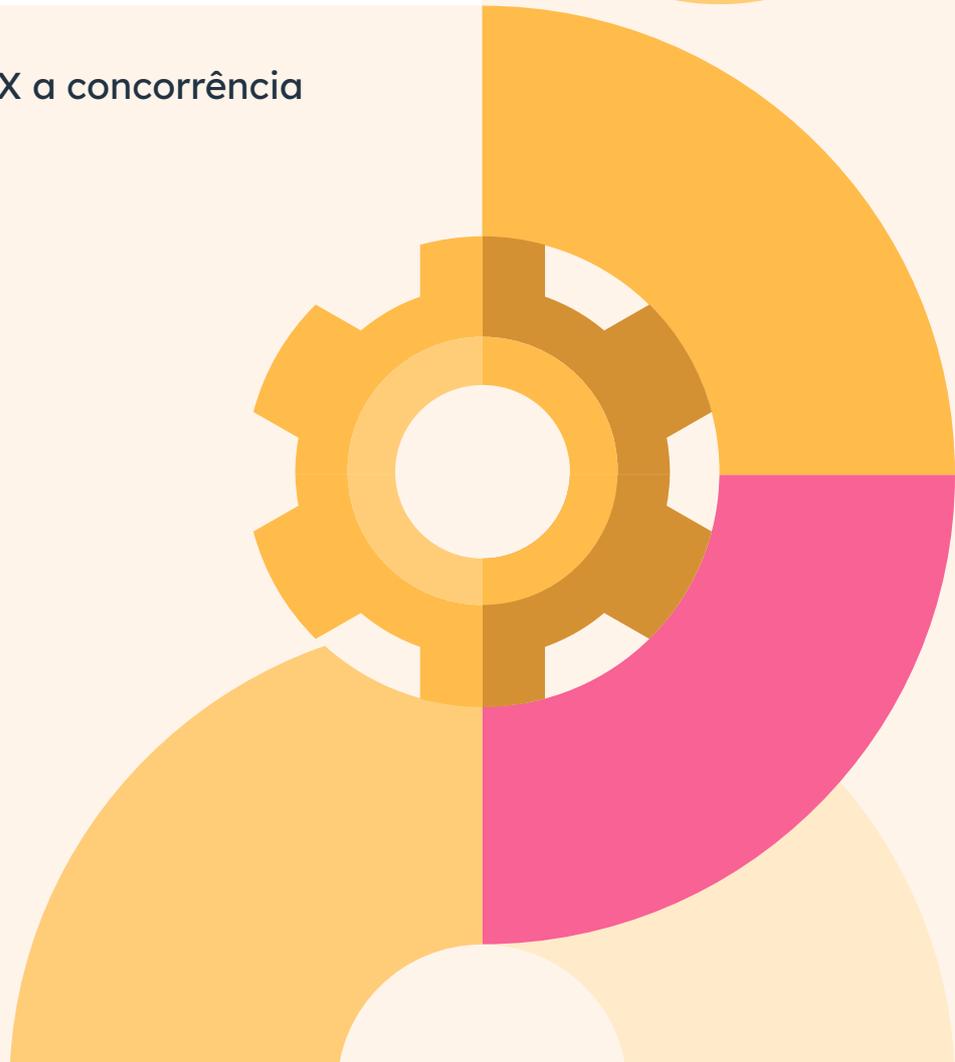
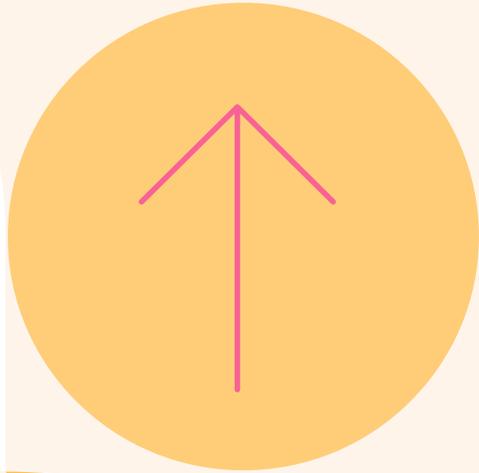


Software de automação de marketing para equipes em expansão

Guia de avaliação do comprador

Marketing Hub Enterprise X a concorrência



Resumo executivo

Se a sua pesquisa no Google por “melhor software de automação de marketing” não está retornando o tipo de análise competitiva que você procura, é compreensível.

Deveria ser fácil decidir quais ferramentas comprar. O maior acesso às informações, as opções de avaliação e as partes interessadas envolvidas no processo tornaram a introdução de novas tecnologias mais difícil do que nunca.

Depois de nos reunirmos com milhares de clientes, vemos **três desafios** para as equipes de marketing modernas que desejam oferecer experiências incríveis de ponta a ponta:



Desafio 1

Estrutura tecnológica complicada
Torna impossível acompanhar o comportamento do cliente em tempo real



Desafio 2

Competição pela atenção do consumidor
Torna difícil se destacar dos demais



Desafio 3

Dados de marketing incompletos
Na melhor das hipóteses, levam a decisões desinformadas

Opção	Custo total	Produtos necessários	Solução 1	Solução 2	Solução 3
			Eventos comportamentais personalizados	E-mail programável	Atribuição de receita multitoque
HubSpot	\$	Marketing Hub Enterprise	✓	✓	✓
Salesforce	\$\$\$	Marketing Cloud Corp	✓	✓	
		Pardot Plus			✓
Eloqua	\$\$\$\$	Eloqua Standard	✓		
		Oracle Content Marketing Basic Cloud		✓	
		Oracle Unity			✓
Marketo	\$\$\$	Marketo Engage Prime	✓	✓	✓
		Bizible*			✓
Microsoft Dynamics	\$\$\$	Dynamics 365 Marketing	✓	✓	
		Dynamics 365 Customer Insights	✓	✓	
		Power BI			✓

*O Bizible é necessário para modelos de atribuição que não sejam de divisão uniforme

Desafio 1



Sem uma única fonte de dados, você não consegue acompanhar o comportamento do cliente em tempo real em todos os sistemas nem fornecer facilmente uma experiência de alta qualidade de ponta a ponta.

Solução	Como funciona
<p>HubSpot</p> <p>Software: Marketing Hub Enterprise</p> <p>Recurso: eventos comportamentais personalizados</p> <p>Preço: \$</p>	<p>Eventos comportamentais personalizados podem ser vinculados aos contatos, que podem ser usados nas ferramentas da HubSpot (incluindo segmentação de lista, automação e a linha do tempo do CRM).</p> <p>Esta API lhe permite trazer dados de eventos de fora da HubSpot, como uso de apps e produtos, e usá-los dentro da plataforma. Será necessário um desenvolvedor para configurar.</p> <p> Dica: use o Operations Hub para integrar todos os seus dados na HubSpot e ter segmentação, direcionamento e personalização muito mais precisos, seja com as integrações sem código líder do setor da HubSpot ou integrações personalizadas criadas com automação programável.</p>
<p>Salesforce</p> <p>Software: Marketing Cloud Corp usando o Journey Builder</p> <p>Recurso: evento de API no Journey Builder</p> <p>Preço: \$\$</p>	<p>Os eventos comportamentais personalizados usam o evento de API no Journey Builder para conectar o canvas da jornada a uma API usada para admitir contatos em uma jornada. Quando a API dispara um evento, os contatos que entram na jornada são armazenados em uma extensão de dados do Marketing Cloud.</p> <p>Este tipo de evento requer algum trabalho de desenvolvimento para configurar uma API.</p>
<p>Eloqua</p> <p>Software: Eloqua Standard e o complemento Oracle Infinity Behavioral Intelligence</p> <p>Recurso: upload manual</p> <p>Preço: \$\$\$\$</p>	<p>Os eventos comportamentais personalizados devem ser carregados manualmente usando um arquivo que contenha atividade de eventos externos.</p> <p>O Oracle Infinity Behavioral Intelligence usa uma tag do Oracle CX para acompanhar o comportamento nos ativos da Oracle.</p>
<p>Marketo</p> <p>Software: Marketo Engage Prime</p> <p>Recurso: eventos de dados personalizados e personalização de sites</p> <p>Preço: \$\$</p>	<p>O recurso eventos de dados personalizados envia eventos personalizados para acompanhamento e personalização em tempo real. Ele pode ser usado para enviar dados de terceiros ou disparar seu próprio evento personalizado com base no comportamento do visitante.</p> <p>Você deve se tornar um cliente de Personalização da Web e ter a tag de RTP implantada em seu site antes de usar a API de contexto do usuário.</p>
<p>Microsoft Dynamics</p> <p>Software: Dynamics 365 Marketing</p> <p>Recurso: gatilhos de eventos personalizados</p> <p>Preço: \$</p>	<p>Usa gatilhos de eventos personalizados para realizar análises comportamentais.</p> <p>Os eventos personalizados requerem a colaboração entre os usuários de marketing e uma equipe de desenvolvedores. Esta última será responsável por integrar pequenos snippets de código nos sistemas para disparar o evento.</p>



A competição pela atenção do consumidor torna difícil se destacar dos demais.

Solução	Como funciona
<p>HubSpot</p> <p>Software: Marketing Hub Enterprise</p> <p>Recurso: e-mail programável</p> <p>Preço: \$</p>	<p>Acesse grandes quantidades de dados armazenados em um objeto personalizado (ou HubDB) e flexione facilmente esses dados em um modelo personalizável, sem precisar criar vários modelos para corresponder à segmentação.</p> <p>Os e-mails programáveis possibilitam que você use a sintaxe avançada do HubDB para individualizar totalmente seu conteúdo de e-mail em escala e fornecer informações altamente relevantes, direcionadas a públicos específicos. Fontes de dados estruturadas e objetos personalizados podem ser incluídos em e-mails programáveis.</p> <div style="background-color: #e6f2ff; padding: 10px; border: 1px solid #d9e1f2;">  <p>Dica: use o Agendamento de gatilhos no Operations Hub para enviar e-mails programáveis altamente personalizados regularmente. Se você estiver à frente do marketing de uma imobiliária, por exemplo, ajude os agentes a enviar um informativo com anúncios de imóveis personalizados toda semana. Se trabalhar em comércio eletrônico, circule um resumo mensal com recomendações de produtos personalizadas.</p> </div>
<p>Salesforce</p> <p>Software: Marketing Cloud Pro</p> <p>Recurso: conteúdo dinâmico no Content Builder</p> <p>Preço: \$</p>	<p>No Content Builder, o bloco Dynamic Content permite que o conteúdo seja exibido de acordo com regras baseadas nos atributos dos assinantes ou nos valores das colunas de extensão de dados.</p>
<p>Eloqua</p> <p>Software: Eloqua Standard e Oracle Content Marketing Basic Cloud Service</p> <p>Recurso: conteúdo dinâmico no Design Editor</p> <p>Preço: \$\$\$\$</p>	<p>Com o conteúdo dinâmico, você pode criar conteúdo de e-mail que muda de acordo com regras e condições específicas.</p> <p>Por exemplo, você pode personalizar um e-mail com as informações do representante de vendas do destinatário com base na cidade, estado, país ou região especificada no perfil do contato.</p>
<p>Marketo</p> <p>Software: Marketo Engage</p> <p>Recurso: conteúdo dinâmico usando o serviço Marketing-Insights</p> <p>Preço: \$\$\$</p>	<p>Crie uma segmentação para produzir conteúdo dinâmico no editor de e-mail.</p> <p>A Marketo inclui o seguinte aviso: “CUIDADO: o número de elementos de conteúdo dinâmico permitidos não é ilimitado. Embora não haja um limite específico para esse número (pode variar de acordo com a combinação de conteúdo), o uso excessivo de conteúdo dinâmico pode prejudicar o desempenho do e-mail. Recomendamos manter a quantidade de elementos de conteúdo dinâmico usados abaixo de 20 por e-mail.”</p>
<p>Microsoft Dynamics</p> <p>Software: Dynamics 365 Marketing e Customer Insights</p> <p>Recurso: conteúdo dinâmico no serviço Marketing-Insights</p> <p>Preço: \$\$</p>	<p>O conteúdo dinâmico usa expressões criadas pelo Assist Edit para mesclar informações do registro do contato do destinatário, inserir links especiais e incluir informações e links das configurações de conteúdo.</p> <p>Para criar conteúdo dinâmico com base em condições ou segmentações, é preciso usar programação.</p>

Desafio 3



Lacunas nos dados de marketing levam a decisões desinformadas

Solução	Como funciona
<p>HubSpot</p> <p>Software: Marketing Hub Enterprise</p> <p>Recurso: atribuição de receita multitoque</p> <p>Preço: \$</p>	<p>Escolha entre nove modelos de atribuição para reconhecer sua equipe por criar os momentos mais importantes na jornada do cliente, sem a necessidade de habilidades analíticas personalizadas.</p> <p>Em vez de analisar relatórios simples, a atribuição de receita multitoque da HubSpot possibilita identificar áreas de oportunidade de ponta a ponta. Aproveite o acesso a todas as interações que os clientes têm com sua marca, independentemente de acontecerem no seu site, em um app personalizado ou em qualquer outro canal de marketing.</p> <p>Dica: use o Marketing Hub com Operations Hub para elevar o nível dos seus relatórios. Execute campos calculados avançados em seus relatórios e acompanhe KPIs personalizados, como diferenças de data (por exemplo, tempo para o primeiro MQL), primeira conversão, taxas de engajamento de e-mail, margens de lucro e muito mais.</p>
<p>Salesforce</p> <p>Software: Pardot Plus e Salesforce (qualquer edição)</p> <p>Recurso: B2B Marketing Analytics e criador de influência de campanha</p> <p>Preço: \$\$\$</p>	<p><u>O Pardot e o Salesforce precisam ser integrados</u> usando o recurso Campanhas conectadas, e os Objetos personalizáveis de influência de campanha nas configurações do Salesforce precisam ser configurados.</p> <p>Esta solução requer:</p> <ul style="list-style-type: none">• Leads do Salesforce• Oportunidades do Salesforce• Campanhas e campanhas pai do Salesforce• Campanhas do Pardot <p>No Salesforce, os seguintes dados estão disponíveis:</p> <ul style="list-style-type: none">• Influência de cada campanha que levou ao negócio• Influência das oportunidades na campanha <p>O Pardot tem três modelos de atribuição de receita multitoque no painel B2B Marketing Analytics pronto para uso: primeiro toque, distribuição uniforme e último toque.</p>
<p>Eloqua</p> <p>Software: Eloqua Standard e Oracle Unity</p> <p>Recurso: Intelligence Workbench Editor</p> <p>Preço: \$\$\$\$</p>	<p>Parâmetros definidos para um modelo de ciência de dados de atribuição multitoque no <u>Oracle Unity Intelligence Workbench</u>.</p>
<p>Marketo</p> <p>Software: Marketo Engage Select e Bizible</p> <p>Recurso: Marketo Advanced BI Analytics OU Marketo Performance Insights OU Bizible</p> <p>Preço: \$\$\$</p>	<p>Marketo Advanced BI Analytics (\$\$\$): somente modelo de divisão uniforme.</p> <p>Marketo Performance Insights (incluído): somente modelo de divisão uniforme.</p> <p>Bizible (\$\$\$): forma em U, forma em W, caminho completo, personalizado, aprendizado de máquina etc.</p>
<p>Microsoft Dynamics</p> <p>Software: Dynamics 365 Marketing e Power BI</p> <p>Recurso: painel personalizado criado no Power BI</p> <p>Preço: \$\$</p>	<p>Sem recursos prontos para uso; requer a criação de um modelo personalizado usando um painel do Power BI.</p>

Por que equipes em expansão escolhem o Marketing Hub Enterprise?

Líder no 2021 Gartner® Magic Quadrant™ para Plataformas de Automação de Marketing B2B

[Saiba mais](#)

Com o **Marketing Hub Enterprise**, é possível



Muitas ferramentas complicadas

No passado, os profissionais de marketing precisavam contar com várias soluções de software para atingir suas metas de crescimento.

Uma única ferramenta elaborada

O Marketing Hub Enterprise permite resolver os principais desafios de escalabilidade com uma única plataforma poderosa e fácil de usar.

[Saiba mais](#)

