Quais as vantagens de integrar a equipe de TI com marketing?

A utilização de dados e informações do mercado tem figurado como uma das principais tendências dentro das organizações. Atualmente, para cada ação que se pretende desenvolver na empresa, há uma série de informações estratégicas trafegando na rede — e que podem servir de norte para a definição do melhor escopo, abordagem e ferramentas para garantir bons resultados.

Nesse cenário, o que antes parecia improvável — alinhar o setor de TI com a equipe de marketing — hoje tornou-se comum e, mais do que isso, medida de ordem para aprimorar a comunicação com o público do negócio, melhorar as estratégias de divulgação, promover o fortalecimento da marca e o alinhamento da empresa com a brand persona.

Com os avanços constantes da tecnologia e a aproximação do marketing dessa realidade — a exemplo da automação —, integrar a equipe de TI com marketing é, sem dúvidas, uma decisão positiva. Se você ainda não está certo disso, listamos, neste post, alguns motivos que o farão repensar a posição desses dois setores na sua empresa. Continue lendo e confira!

Como a integração da TI com marketing pode ajudar a empresa?

Amplia o ponto de contato com os consumidores

Não é novidade para ninguém que, hoje, grande parte das decisões empresariais é tomada com base em dados concretos, como estatísticas do mercado, análises da concorrência, entre outros. Isso é possível porque a TI já fornece os recursos necessários para a mineração de dados do Big Data.

Seguindo pelo mesmo caminho, a tecnologia também pode fazer o mesmo pelo marketing. Sistemas de análise de dados — somados a softwares de CRM, entre outras soluções — podem compor a infraestrutura necessária para que as equipes de marketing conheçam a fundo os seus consumidores.

A partir dessas informações, tudo fica mais simples. Por exemplo, é possível ampliar o ponto de interação com o público da empresa, desenvolvendo estratégias mais alinhadas com as demandas, perfil, dores e necessidades do consumidor. Além disso, o marketing digital — ferramenta de grande valia atualmente — tem o cenário ideal para trazer mais resultados.

Utiliza o Big Data para melhorar as ofertas

Conforme mencionado, o Big Data é fonte de inúmeros insights e embasa decisões em diversos aspectos das empresas. Não por outro motivo, ele também é utilizado para melhorar a competitividade do negócio a partir da oferta de produtos e/ou serviços mais alinhados com o público.

Nesse contexto, percebe-se que esse alinhamento só é possível porque a TI dá o suporte necessário para que o marketing encontre as informações de que necessita para ajustar as ações aos objetivos da empresa.

Acompanha os resultados da campanha e o seu impacto no negócio

Outro ponto que demonstra o poder da integração da TI com o marketing é a mensuração de resultados das estratégias. Vimos que a definição e a execução das ações de marketing podem ser beneficiadas pela TI, mas a interação não para por aí. A TI também permite que os resultados das estratégias do marketing sejam acompanhados, avaliados e ajustados sempre que necessário.

Mais uma vez, softwares de gestão, CRM, interaction analytics, entre outras ferramentas típicas da TI, são a base para que as equipes de publicidade e divulgação consigam mensurar as respostas das ações, avaliando, por exemplo, se o investimento está gerando bom retorno.

Garante a integração da empresa

Um dos pontos característicos da TI é o seu grande poder de integração. Permitir que a empresa opere de maneira orquestrada e alinhada é, sem dúvida, o que move os profissionais de tecnologia a buscarem novas soluções e alternativas para melhorar a comunicação interna e o tráfego das informações pelos setores que delas necessitam.

No contexto atual dos negócios, a TI já está integrada a diferentes rotinas e divisões da empresa, como recursos humanos, comunicação, vendas, finanças e outros. Garantir a integração da área de Tecnologia da Informação com o marketing só aumenta essa interação, tornando o fluxo de comunicação ainda mais eficiente e garantindo uma tomada de decisão mais direcionada para os objetivos da companhia.

Poupa tempo e recursos

Vale destacar que o alinhamento da TI com o marketing impacta — positivamente — a gestão de recursos da empresa, especialmente o tempo e o dinheiro. Isso porque as ações de marketing, quando baseadas em dados concretos, tornam-se mais precisa.

Assim, evitam-se investimentos em estratégias pouco efetivas, que demandariam mais tempo para apresentar resultados — e que consumiriam, de maneira desnecessária, o orçamento da empresa.

Como garantir o sucesso dessa integração?

Integrar a equipe de TI com o marketing não é nenhuma missão impossível, mas exige algumas medidas a serem tomadas pelos líderes e gerentes de ambos os setores. Vejamos como você pode facilitar as coisas:

Utilize a computação em nuvem

O modelo de serviços na nuvem traz uma série de vantagens para a rotina da empresa. Com foco no marketing e na TI, podemos citar:

* facilidade de utilização de uma mesma ferramenta e tarefa por diferentes profissionais, já que o acesso on-line permite isso;
* escalabilidade tecnológica — as equipes podem trabalhar com os recursos necessários;
* mobilidade — a cloud computing dispensa a presença física dos profissionais de marketing na empresa, pois eles podem operar sistemas via internet, com tablets, smartphones etc.;
* análise em tempo real — a integração trazida por plataformas de serviços na nuvem garante melhor documentação de tudo aquilo que está sendo desenvolvido. Assim, todos os envolvidos têm acesso a essas informações em tempo real, tão logo elas estejam inseridas no sistema.

Invista em Unified Communications (UC)

Com o auxílio da tecnologia, é possível unificar os diversos formatos de mídia que os colaboradores utilizam para se comunicar. A ferramenta de Unified Communications concentra — em um único local — recursos como vídeo, mensagens, comunicação por voz, entre outros.

A partir dessa solução, a empresa consegue otimizar o fluxo comunicativo, garantindo uma atuação mais ágil das equipes de contact center — tanto externa quanto internamente. Assim, interações entre os setores são mais precisas e dinâmicas. Por exemplo, suporte, vendas e marketing podem trocam informações durante o contato de um cliente.

Conheça o profissional híbrido

Dada a forte tendência que aproxima o trabalho da TI com o marketing, o mercado demanda um profissional capaz de circular bem entre essas duas áreas e que detenha conhecimentos híbridos sobre elas.

Nesse contexto, contar com esse tipo de profissional na sua empresa pode ser um reforço valioso, pois ele pode fazer a ponte entre a TI e o marketing de maneira muito mais eficiente e ágil.

A partir de seus conhecimentos, o executivo de tecnologia de marketing — como é chamado — tem a capacidade de tomar decisões precisas e com maior autonomia, já que dispõe dos conhecimentos necessários para garantir que um setor complemente o outro.

É certo que existem muitas outras medidas a serem adotadas para integrar a equipe de TI com marketing. O que buscamos, neste artigo, foi abrir os seus horizontes e chamar a atenção para a importância desse tema, demonstrando como essa integração pode beneficiar o sucesso do cliente e a qualidade das interações da sua empresa com o consumidor, tornando-a mais competitiva.

Fonte: wittel