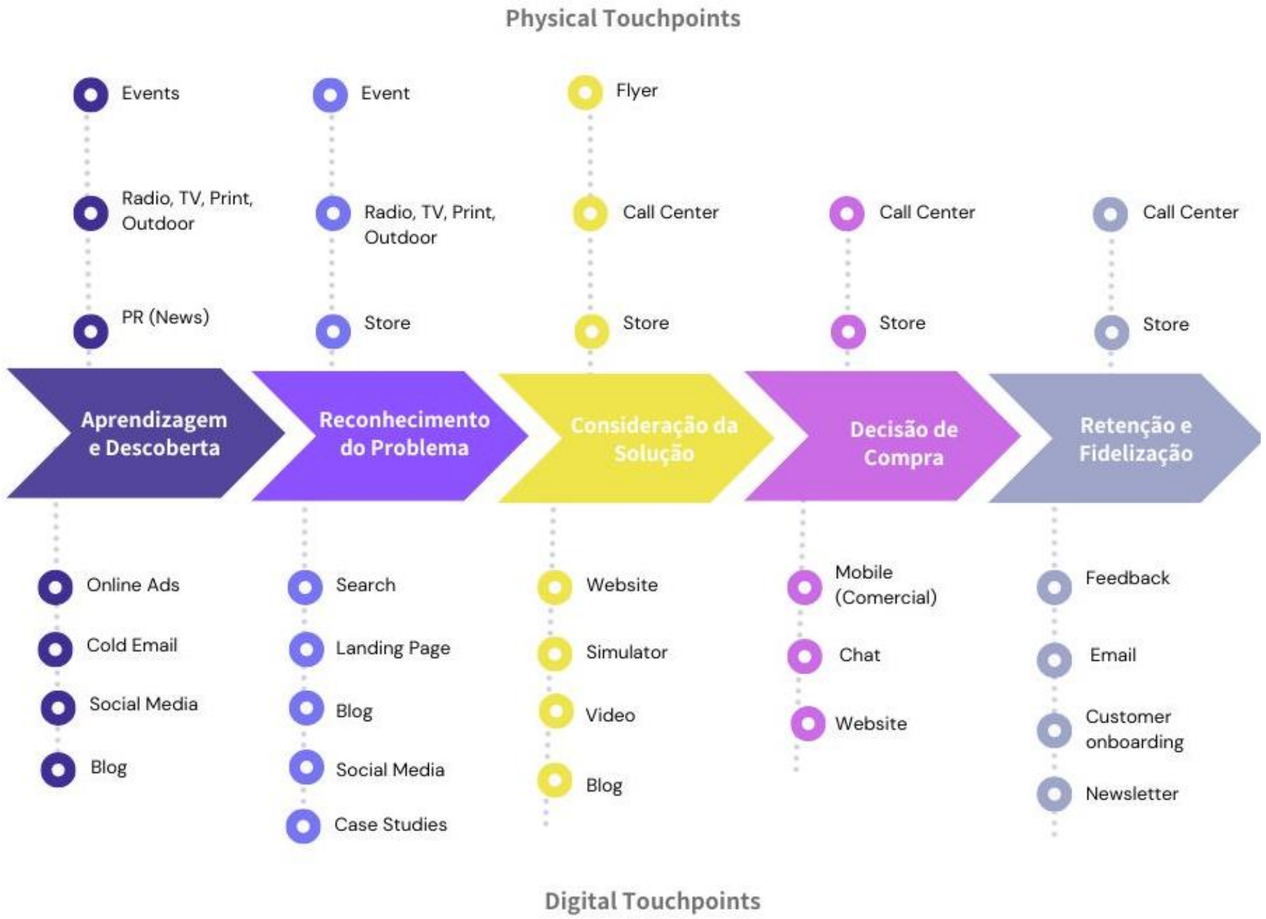
Elemento	Como aplicar
Cultura da Marca	Que valores queremos transmitir? (ex: proximidade, inovação, rigor)
Perfil das Personas	Que linguagem esperam? (ex: técnica, consultiva, emocional)
Estágio da Jornada	Que nível de detalhe é apropriado? (ex: inspirar na descoberta, ser claro na decisão)

ESTRATÉGIA DE CANAIS ONLINE E OFFLINE

MARTECH digital

CANAIS ONLINE E OFFLINE

O CLIENTE B2B CIRCULA ENTRE O DIGITAL E O FÍSICO

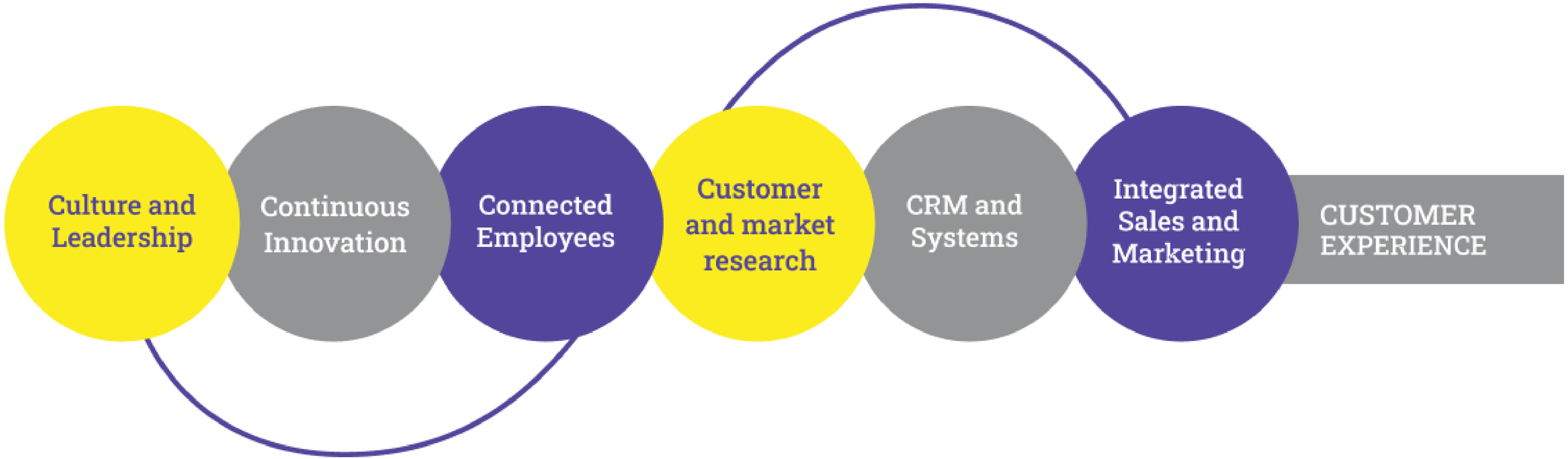


vê post no LinkedIn → está no evento → visita site → agenda reunião → decide com CFO

ALINHAMENTO ENTRE AS EQUIPAS

MARTECH digital

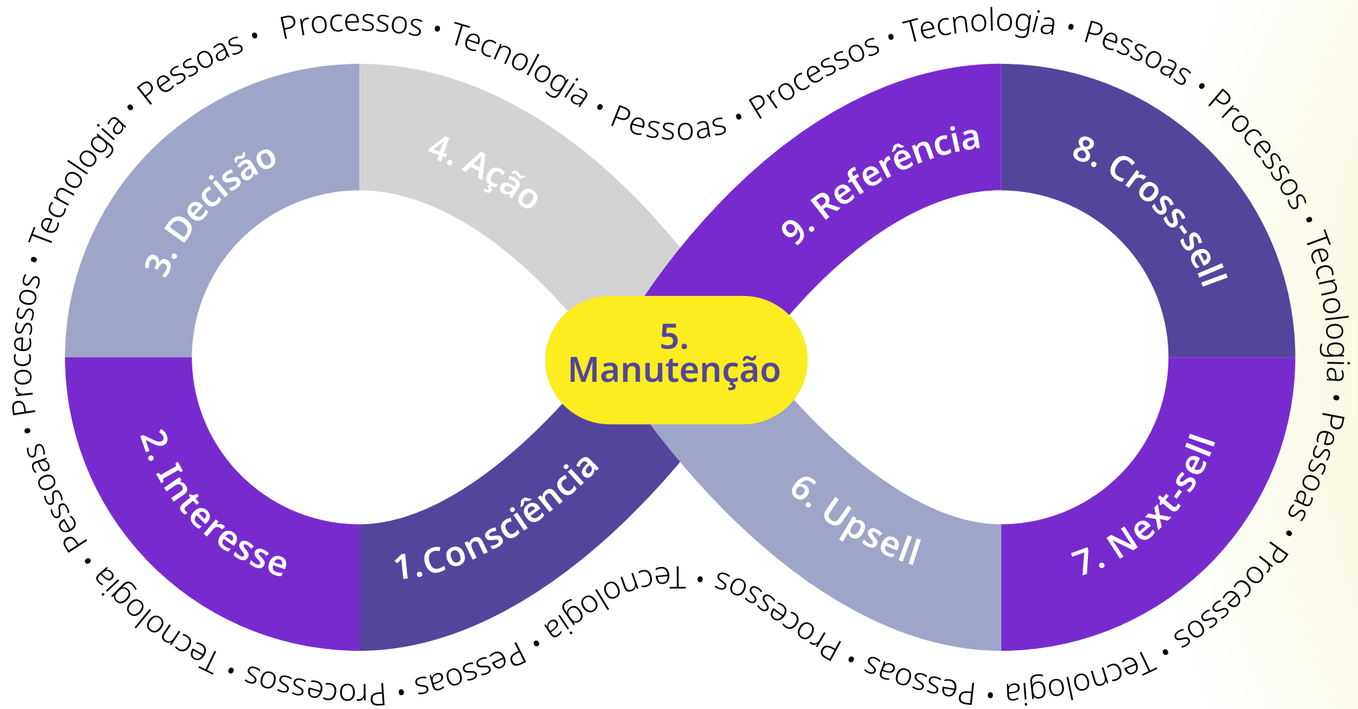
VISÃO CUSTOMER EXPERIENCE



No B2B é tão importante adquirir um novo Cliente, quanto reter um Cliente já existente.

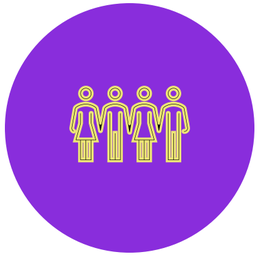
Ana Barros | Martech Digital

MODELO SUSTENTÁVEL COM RESULTADOS AO LONGO DO TEMPO

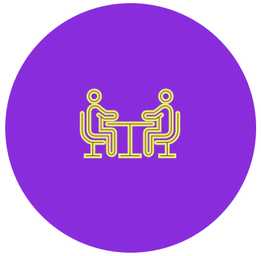


IDEIAS CHAVE PARA LEVAR

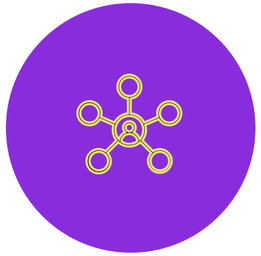
GTM é planeamento estratégico, não apenas comunicação



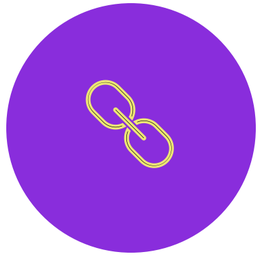
Mesmo em B2B o cliente é uma pessoa com motivações reais



3 C’s do tom de voz: clareza, confiança e consistência



O cliente é omnichannel



O segredo está em ligar conteúdo, timing e canal certo

ESTUDO PANORAMA MARKETING B2B EM PORTUGAL

UM CONVITE À TRANSFORMAÇÃO

A transformação do marketing B2B começa com **coragem**, mas exige **método**, **estrutura** e **visão**.

PERGUNTAS?

03 junho 2025 | IAPMEI

OBRIGADA

Ana Barros | CEO Martech Digital
https://www.linkedin.com/in/anarochabarros/