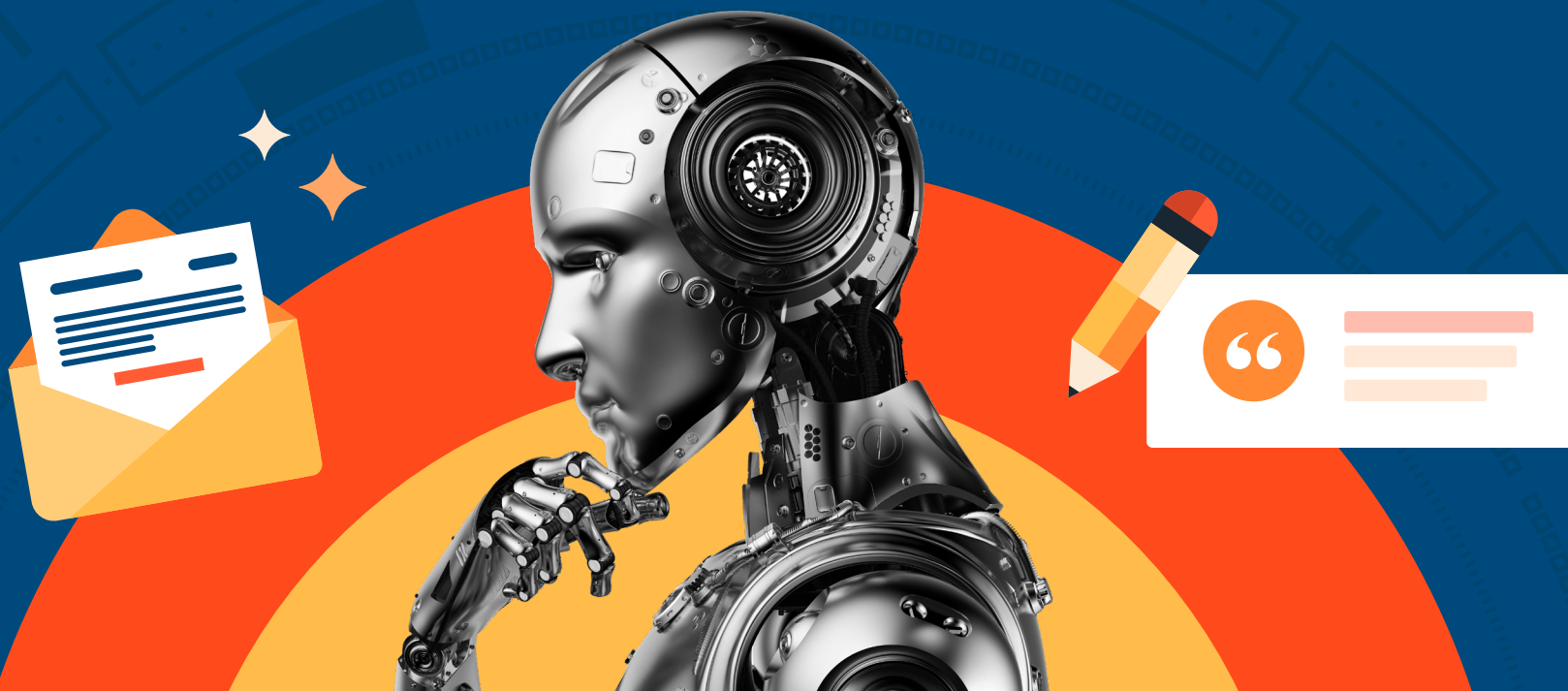


HubSpot

2023

Tendências em IA para profissionais de marketing

Como a IA está mudando o marketing e gerando um rápido
crescimento dos negócios



PREFÁCIO

O boom tecnológico da IA começou

A inteligência artificial (IA) se infiltrou no mundo do marketing e está progredindo mais rápido do que conseguimos atualizar nossos comandos. [Centenas de novas ferramentas de IA](#) estão sendo lançadas semanalmente, e tenho orgulho de dizer que nosso [ChatSpot](#) para profissionais de marketing foi muito bem recebido pela nossa comunidade.

[O ChatSpot tem sido um projeto apaixonante para mim](#): é uma ferramenta de IA completa para profissionais de marketing que aproveita o poder da HubSpot em combinação com ChatGPT, DALL-E 2, Stable Diffusion e pesquisa de palavras-chave. Isso significa que análises de desempenho da empresa, comunicação com clientes e marketing podem ser feitos em um só lugar e com muito mais rapidez.

Nossa nova pesquisa sobre IA no marketing revelou alguns dados promissores. Mais de 70% dos líderes de marketing estão observando um ROI positivo e maior produtividade dos funcionários após a implementação de ferramentas de IA. Claro que essa era minha hipótese, mas não há nada como alguns fatos frios e concretos para ajudar a fazer com que mais pessoas se interessem em fazer amizade com os robôs.

Confira o relatório e o ChatSpot e compartilhe o que você criar com essa nova ferramenta. Adoraria saber sua opinião. Atenciosamente,



DHARMESH SHAH

Fundador e diretor de tecnologia, HubSpot

INTRODUÇÃO

É hora de fazer amizade com os robôs (para empresas)



Os líderes já estão percebendo o poder da tecnologia de IA para o crescimento dos negócios. Os dados da nossa última pesquisa revelaram que 68% dos líderes de marketing no nível de diretor ou acima afirmam que, se IA e automação fossem totalmente implementadas em sua empresa, os **negócios teriam um crescimento sem precedentes**. E 62% dos líderes empresariais afirmam que sua empresa já investiu em ferramentas de IA e automação para que os funcionários possam usá-las. Desses, 71% relatam um ROI positivo e 72% dizem que IA e automação aumentam a produtividade dos funcionários.

A tecnologia de IA está evoluindo rapidamente, e há muito que aprender. A experiência com ferramentas de IA e [engenharia avançada de comandos](#) (estruturando estrategicamente solicitações de IA) estão rapidamente se tornando habilidades de marketing muito procuradas e [novas funções especializadas estão surgindo](#). Ao aprender a conversar com uma ferramenta de IA, profissionais de marketing descobrem um mundo inteiro de insights, ideias e uma enorme economia de tempo.

Os quatro principais usos de IA generativa entre profissionais de marketing são:

Criar conteúdo



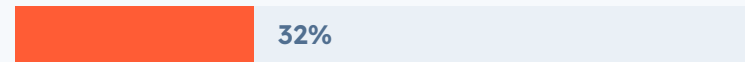
Analisar/criar relatórios com base em dados



Aprender a fazer coisas



Realizar pesquisas



Continue a leitura para explorar as tendências em IA para marketing, além de insights de líderes em tecnologia sobre o que essas tendências significam para o crescimento dos negócios.

Índice

PREFÁCIO	2
O boom tecnológico da IA começou	
INTRODUÇÃO	3
É hora de fazer amizade com os robôs (para empresas)	
SEÇÃO 01	5
Os profissionais de marketing estão mais ocupados do que nunca, mas recuperando tempo graças à IA	
SEÇÃO 02	9
Como as ferramentas de IA para marketing estão sendo usadas atualmente	
SEÇÃO 03	22
Dúvidas envolvendo IA para marketing	
SEÇÃO 04	27
Previsões do diretor de marketing da HubSpot sobre IA para marketing	
Conclusão + metodologia	28

SEÇÃO 01

Os profissionais de marketing estão mais ocupados do que nunca, mas recuperando tempo graças à IA

Em 2023, [o profissional de marketing médio está trabalhando em cinco campanhas por vez](#) e lida com um total de sete campanhas por trimestre. Esse volume de trabalho exige multitarefa, redefinição de prioridades e delegação constantes, e isso pode ser demais.

Parte do motivo pelo qual a IA se tornou tão popular entre profissionais de marketing é que eles perceberam que há uma diferença clara entre trabalho de alto impacto (como geração criativa de ideias, criação de estratégias, execução de projetos e gestão de pessoas) e trabalho de baixo impacto, que inclui tarefas mecânicas, banais ou repetitivas. O trabalho de alto impacto é gratificante e prazeroso. As tarefas de baixo impacto? Nem tanto.



90% dos profissionais de marketing

dizem que IA e automação os ajudam a passar menos tempo em tarefas manuais, a dedicar mais tempo às partes de seu trabalho de que mais gostam (80%) e a dedicar mais tempo aos aspectos criativos de sua função (79%).

Quanto tempo os profissionais de marketing economizam com o uso de ferramentas de IA?

Os profissionais de marketing gastam em média **cinco horas por dia** realizando tarefas manuais, administrativas ou operacionais, como pesquisa de palavras-chave, limpeza de dados, criação de listas, formatação de blogs em um CMS e análise de dados brutos para identificar os principais insights. Muitas dessas tarefas são realizadas em plataformas poderosas e extremamente fáceis de usar, mas, mesmo assim, é muito trabalho repetitivo.

Com a implementação de uma ferramenta de IA, o funcionário médio economiza quase 2,5 horas por dia nessas tarefas menores. Eles ainda conseguem fazer tudo, mas na metade do tempo.

As ferramentas de IA devolvem às equipes de marketing:



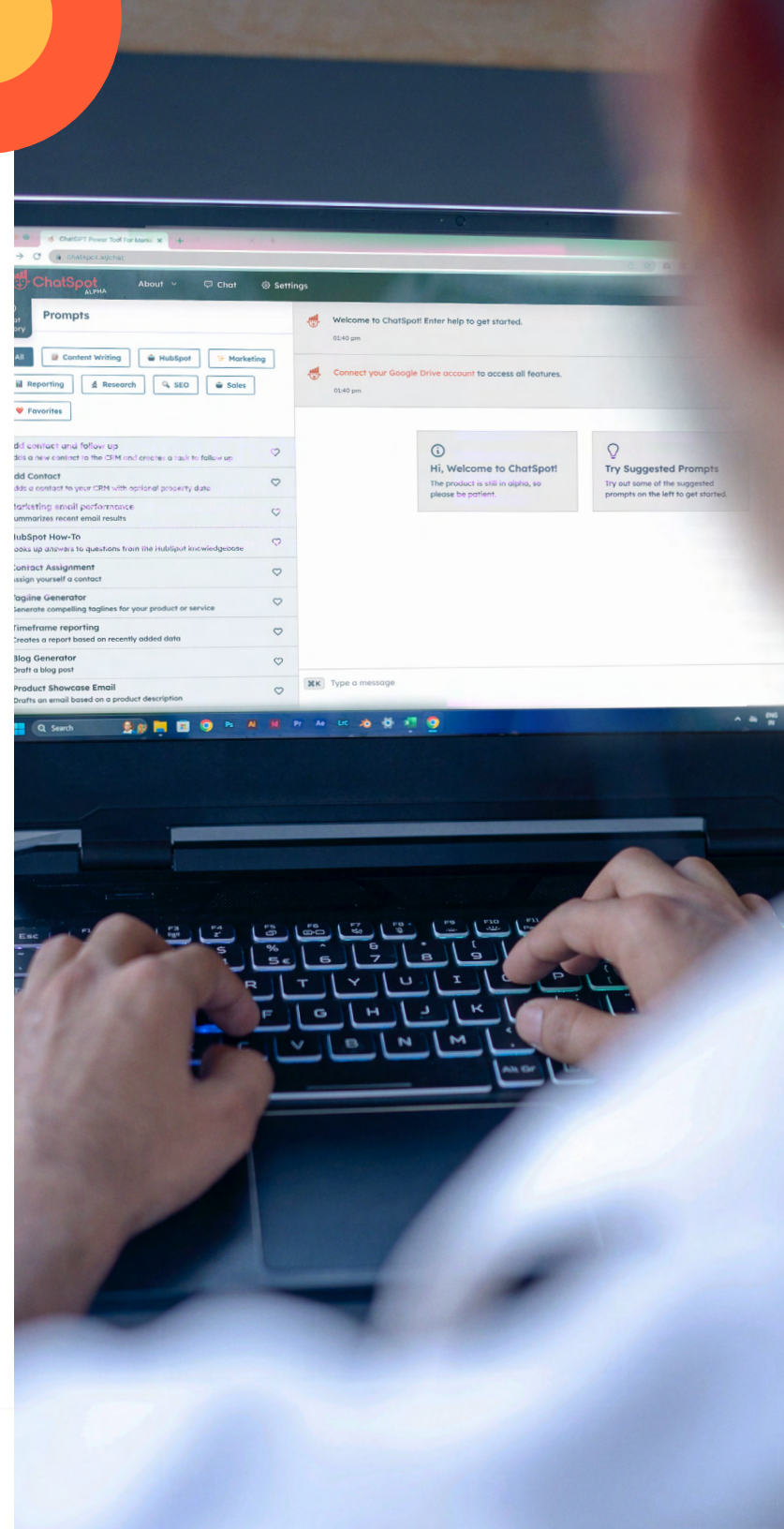
12,5 horas
por semana

OU



25 a 26 dias úteis
adicionais em um ano

A IA e a automação permitem aproveitar quase um mês de tempo de trabalho adicional, ou seja, os profissionais de marketing podem dedicar mais tempo a tarefas verdadeiramente humanas, como estratégia e planejamento, trabalho criativo e gestão de pessoas.



Quantos profissionais de marketing estão usando ferramentas de IA hoje e que tipos estão usando?

Trinta e cinco por cento dos profissionais de marketing afirmam usar IA e automação em sua função, e esse número sobe para 54% no caso de blogueiros e especialistas em SEO. A questão do que conta como IA ou automação nem sempre é clara, portanto, o uso é provavelmente muito maior. Por exemplo, o Grammarly é uma ferramenta de IA, mas muitas pessoas talvez ainda não o vejam dessa forma.

Falando nisso, aqui estão algumas das principais ferramentas de IA que estão sendo usadas por profissionais de marketing.

Que tipos de aplicativos de marketing com IA os profissionais de marketing estão usando?

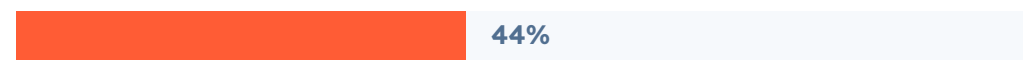
Chatbots (exemplo: ChatGPT, ChatSpot)



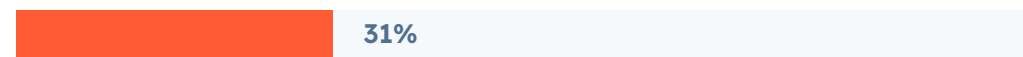
Ferramentas de geração de texto (exemplo: Jasper)



Ferramentas visuais (exemplo: Gerador de imagens por IA do Canva)



Ferramentas de áudio (exemplo: Speechify)



Que aplicativos com IA os profissionais de marketing estão usando?

A ferramenta de IA mais popular para marketing é a Compose AI (18%), seguida de perto por Jasper (17%) e Copy.ai (16%).

Veja o que algumas das ferramentas de IA para profissionais de marketing mais populares podem fazer.

ChatGPT

Criado pela Open.ai, é o chatbot com IA mais famoso de todos. Em apenas dois meses, [o ChatGPT alcançou 100 milhões de usuários](#).

Google Bard

Uma ferramenta de IA generativa conversacional baseada no LaMDA do Google (modelo de IA conversacional do Google) que pode resumir páginas da web, explicar códigos e aumentar a produtividade em qualquer caso de uso.

Kive.ai

A Kive.ai se concentra principalmente em recursos visuais e ajuda designers, gerentes de marca e diretores de arte a organizar bibliotecas visuais e criar painéis de sentimento com tecnologia de IA.

Jasper

Um chatbot com IA generativa voltado para a redação de blogs.

ChatSpot

A ferramenta de IA completa da HubSpot para profissionais de marketing: ela reúne todas as informações do CRM da HubSpot de um usuário e as combina com o poder do ChatGPT, DALL-E 2, Stable Diffusion e pesquisa de palavras-chave.

Gerador de Conteúdo da HubSpot

As ferramentas de conteúdo com IA da HubSpot incluem um [redator de blogs](#), [reescritor de parágrafos](#), [redator de e-mails](#) e [redator de conteúdo](#). Ele pode ajudar você a criar um primeiro rascunho de todas as suas atividades de redação.

SEO.ai

Essa ferramenta foi criada para acelerar a pesquisa de palavras-chave e ajudar profissionais de marketing focados em SEO a fazer mais, mais rápido e com mais eficiência.

SEÇÃO 02

Como as ferramentas de IA para marketing estão sendo usadas atualmente

Os profissionais de marketing dizem que a IA generativa é mais útil para a criação de posts de rede social, descrições de produtos e respostas a e-mails. Aqui está o que eles estão fazendo, em todo o ecossistema de marketing de conteúdo, do planejamento à análise.



Inspiração de IA para pesquisa e marketing digital

A IA é a melhor maneira de iniciar um processo criativo. É hora de se livrar da maldição do cursor piscante.

Como os profissionais de marketing estão usando a IA generativa atualmente?

Para obter ideias e inspiração



Para realizar pesquisas



Para aprender a fazer coisas



Ferramentas como o ChatGPT analisam rapidamente todas as informações disponíveis online e as apresentam de forma coloquial, facilitando incrivelmente a compreensão.

Em vez de clicar em vários resultados do Google e passar por anúncios e mídias para chegar ao que você deseja, as ferramentas de IA ajudam profissionais de marketing a encontrar as informações mais relevantes e as apresentam de forma clara e sucinta. É claro que essas ferramentas estão longe de ser perfeitas e, muitas vezes, podem fornecer informações incorretas. Mas, como ponto de partida e como forma de dar início a reflexões e adquirir conhecimento básico sobre um novo tópico, a IA é fácil e divertida de usar.

Comandos de IA para pesquisa de marketing

A formulação de comandos é uma arte e uma ciência quando se usam ferramentas de IA. Experimente diversas variações de comando antes de recorrer a uma nova solução. Quanto mais específico você for, melhor será o resultado.

Uma solicitação muito comum para pesquisa e aprendizado é:

“Explique _____ para mim como se eu tivesse cinco anos de idade”.

Esse é um excelente ponto de partida para qualquer nova iniciativa.



EXEMPLO

Um novo profissional de marketing de uma empresa que presta serviços locais de conserto de máquinas de lavar quer verificar o cenário concorrencial e descobrir se os concorrentes investem em rede social. O profissional de marketing pode simplesmente pedir a uma ferramenta de IA, como o ChatGPT, que “mostre as opções mais procuradas em São Paulo para conserto de máquina de lavar.

Liste-as em uma planilha com os links de rede social, o número de seguidores e a pontuação média das avaliações no Google”.

Em um instante, a planilha é preenchida e o profissional de marketing tem uma noção do cenário concorrencial do setor local. Depois, ele pode continuar pesquisando para descobrir a melhor forma de promover a empresa para se destacar e conquistar mais clientes.

IA para planejamento de SEO e pesquisa de palavras-chave

O planejamento de SEO e a pesquisa de palavras-chave são alguns dos trabalhos mais repetitivos e demorados que profissionais de marketing de conteúdo fazem regularmente. [Ferramentas de pesquisa de palavras-chave](#), como Ahrefs, Moz, planejador de palavras-chave do Google Ads e Mangools são extremamente poderosas, mas é preciso tempo para analisar ideias de palavras-chave, criar planilhas que mapeiem a pesquisa de palavras-chave para uma campanha maior e acompanhar a classificação de várias páginas do site para várias palavras-chave. A IA pode ajudar com tudo isso: 82% dos profissionais de marketing dizem que a IA generativa já afetou a maneira como planejam criar conteúdo em 2023 e 69% dizem que ela é importante para sua estratégia geral de conteúdo.

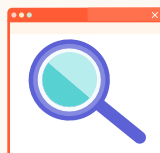


37% dos profissionais de marketing

usam IA para automatizar tarefas de SEO que consomem muito tempo.

As tarefas de SEO que consomem muito tempo incluem mapeamento de palavras-chave de cauda longa, criação de links internos e comparações de SERP, e 35% dos profissionais de marketing a utilizam para criar uma estratégia de conteúdo orientada para SEO.

A IA generativa ajuda blogueiros a otimizar seus sites para SEO e melhorar a experiência de usuário, o que ajuda a melhorar a classificação de posts. A IA pode ajudar profissionais de marketing a criar uma estratégia completa de conteúdo orientada para SEO. Mas se quiser começar, tente ver quanto tempo você economiza automatizando algumas tarefas manuais de pesquisa de palavras-chave.



84% dos blogueiros/SEOs

dizem que IA e automação impactaram sua estratégia de SEO para 2023.

Os profissionais de marketing dizem que IA e automação são muito eficazes em:

Alinhar conteúdo da web com a intenção de pesquisa



Melhorar a experiência de usuário no site



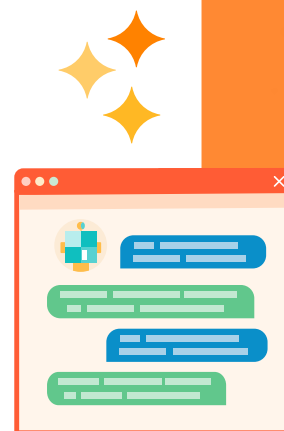
Aumentar a classificação em SERP



Quanto à opinião geral, 44% preveem um impacto positivo em sua estratégia de SEO, 51% não preveem nenhum impacto e apenas 5% veem um impacto negativo.

Práticas recomendadas de SEO + IA generativa

- ✓ **Aprenda sobre engenharia de comandos.**
Aprender a fazer as perguntas certas à IA é uma etapa importante para obter as informações sobre palavras-chave de SEO de que você precisa.
- ✓ **Faça várias consultas.**
Se você chegar a um beco sem saída ou receber uma resposta que não pareça correta, tente novamente. Seja um pouco mais específico ou descritivo.
- ✓ **Tenha uma meta, mas comece devagar.**
Tente começar solicitando o volume de palavras-chave relacionadas a um tópico sobre o qual esteja pensando em escrever. Quando se sentir mais confortável com o sistema, você poderá experimentar consultas mais complexas, como “criar uma estratégia de conteúdo para uma empresa que faz _____”.
- ✓ **Esteja pronto para verificar suas descobertas de SEO.**
De forma geral, a IA não fornecerá uma resposta perfeita e única para cada comando que você enviar. Isso significa que é uma boa ideia ter uma janela aberta com sua ferramenta usual de pesquisa de palavras-chave para verificar os volumes ou classificações de palavras-chave que pareçam errados ou incomuns.



IA para criação e ampliação de conteúdo

A criação de conteúdo excepcional que envolva, converta, eduque e realmente se destaque online é um processo demorado. Mas são os detalhes que fazem com que um material seja excelente. As ferramentas de marketing de conteúdo com IA podem ajudar você a passar de uma página em branco para um esboço sólido e, em seguida, para um material bem elaborado. Depois, os profissionais de marketing e redatores podem usar seu talento e transformar o rascunho em um material valioso de conteúdo da marca.

Como os profissionais de marketing usam a IA generativa atualmente?

Criar conteúdo



Escrever textos



Criar imagens



Criar esboços



Os profissionais de marketing que usam IA generativa para criar conteúdo economizam, em média, mais de 3 horas por material.

Como sabemos, a IA generativa não consegue substituir as habilidades de um redator profissional. Porém, pode criar um ponto de partida útil que economiza o tempo dos redatores e permite que eles criem mais conteúdo, mais rapidamente.

Como os profissionais de marketing usam a IA generativa para escrever?

Fazem pequenas edições no texto gerado antes de publicar



Fazem edições importantes



Alteram completamente o texto



Não fazem nenhuma edição



96% das vezes

o conteúdo de IA não é completo o suficiente para ser publicado sem alterações.

Apenas 5% dos profissionais de marketing usam a IA generativa para escrever materiais inteiros de conteúdo para eles. Cerca de um terço (35%) usa a IA generativa para obter ideias ou inspiração, outro terço a usa para fazer esboços e 25% a usa para escrever alguns parágrafos para depois ampliá-los.

Os profissionais de marketing geralmente escrevem blogs e artigos com objetivos específicos em mente, como direcionar tráfego da web, gerar leads qualificados para marketing ou aumentar uma lista de assinantes. E a IA pode ajudar a criar conteúdo que funciona melhor. Sessenta e três por cento dos profissionais de marketing que usam IA generativa para criar conteúdo dizem que ele tem desempenho melhor do que o conteúdo criado sem IA generativa. Oitenta e nove por cento dos profissionais de marketing que usam IA generativa para criar conteúdo afirmam que ela melhora a qualidade do conteúdo.

Depois de criar um programa de conteúdo, a ampliação do conteúdo pode ser um desafio, principalmente para equipes com pouco tempo disponível. Quando as metas crescem constantemente, mas o orçamento da equipe nem sempre acompanha, a IA pode ajudar a ampliar o conteúdo, criando mais material com mais rapidez.



83% dos profissionais de marketing

afirmam que a IA os ajuda a criar muito mais conteúdo do que seria possível sem ela.

HubSpot

IA ajuda equipes de conteúdo a crescer

Saiba como usar IA para aumentar suas operações de marketing de conteúdo e gerar mais negócios.

Obter o guia



A IA também é incrivelmente útil para o processo, muitas vezes tedioso, de **personalização e localização**. Aproveitar o mesmo material de conteúdo e ajustá-lo para falar com públicos ou regiões específicas leva tempo, mas a IA pode ajudar. Agilize a mudança da ortografia do inglês americano para o inglês canadense ou examine rapidamente documentos e altere as moedas locais. Lembre-se: a localização é muito mais sutil do que simplesmente alterar a ortografia e substituir referências culturais.

“As ferramentas de IA são ótimas para capacitar, auxiliar e expandir o trabalho humano. Mas é na criatividade e no discernimento que os seres humanos se destacam.

Agora, profissionais de marketing internacional, imaginem ser a pessoa que tem pensar no título criativo de uma propaganda em outro idioma. Mas temos ferramentas de tradução automática para isso, certo? A verdade é que ferramentas de tradução automática são conhecidas há muitas décadas no setor de tradução, mas ainda não substituíram os tradutores humanos.

O mesmo se aplica a todos os criativos humanos, na minha opinião. Que vença o ser humano mais criativo (auxiliado pela tecnologia).”



NATALY KELLY

Especialista em globalização

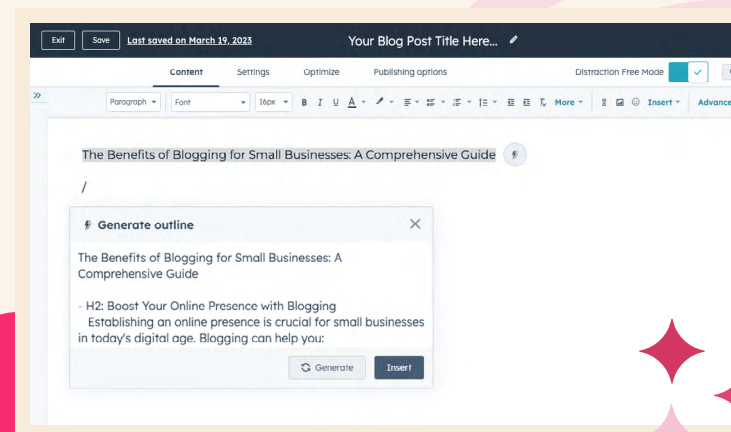
Para concluir, muitos profissionais de marketing gostam de trabalhar no sentido inverso e usar a IA como ferramenta de edição. Um teste final bastante útil é colar o conteúdo em uma ferramenta de IA generativa e pedir para ela verificar se há erros ortográficos ou gramaticais, caso você não tenha uma segunda pessoa para examinar o material. Do mesmo modo, é possível simplificar o texto ou alterar o tom ou o estilo, pois ferramentas de IA podem fazer isso em segundos.



Uma ferramenta de IA para blogs criada para profissionais de marketing

O redator de blogs com IA da HubSpot foi criado especificamente para profissionais de marketing de conteúdo aumentarem o tráfego orgânico e ampliarem os esforços de geração de leads.

[Experimentar agora](#)



IA para reaproveitamento de conteúdo

Mais de um em cada cinco profissionais de marketing (21%) usa IA para resumir textos em pontos-chave, o que é importante para reaproveitar o conteúdo em outros canais. Quando sua equipe dedica semanas (ou meses!) de trabalho a uma nova oferta de conteúdo, como um relatório, um curso ou um whitepaper, ela é infinitamente mais poderosa se for reformulada e distribuída em vários canais. No entanto, demanda tempo pegar um conteúdo longo, selecionar os principais insights e formular posts promocionais de acordo com as necessidades de cada canal. Os canais promocionais podem incluir várias plataformas sociais, e-mails com diferentes CTAs, webinars e apresentações e podem levar o conteúdo para muito além do público original.

As ferramentas de marketing com IA generativa podem ajudar. Basta colar o conteúdo longo (ou um link para ele) na ferramenta de IA de sua preferência, instruí-la a gerar alguns e-mails promocionais ou posts sociais para diferentes plataformas, destacando as principais informações, editar o estilo e publicar.

A IA também pode ajudar a escrever variações com texto semelhante. [O reescritor de parágrafos da HubSpot usa IA para reformular o texto para você](#) acabando com a necessidade de copiar e colar entre plataformas. Você pode até mesmo escolher o tom que deseja, de amigável a profissional ou qualquer outro.



Maneiras de usar IA para reformular conteúdo

- 1 Transforme posts de blog em vídeos ou podcasts, e vice-versa.
- 2 Transforme conteúdo longo em posts de rede social curtos e educativos.
- 3 Adicione recursos visuais a um material longo para compartilhar nas redes sociais.
- 4 Crie landing pages a partir de sequências de e-mail ou podcasts.
- 5 Adiante-se na localização ou edição de conteúdo para novas regiões ou públicos.
- 6 Transforme conteúdo relacionado a um produto em materiais promocionais de marketing.
- 7 Use dados brutos para criar relatórios e visualizações de dados.

IA para rede social

Atualmente, 31% dos profissionais de marketing usam IA para criar posts de rede social. Embora alguns conteúdos e campanhas sociais sejam inerentemente únicos e exijam criatividade humana, alguns posts de rede social têm um objetivo simples, e é com eles que as ferramentas de IA podem ajudar.

Além disso, sabemos que [um conteúdo adaptado a cada site de rede social tem melhor desempenho](#) quando comparado a publicar exatamente a mesma coisa em todas as plataformas. Leva tempo reformular cada post e encontrar novas maneiras de transmitir um assunto semelhante a vários públicos, mas a IA pode ajudar a tornar esse processo muito mais rápido.

Há muitos casos de uso diferentes para IA generativa e rede social e aqui estão algumas maneiras de como ela pode ajudar:

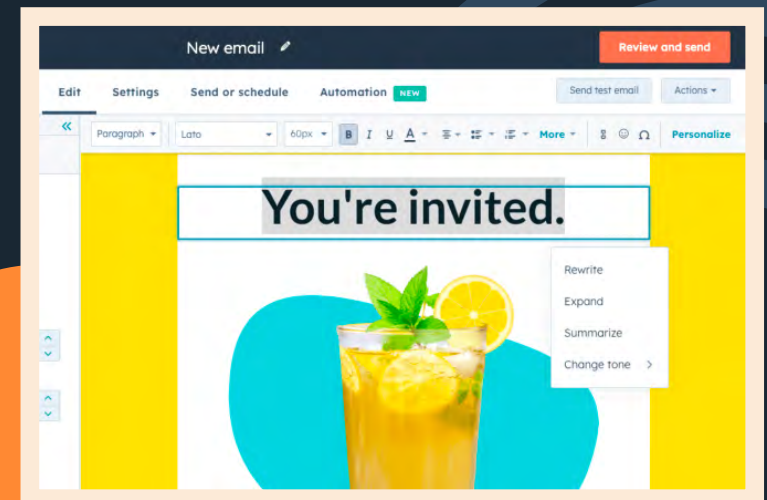
1. Aproveite um título de rede social para o Instagram e peça à IA para transformá-lo em um título mais profissional adequado para o LinkedIn.
2. Crie automaticamente anúncios de rede social de acordo com as especificações de cada plataforma.
3. Desenvolva ideias sobre o que publicar em redes sociais com base em seu setor.
4. Gere ideias sobre como criar posts de rede social que atinjam um objetivo específico (por exemplo, criar posts para o LinkedIn que levem seu público a assinar um informativo).
5. Crie posts de rede social que anunciem novos membros da equipe, novos produtos ou outras atualizações de destaque.

HubSpot

Gere posts de rede social para cada plataforma e público — instantaneamente

O redator de conteúdo com IA gratuito da HubSpot pode ajudar você a gerar posts de rede social com o tom certo para cada plataforma e público.

[Experimentar agora](#)



IA para textos de e-mail marketing



28% dos profissionais de marketing

usam IA generativa para criar e responder e-mails.

Esperamos um rápido crescimento desse número. A automação de marketing, na forma de fluxos de e-mail, estímulos, gatilhos e listas inteligentes, tornou-se comum para profissionais de marketing de empresas de todos os portes. Mas agora, com as novas ferramentas de automação de marketing com tecnologia de IA, como o [ChatSpot](#), você pode criar listas com base em critérios comportamentais específicos em instantes.

As ferramentas de IA generativa permitem que equipes criem e-mails de marketing para promover vendas, novos produtos, promoções e cupons, tudo isso aproveitando os dados de campanhas anteriores bem-sucedidas. Os profissionais de marketing podem se concentrar na criação da estratégia por trás de suas campanhas de e-mail (incluindo a escolha de segmentos de clientes a serem atingidos e como), na edição do texto e em garantir que tom e estilo sejam adequados às diretrizes da marca. Graças ao tempo economizado na redação de textos de marketing, profissionais de marketing podem criar campanhas mais elaboradas que atingem uma variedade maior de segmentos específicos de clientes.

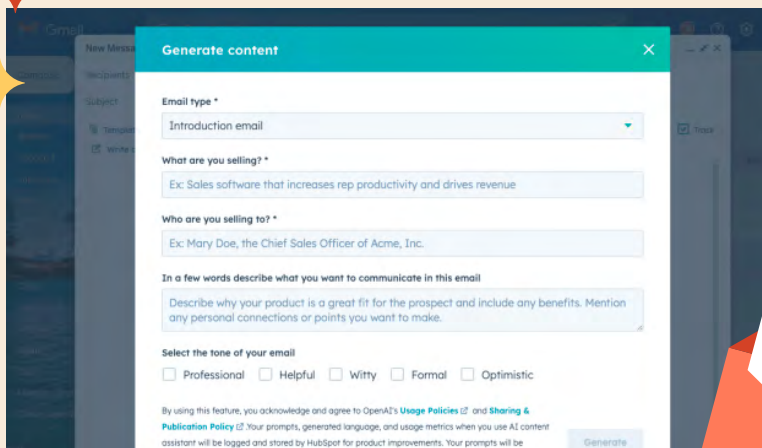
[Saiba mais sobre como o redator de e-mails com IA gratuito da HubSpot](#) pode fazer com que sua equipe tenha mais tempo.



Trabalhando de forma mais inteligente com IA — exemplo de e-mail marketing

Uma empresa de software B2B vende sua plataforma de controle de horários de funcionários para uma série de pequenas empresas. A equipe de marketing da empresa poderia passar horas elaborando o texto de três versões diferentes de um e-mail promocional, uma para restaurantes, uma para todos os salões de beleza e uma para todos os consultórios médicos, ou poderia usar uma ferramenta com tecnologia de IA, como o [ChatSpot](#), para criar o rascunho do texto de 10 e-mails hiperdirecionados diferentes para os seguintes segmentos em uma fração do tempo.

1. Restaurantes que já possuem uma ferramenta de controle de horários
2. Restaurantes que ainda não possuem uma ferramenta de controle de horários
3. Salões de manicure que já possuem uma ferramenta de controle de horários
4. Salões de manicure que ainda não possuem uma ferramenta de controle de horários
5. Salões de cabeleireiro que já possuem uma ferramenta de controle de horários
6. Salões de cabeleireiro que ainda não possuem uma ferramenta de controle de horários
7. Consultórios de atendimento primário que já possuem uma ferramenta de controle de horários
8. Consultórios de atendimento primário que ainda não possuem uma ferramenta de controle de horários
9. Consultórios odontológicos que já possuem uma ferramenta de controle de horários
10. Consultórios odontológicos que ainda não possuem uma ferramenta de controle de horários



Em seguida, o profissional de marketing só precisa editar o texto, adicionar links e selecionar os públicos em sua plataforma de CRM e e-mail. Os e-mails serão mais direcionados e mais eficazes, e terão sido criados em uma fração do tempo.

IA para descrições de produtos

Vinte e cinco por cento dos profissionais de marketing usam IA para criar descrições de produtos. Embora as equipes de marketing de produto normalmente façam uma pesquisa profunda com usuários para encontrar como descrever melhor seus produtos, as coisas podem ficar monótonas se os profissionais de marketing usarem a mesma frase repetidamente em todo o conteúdo.

As ferramentas de reformulação com IA podem ajudar as equipes a encontrar novas maneiras de transmitir os recursos mais importantes de seus produtos e, quem sabe, pode ser que você encontre uma maneira ainda melhor de descrever um recurso.

IA para otimização de desempenho de conteúdo

Os profissionais de marketing de conteúdo geralmente ficam presos à tarefa de criar mais, mais e mais conteúdo, mas também é importante otimizar o conteúdo que você já tem em seu site. Quando o conteúdo envelhece, ele se torna ultrapassado e menos útil e, se você não mantiver seu conteúdo atualizado, ele cairá nas SERPs.



37% dos profissionais de marketing

já usam IA ao analisar blogs para fornecer insights práticos.

A IA pode ajudar equipes a analisar e otimizar as bibliotecas de conteúdo existentes, principalmente se a ferramenta de IA estiver vinculada ao CRM.

Você pode pedir para a IA fornecer uma lista de artigos de baixo desempenho ou artigos que foram publicados há mais de um ano e não foram atualizados. Você pode fornecer um link e pedir que ela mostre para quais palavras-chave ele está sendo classificado e quais precisam de um reforço. Todas essas informações podem ser compartilhadas em segundos, e os profissionais de marketing podem se concentrar em otimizar o conteúdo e fazer com que seu trabalho tenha um maior alcance.



IA para análises de dados



45% dos profissionais de marketing

usam IA para analisar e gerar relatório sobre dados.

A criação de relatórios trimestrais sobre o desempenho de vários tipos de conteúdo, campanhas e iniciativas costumava exigir horas ou até mesmo dias. Os dados tinham que ser extraídos de várias plataformas e analisados por equipes de inteligência empresarial ou analistas de dados, e as principais conclusões eram transformadas em belas apresentações dos responsáveis por canais de marketing. Era um processo que exigia muitos conjuntos de habilidades e ferramentas diferentes.

Agora, as ferramentas de IA podem ajudar equipes a extrair e analisar rapidamente seus dados de canal elas mesmas, e o [ChatSpot](#) pode criar relatórios de progresso diretamente na HubSpot. Dessa forma, as equipes de inteligência empresarial podem estar disponíveis para lidar com os dados complexos que foram treinadas para gerenciar, e não precisam perder tempo ajudando outras equipes com questões muito básicas.

[Você pode até mesmo configurar o sistema para enviar relatórios trimestrais automaticamente, direto para sua caixa de entrada.](#)

Além disso, qualquer informação gerada por ferramentas de IA pode ser exibida como uma planilha, um gráfico de barras ou praticamente qualquer outro formato padrão. É só pedir.

The screenshot shows the ChatSpot interface within a HubSpot environment. On the left, there's a sidebar with navigation options like 'Marketing', 'Reporting', and 'Research'. The main chat window displays a list of prompts on the left and a chat history on the right. A specific chat message is highlighted, showing a table of data generated by the AI.

COUNTRY/REGION	COUNT OF COMPANIES	COUNTRY POPULATION
Ecuador	29	17,643,054
Peru	28	32,971,854
Uruguay	23	3,456,205
Argentina	22	45,195,774
Chile	21	19,116,201
Colombia	15	50,882,491
Brazil	12	212,559,717

SEÇÃO 03

Dúvidas envolvendo IA para marketing

Como a tecnologia baseada em IA se desenvolveu tão rapidamente, é compreensível que até mesmo os profissionais de marketing mais ágeis e inovadores hesitem em entrar de cabeça.



Informações imprecisas

O principal desafio citado por profissionais de marketing é que ferramentas de IA às vezes produzem informações imprecisas. Quase metade dos profissionais de marketing que usam IA generativa afirma ter recebido informações que sabem estar incorretas e, o que talvez seja mais preocupante, apenas 27% estão muito seguros de que saberiam se as informações fossem imprecisas.

Como resolver:

verifique os fatos com as ferramentas de IA e cite todas as fontes de informação em seu conteúdo.

Viés de IA

Também é importante considerar o viés: [as ferramentas de IA são conhecidas por fornecerem informações distorcidas algumas vezes](#). Se as equipes que criam modelos de IA não forem suficientemente diversificadas em relação a todos os tipos de experiências de vida, as informações inseridas neles terão um viés inerente.

Como resolver:

[a AI4ALL](#) é uma iniciativa que trabalha para alimentar a IA com uma ampla variedade de conteúdo, para que possa aprender a extrair material de fontes que reflitam a diversidade do nosso mundo.

Excesso de confiança em IA

Outra dúvida muito citada sobre a adoção da IA e da automação é que os profissionais de marketing não querem se tornar excessivamente dependentes delas. Todos nós nos esforçamos muito para aprender a ser os melhores profissionais de e-mail marketing, redatores, analistas de dados, especialistas em SEO, profissionais de marketing de produtos e designers que podemos ser, e ninguém quer perder habilidades por não as usar. Mas é importante lembrar que a IA não vai substituir o que fazemos: ela só pode nos ajudar a nos mover um pouco (tudo bem, muito) mais rápido.

Como resolver:

uma maneira fácil de equilibrar o uso de ferramentas de marketing com IA em relação a nossas habilidades de longa data é delinear os tipos de tarefas e projetos que devem ser realizados com o uso de IA e aqueles que exigem um conjunto de habilidades humanas.



Melhores práticas de ética e verificação de fatos de IA

- 1 Saiba quando usar a IA e quando dispensá-la.**

Nem todas as tarefas são adequadas para uma ferramenta de IA. Nada que exija criatividade, originalidade, uma opinião ou uma perspectiva produzirá bons resultados. Não use IA para tópicos polêmicos ou políticos que possam fornecer resultados tendenciosos.
- 2 Se um fato parecer errado, verifique-o você mesmo.**

Entre no Google e encontre uma fonte respeitável que comprove o que você está tentando dizer. Quanto mais recentes forem os dados, melhor.
- 3 Não trabalhe sozinho.**

Principalmente se estiver criando conteúdo que inclua algo potencialmente controverso (ou com implicações sérias), sempre tenha uma segunda pessoa para ler seu trabalho antes de publicá-lo.
- 4 Identifique a linha que separa criatividade e plágio no uso de IA no marketing.**

Trabalhe com a sua equipe para determinar a porcentagem do conteúdo que precisa ser alterada antes de poder chamá-lo de seu.



Práticas recomendadas de IA da equipe do blog da HubSpot



MARTINA BRETOUS

Editora do blog de marketing

Atualmente, muitas empresas estão usando IA para marketing, e nós somos uma delas!

Começamos a testar IA generativa internamente no início do ano passado para avaliar seu potencial para produção de conteúdo. Desde então, aprendemos muito sobre as capacidades de ferramentas conhecidas, como o Gerador de Conteúdo e o Jasper.ai, e como aproveitá-las melhor.

Hoje, estamos avaliando o uso de IA para o que chamo de pré-produção (por exemplo, pesquisa, esboço, resumo), bem como análise de dados.

Continue lendo para descobrir alguns de nossos aprendizados e dicas sobre como editar conteúdo gerado por IA.



Práticas recomendadas para edição de conteúdo gerado por IA

O segredo para editar o conteúdo gerado por IA é se concentrar em adicionar riqueza e profundidade, especificamente por meio de voz, exemplos e dados.

A IA pode escrever uma linguagem natural e que pareça humana, mas o que lhe falta é uma voz clara e distinta. É aí que você entra para incorporar a personalidade e a voz da marca. Você pode fazer isso usando anedotas, expressões coloquiais, referências à cultura pop, entre outros.

Em segundo lugar, a IA nem sempre é muito boa com exemplos. Eles podem ser muito vagos para ilustrar seu argumento ou muito antigos para serem confiáveis. Sabendo disso, deixe que a IA cuide dos aspectos mais tediosos da criação do seu conteúdo enquanto você se concentra em encontrar exemplos.

Agora, os dados. Nada ilumina mais um conteúdo do que uma estatística relevante. Infelizmente, a IA ainda não consegue fornecer dados recentes e precisos, portanto, cabe a você complementá-los.

Uma última consideração: encare seu conteúdo gerado por IA como uma forma de acelerar as etapas da criação de conteúdo, não de eliminá-las. Se você enxergar dessa forma, a edição de seu conteúdo será uma experiência mais tranquila.

Como garantir a precisão de conteúdo gerado por IA

A IA é excelente para muitas coisas, mas quando se trata de produzir informações precisas, pode ser um sucesso ou um fracasso. Há vários motivos para isso: o principal deles é o fato de que os modelos que alimentam a maioria das ferramentas de IA generativa, se não todas, só podem extrair conteúdo com pelo menos dois anos de idade. Portanto, se houver alguma atualização recente significativa sobre um tópico, como é o caso da inteligência artificial, que teve um crescimento incrível em poucos meses, a IA poderá não produzir resultados precisos sobre ele.

A IA também pode ser imprecisa se o tópico for de nicho. Afinal, ela é alimentada com informações. Ela não inventa nada sozinha. Portanto, se houver pouca documentação sobre um tópico, o resultado provavelmente será incorreto.

Com isso em mente, não é possível garantir com certeza que o resultado será preciso. O que você pode fazer é selecionar melhor como usar a IA generativa. Durante nossos testes internos, a IA provou ser mais precisa com tópicos perenes e bem documentados que podem ser facilmente verificados. Para conteúdo fora desse escopo, proceda com cautela e consulte o Google para ter certeza.



SEÇÃO 04

Previsões do diretor de marketing da HubSpot sobre IA para marketing



“A IA nunca substituirá a criatividade e a conexão humanas. Experiências vividas e opiniões nunca poderão ser geradas por uma máquina, e um funcionário não pode ser orientado e gerenciado por IA.

Sessenta e cinco por cento dos profissionais de marketing não têm medo de serem substituídos pela IA.

A IA é uma ótima ferramenta para ser usada por profissionais de marketing, mas seria inútil sem conhecimento, estratégia e implementação humanos.

Deixemos para os robôs as tarefas mecânicas que consomem muitas das nossas horas.

A IA já é um elemento importante de muitas ferramentas de marketing que adoramos, e é provável que você já a esteja usando de alguma forma. Seja no Grammarly ou na digitação preditiva do Gmail, cada vez mais os profissionais de marketing estão usando a IA no dia a dia.

Anos atrás, era impensável que alunos fizessem citações da Wikipédia. E nos estágios iniciais da automação do marketing por e-mail, os profissionais de marketing ficavam estressados com o alcance impessoal, genérico e disperso. Mas essas ferramentas evoluíram ao longo do tempo para se tornarem peças cruciais de como trabalhamos e como alcançamos nossa comunidade, e a IA está no mesmo caminho.

A IA não tardará a se tornar tão comum quanto o Google. Você provavelmente não consegue imaginar sua vida ou seu trabalho sem o Google, e acredito que estaremos nessa com a IA dentro de poucos anos. Vamos lá, o momento é positivo!”



KIPP BODNAR

Diretor de marketing, HubSpot

CONCLUSÃO

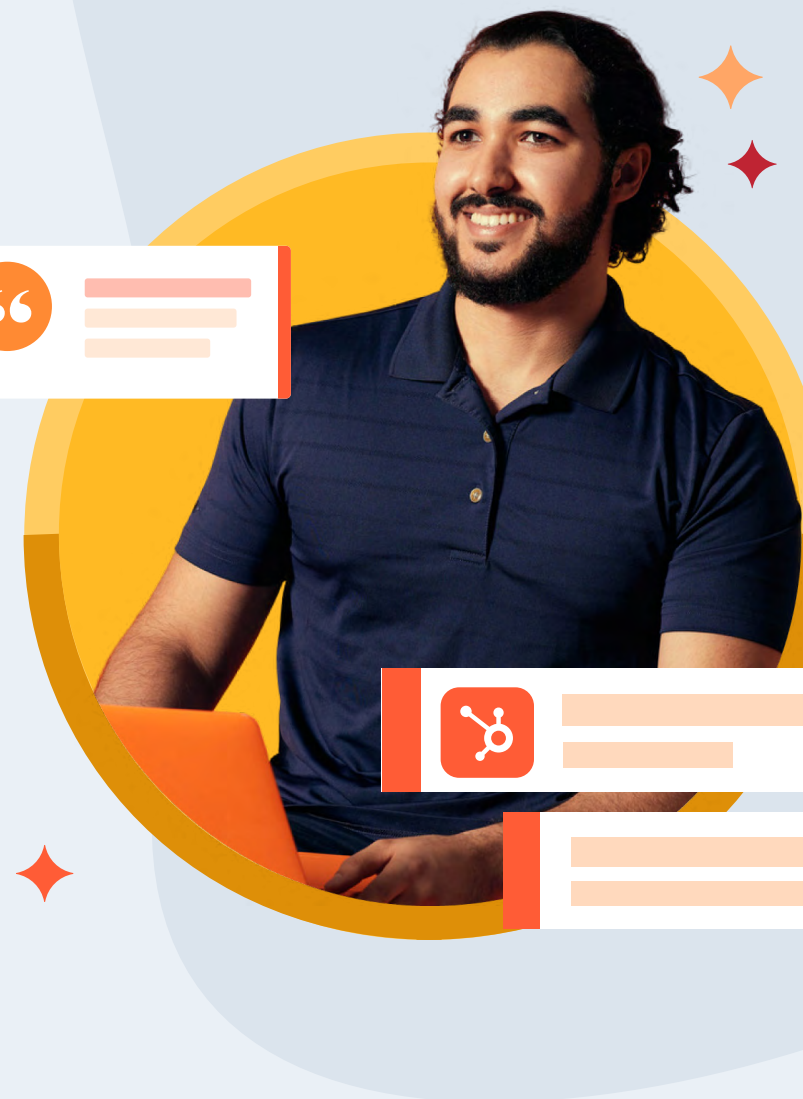
IA e marketing estão mais próximos do que nunca

Leve esses aprendizados com você ao incorporar IA em sua vida profissional e aproveite ao máximo seu valioso tempo.

Saiba mais sobre o [ChatSpot](#) e as [ferramentas de conteúdo com IA](#) para ver onde é possível expandir seus esforços de marketing. E compartilhe como você está usando a nova tecnologia de marketing baseada em IA nas redes sociais.

Metodologia

A HubSpot realizou uma pesquisa em março de 2023 com um total de mais de 1.350 profissionais globais de marketing, vendas, atendimento e SEO de vários setores e analisou especificamente os profissionais de marketing para obter esses dados.





Cresça usando as novas ferramentas de IA da HubSpot

A inteligência artificial está revolucionando a forma como os negócios são feitos. Aproveite o poder da IA com o novo Gerador de Conteúdo com tecnologia de IA e o bot de CRM conversacional da HubSpot para simplificar suas tarefas diárias de marketing e ajudar sua empresa a crescer melhor.

Comece a usar gratuitamente

