



# O estado do marketing no Brasil

Como as empresas brasileiras estão se transformando para liderar o crescimento da região com tecnologia e criatividade



# Conheça as principais tendências de marketing

## INTRODUÇÃO

Em um mercado competitivo, a eficiência abre o caminho para a inovação.

[Vá para a seção](#) →



## CONSCIENTIZAÇÃO

Para aumentar a presença de uma marca, ela precisa ser fácil de encontrar e comprar on-line.

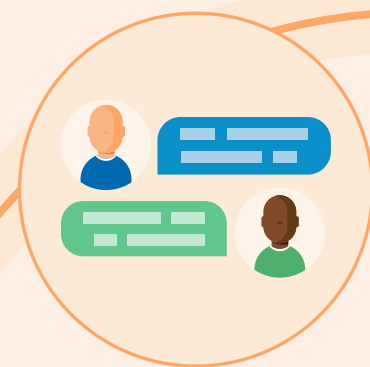
[Vá para a seção](#) →



## ENGAJAMENTO

As melhores conexões acontecem em uma chamada, um clique, uma conversa e pela câmera.

[Vá para a seção](#) →



## EFICIÊNCIA

Quer mais grandes ideias? Economize tempo em tarefas manuais.

[Vá para a seção](#) →



## CONCLUSÃO

Em outras palavras: aproveite as redes sociais, experimente a IA e alinhe seus sistemas.

[Vá para a seção](#) →



## CRESCIMENTO

Encante públicos de nicho com conteúdo valioso e orientado por dados.

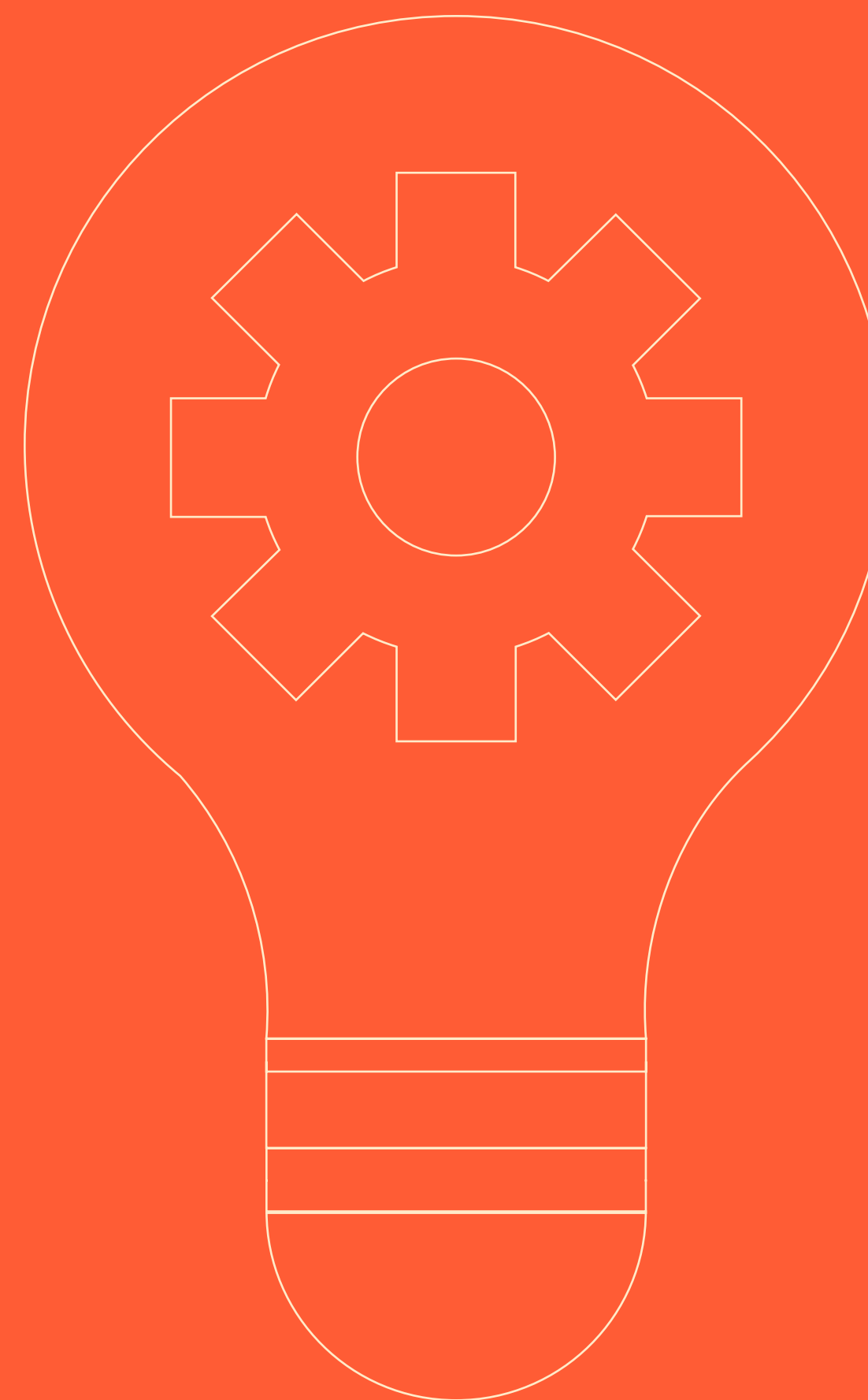
[Vá para a seção](#) →



## INTRODUÇÃO

# Em um mercado competitivo, a eficiência abre o caminho para a inovação.

Como as equipes de marketing podem planejar um crescimento em grande escala em 2024, 2025 e além.



## UMA MENSAGEM DA NOSSA LIDERANÇA

# Preparando o futuro do marketing

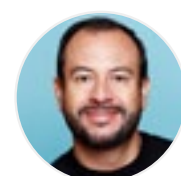
O ano de 2024 tem evidenciado a importância da capacidade de adaptação às mudanças, especialmente para profissionais em áreas como marketing e tecnologia na América Latina. A Inteligência Artificial está transformando o cenário do marketing, redefinindo funções e a jornada do cliente.

No Brasil, não é diferente: além de o país na primeira posição em representatividade do mercado de TI na América Latina (com uma fatia de mercado de 37,5%, avaliado em US\$ 49,9 bilhões)\*, é aqui que as SaaS (empresas de Software as a Service) estão se reinventando, democratizando a tecnologia, integrando inteligência artificial no processo, e sendo campeãs em retenção\*\*.

Com este cenário, é inevitável se questionar sobre como escolher as melhores ferramentas para suas equipes, como continuar crescendo frente a tantos desafios, como implementar de maneira correta as novas ferramentas de Inteligência Artificial e como manter um stack tecnológico que faça sentido para a sua operação, sem sacrificar o bem estar da equipe e a satisfação do cliente. Nesta pesquisa, compartilhamos insights de um estudo com 770 profissionais no Brasil, revelando as preocupações e oportunidades dos líderes de marketing e vendas. Aqui na HubSpot, o nosso objetivo é evoluir juntos, alinhando estratégias com o crescimento empresarial e proporcionando experiências excepcionais aos clientes em cada etapa.

Diante das rápidas mudanças e avanços, compreendemos as incertezas sobre o futuro. Este relatório é uma ferramenta valiosa para navegar com sucesso no cada vez mais dinâmico cenário do marketing na América Latina em 2025 e nos anos seguintes.

Seja bem-vindo e prepare-se para as inovações e desafios que estão por vir.



**CAMILO CLAVIJO**

Vice Presidente de Vendas - LatAm - HubSpot

O estado do marketing no Brasil **HubSpot**

\* Mercado Brasileiro de Software 2024 - Panorama e Tendências - ABES

\*\* State of SaaS Latam 2024



# Amplifique suas iniciativas de marketing com a IA da HubSpot

Abrace o futuro da produtividade e descubra a inovação ilimitada com ferramentas de IA fáceis de usar, disponíveis em toda a plataforma da HubSpot.



## ChatSpot

Turbine seu trabalho usando um assistente com tecnologia de IA que combina o ChatGPT com fontes de dados exclusivas, como o CRM da HubSpot.



## Gerador de sites

Crie rapidamente uma página para seu site com um construtor de sites com IA usando comandos simples.



## Conteúdo escrito por IA

Crie conteúdo rapidamente usando um redator com tecnologia de IA que ajuda você a economizar tempo e dinheiro.



## Gerador de legenda para redes sociais

Crie textos cativantes para suas postagens em redes sociais com facilidade, deixando que a IA cuide do trabalho pesado para você.

[Comece gratuitamente](#)

# A eficiência leva a um marketing mais inovador e humanizado



Há um fenômeno bem conhecido: deixar sua mente vagar ajuda seu cérebro a fazer conexões que levam a ideias criativas. Pesquisadores descobriram que **os participantes tiveram mais epifanias** quando estavam no chuveiro ou lavando os pratos do que quando estavam trabalhando. Como profissional de marketing na Era da Inteligência, é difícil achar tempo livre quando você tem uma longa lista de tarefas. Mas as coisas estão começando a mudar.

Hoje, os profissionais têm um novo assistente para ajudar nas tarefas diárias, como brainstorming, pesquisa, criação de conteúdo, análise de dados, geração de relatórios e automação: as ferramentas de IA. Essas novas ferramentas eficientes tiram um pouco da pressão das equipes internas e agências e chegaram ao mercado na hora certa. Seis em cada dez profissionais de marketing sentem que agora a forma como gastam o orçamento e o ROI que ele produz estão sendo mais examinados do que nunca.

Nos próximos anos, os profissionais de marketing planejam **investir nos canais que dão os melhores resultados, priorizar a criação de um relacionamento com o público e automatizar as tarefas manuais**. Tudo isso para dar espaço a um marketing mais humanizado.

Para analisar os desafios, as tendências e as oportunidades de crescimento atuais no mundo do marketing, fizemos uma pesquisa com mais de 770 profissionais de marketing de todo o Brasil em agosto de 2024 e conversamos com os líderes das principais marcas.

**Vamos ver os dados.**

## METAS, DESAFIOS E TENDÊNCIAS

# Crescer com sustentabilidade e fortalecer laços

O mercado brasileiro tem sido dominado pelo tema social e sustentabilidade. A Comissão de Valores Mobiliários (CVM) lançou em 2023, uma resolução que obriga companhias abertas a publicar, a partir de 2026, relatório especial com informações financeiras relacionadas à sustentabilidade.

A medida também reflete uma preocupação que tem mudado o comportamento dos consumidores brasileiros: entender como as empresas com quem interagem se posicionam. Não a toa nossa pesquisa mostra pela primeira vez que 9% dos respondentes apontaram as iniciativas de marketing voltadas à refletir os valores de marca como parte das estratégias que trouxeram mais ROI (Retorno sobre Investimento).

Alinhado ao mercado global, também é possível ver um aumento considerável no uso de vídeos curtos como forma de atrair resultados. 21% dos líderes dizem que iniciativas como estas têm trazido mais ROI e 9% planejam investir mais nesta área em 2025.

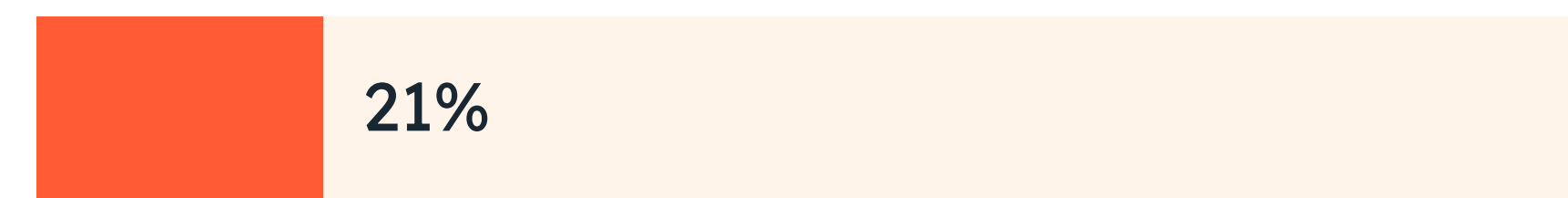
Vamos dar uma olhada nos principais desafios, oportunidades, certezas e tendências que valem o investimento em 2025.



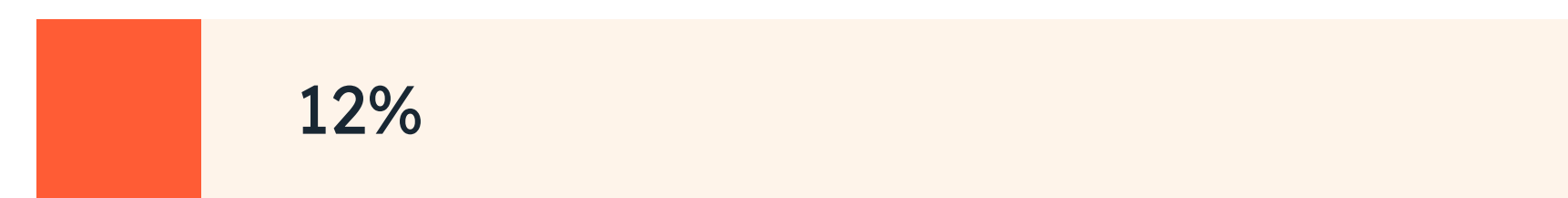
**9%** dos líderes de marketing e vendas brasileiros acreditam que devem investir mais em conteúdo em vídeo em 2025

### Quais iniciativas tiveram o maior ROI neste ano?

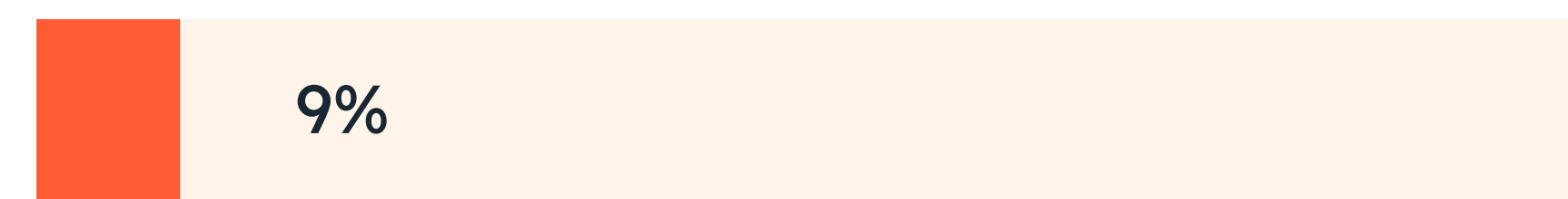
Vídeos curtos (TikTok, Reels, YouTube Shorts)



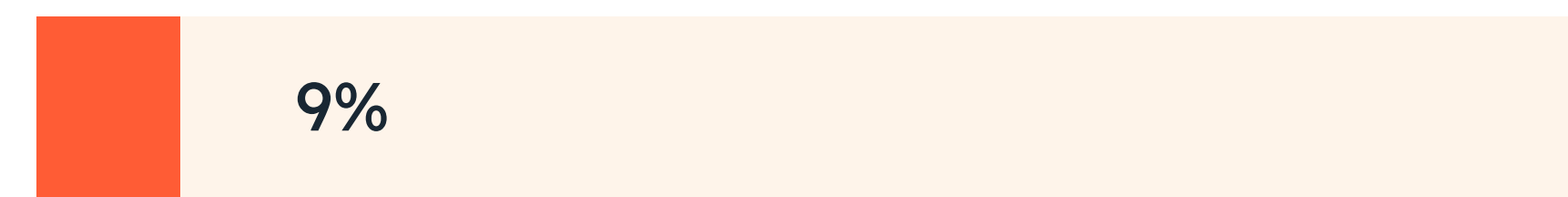
Marketing de influência



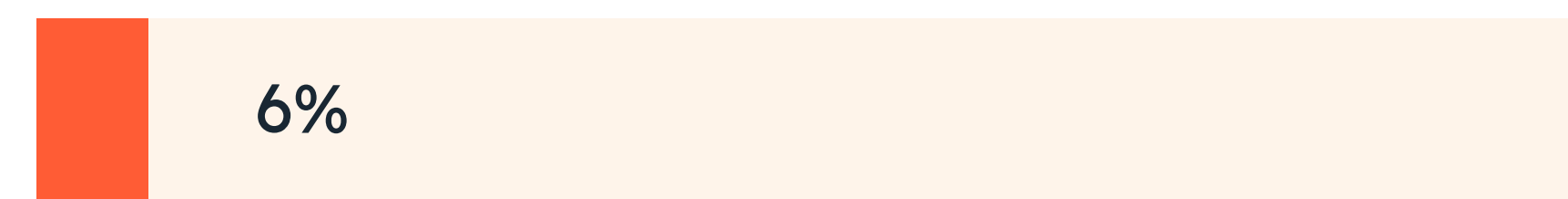
Conteúdo que reflete os valores da marca (ex. Responsabilidade social)



Marketing de Atração / Inbound Marketing



Mensagens por celular (WhatsApp, SMS, Facebook Messenger)

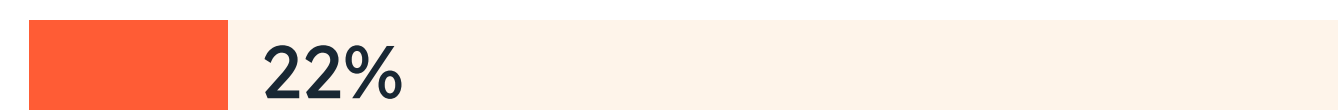


O estado do marketing no Brasil

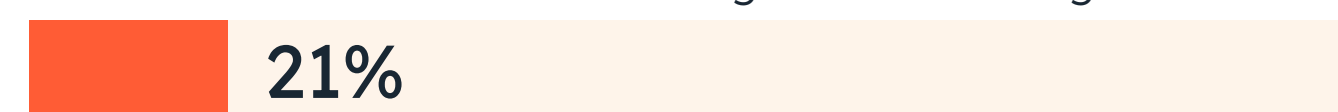
## Acompanhando as tendências

### Os profissionais de marketing têm desafios para:

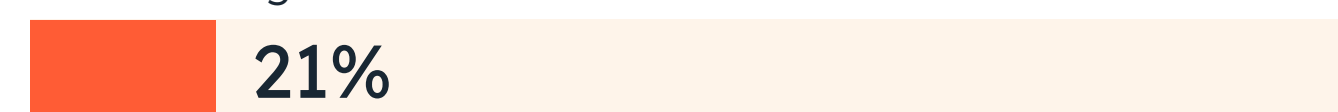
Entender melhor os clientes e suas necessidades



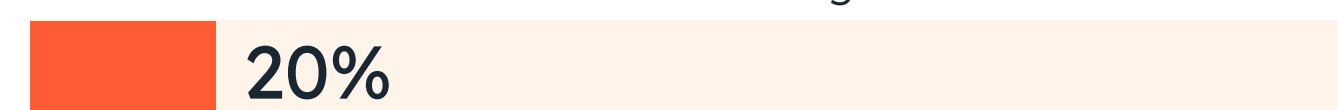
Alavancar o uso de IA na estratégia de marketing



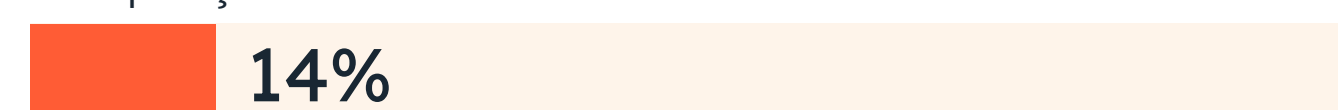
Gerar tráfego e leads



Alinhamento entre vendas e marketing



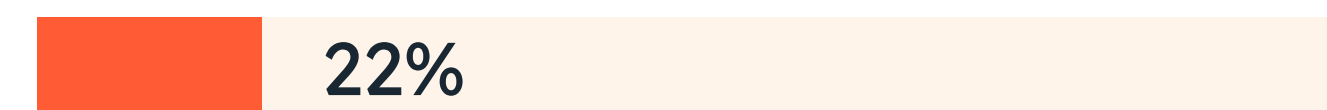
Competição com outras marcas



## Tendências em que empresas brasileiras mais apostaram

### Estas tendências receberam mais investimento:

Vídeos curtos



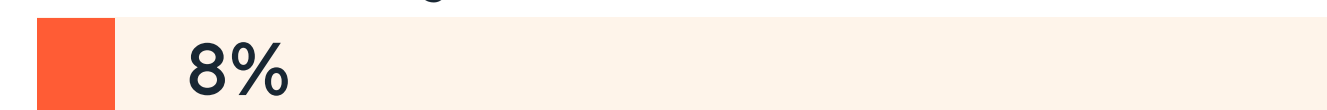
Marketing de influência



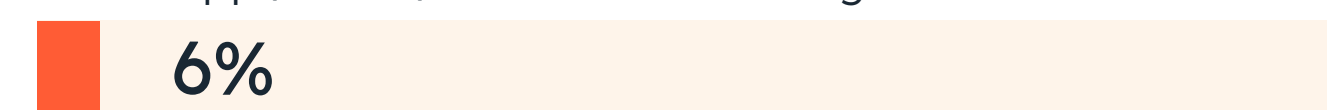
Conteúdo que reflete os valores da marca



Inbound marketing



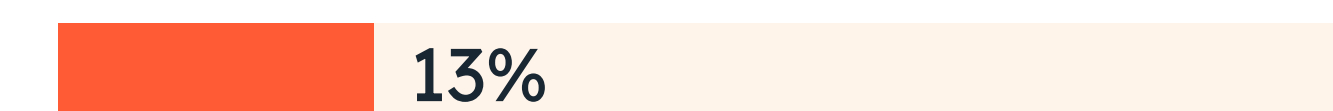
WhatsApp / SMS / Facebook Messenger



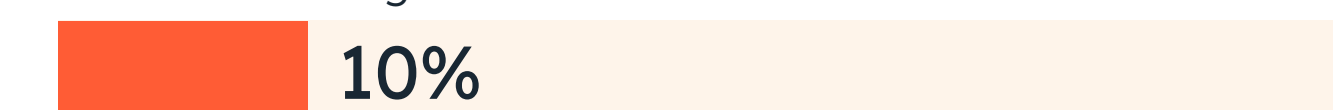
## Apostas garantidas de equipes vencedoras

### De acordo com os profissionais de marketing com estratégias eficazes em 2024, as principais metas deles em 2025 são:

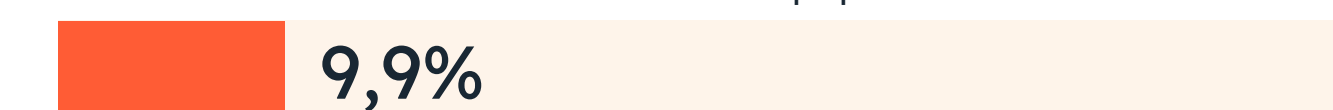
Aumentar a receita e as vendas



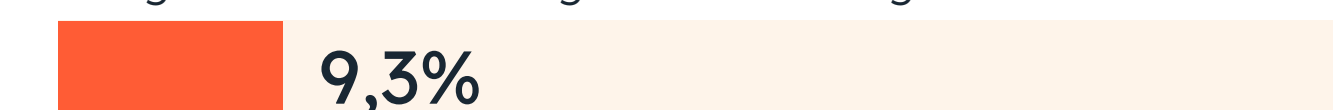
Fechar mais negócios



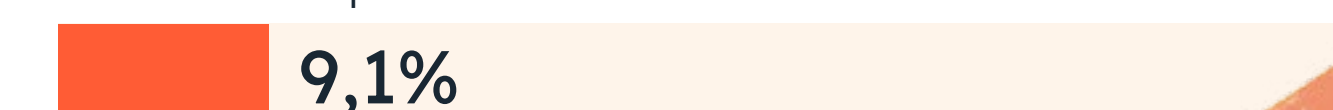
Melhorar o alinhamento entre as equipes de vendas



Integrar a IA na estratégia de marketing



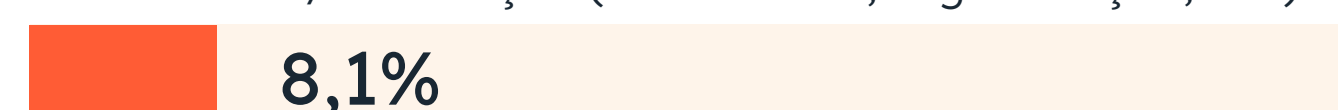
Melhorar a experiência do cliente



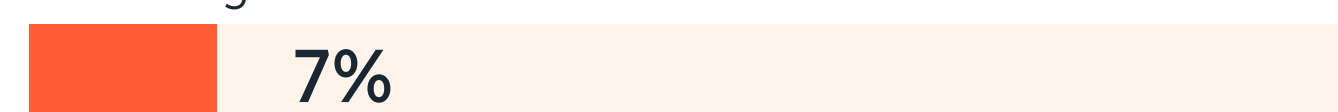
## Testes com conteúdo interativo

### Em 2025, os profissionais de marketing brasileiros querem testar:

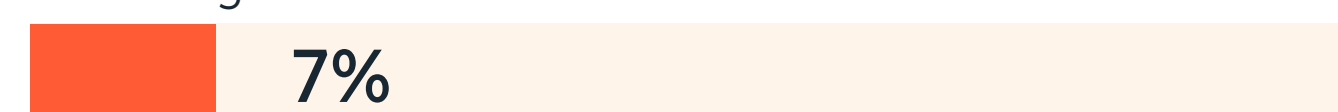
Alavancar IA/automação (ex: chatbots, segmentação, etc.)



Streaming de vídeo ao vivo

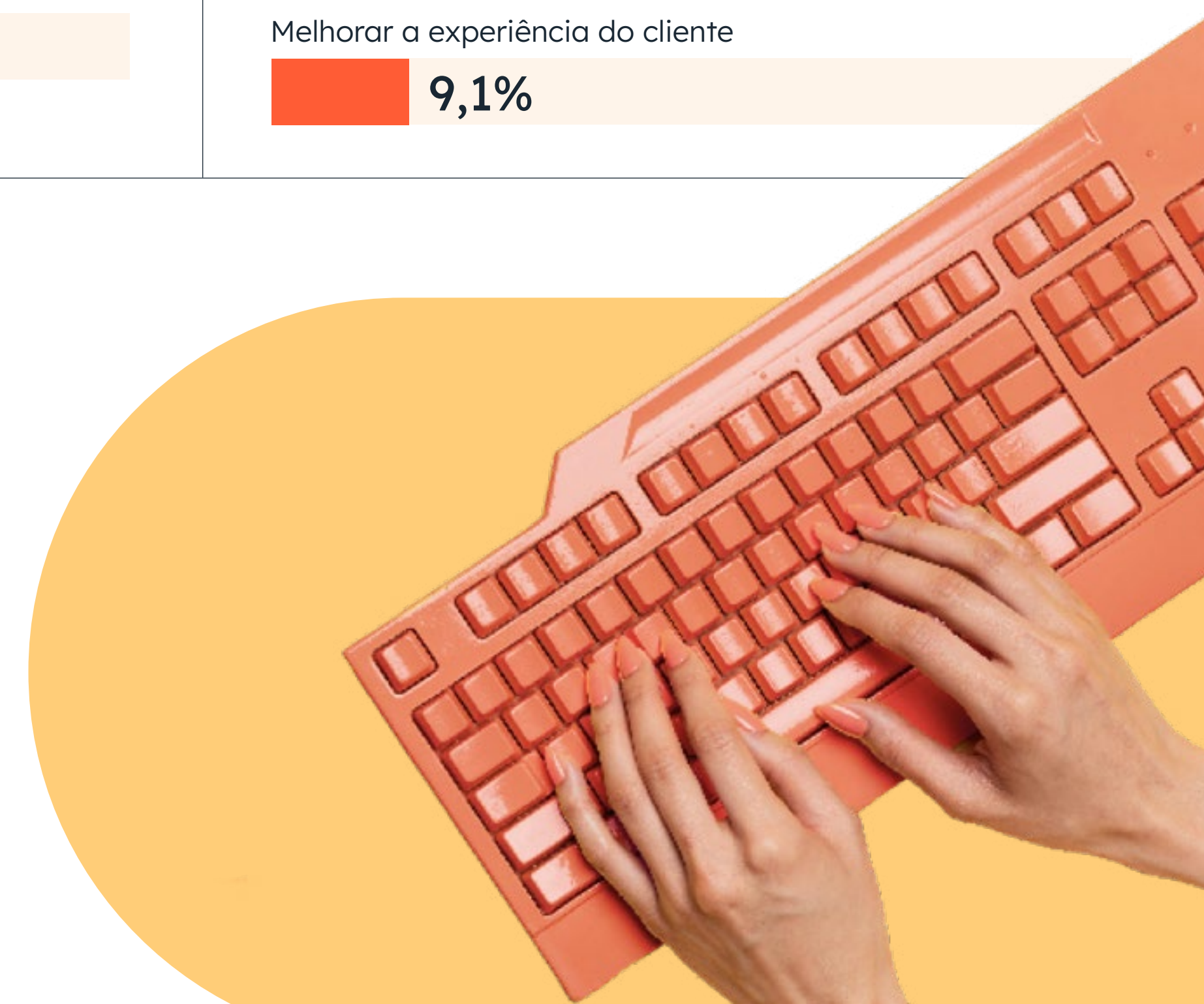


Marketing de influência



# 11%

dos profissionais de marketing brasileiros querem testar a reutilização de conteúdo em vários canais e a otimização de seus sites para IA generativa na busca





## CONSCIENTIZAÇÃO

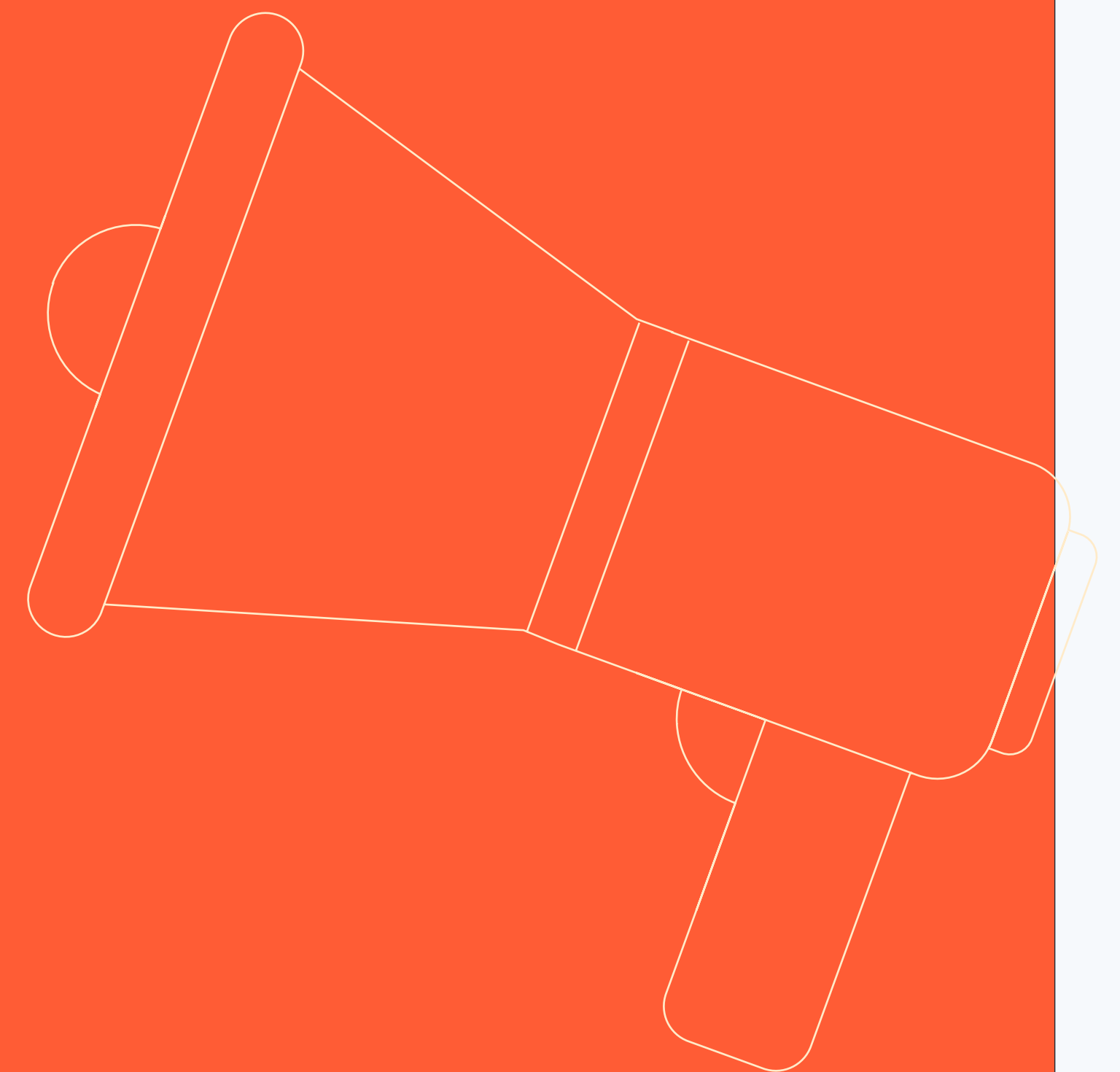
# Para aumentar a presença de uma marca, é preciso facilitar o contato por parte do cliente.

A consciência de marca começa com o desenvolvimento da confiança em redes sociais e vai até o relacionamento via site.

Redes sociais

Marketing de influenciador

Alinhamento entre times



## REDES SOCIAIS

# Se tudo acontece on-line, quase tudo acontece nas redes sociais

O Brasil ocupa posições de liderança em escala global quando o assunto é interação e engajamento nas redes sociais. Os profissionais de marketing brasileiros sabem bem disto. Entre os entrevistados, 77% querem alcançar Millennials e 76% querem engajar a Geração X, enquanto apenas 28% estão interessados em Baby Boomers. Conforme os nativos on-line se tornam tomadores de decisões, estamos vendo mudanças na forma como os compradores interagem com as empresas na Internet. Alguns dos principais desafios das redes sociais é a geração de ideias, a criação de conteúdo engajador e que resulta em leads e a conquista de novos seguidores.

Facebook, Instagram, YouTube e TikTok tiveram o melhor ROI, e são nessas redes que os profissionais de marketing estão investindo em 2024. Vinte e sete por cento dos profissionais de marketing que não usavam o YouTube planejam mudar de estratégia neste ano. Só por curiosidade, 68% dos profissionais de marketing estão prevendo que o X resultará em mais sucesso do que o Threads em 2024.

[Veja como criar uma estratégia vencedora de Marketing de Influenciadores](#) →



### Pesquisas em redes sociais

As redes sociais são o principal canal de descoberta de produtos para a Geração Z e os Millennials. 31% dos consumidores usam redes sociais para encontrar respostas a perguntas.



### Venda em redes sociais

17% dos usuários de redes sociais disseram que já compraram um produto nas redes sociais. 87% dos vendedores das redes sociais dizem que elas são eficazes, e 59% dizem que venderam mais nelas em 2023 do que em 2022.



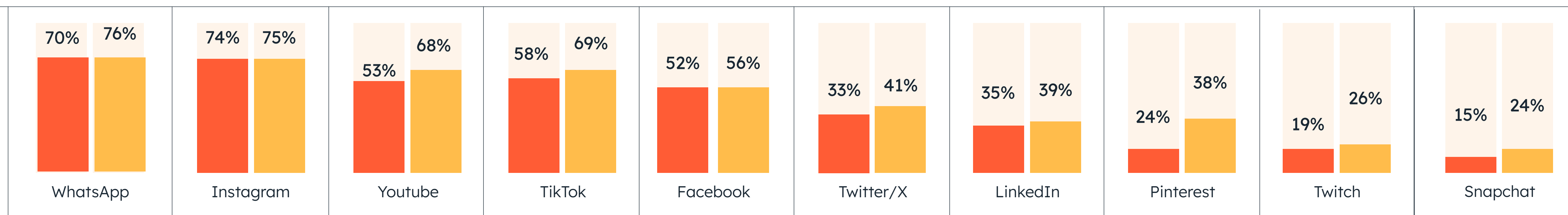
### Atendimento nas redes sociais

19% dos usuários das redes sociais disseram que mandaram uma mensagem direta para o atendimento ao cliente em 2023. Um aumento de 45% em comparação com 2022. Um em cada cinco consumidores jovens preferem esse tipo de atendimento ao cliente.

### Principais canais sociais para marketing

● Os canais que os profissionais começaram a usar mais em 2024

● Os canais os profissionais de marketing vão usar em 2025



# Aprendizados e próximas etapas



**Os tomadores de decisão estão usando as redes sociais para tudo: pesquisas, vendas e atendimento.**

Invista em WhatsApp, Instagram e YouTube para que seja fácil comprar da sua marca nas redes sociais.



**Os consumidores querem conhecer a fundo as iniciativas da marca e têm crescente preocupação com sustentabilidade.**

Experimente com conteúdos sobre o posicionamento da sua marca e trabalhe com parcerias que reforcem esses valores.



**Um time vencedor é um time que trabalha junto**

Intensifique as estratégias de alinhamento entre marketing e vendas para conhecer melhor seu público, criar campanhas mais assertivas e alcançar melhores resultados.



## ENGAJAMENTO

# As melhores conexões acontecem em uma chamada, um clique, uma conversa e pela câmera.

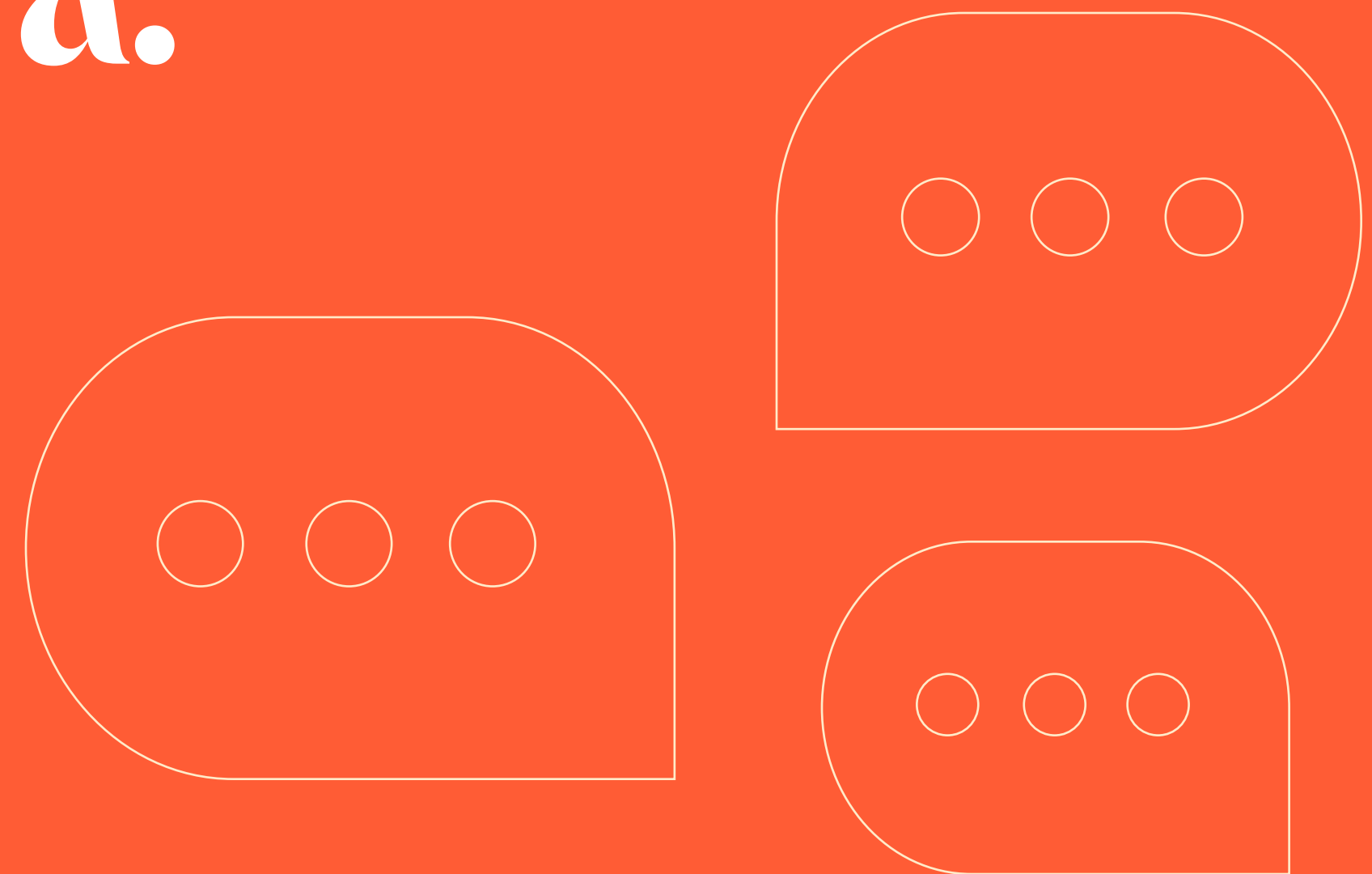
A jornada do cliente está mudando, e a comunicação de marca afeta cada decisão.

Chat

Mensagens

E-mail

Vídeos



# Mandar um Zap ou falar no Chat?

Se é para falar de mensagem, não dá para não falar dele. O WhatsApp, o aplicativo de mensagens mais usado do Brasil, tem aproximadamente 47 milhões de usuários no país, o que corresponde a 99% dos brasileiros on-line, de acordo com a [Statista](#).

O mercado de chatbots não fica atrás. De acordo com o [Mapa do Ecosistema Brasileiro de Bots](#), o volume de chatbots desenvolvido no Brasil dobrou, alcançando 671 mil em 2023, com volume mensal de mensagens trocadas entre bots e consumidores chegando a 6,9 bilhões em um ano.

As duas soluções também ganharam destaque na nossa pesquisa. 76% dos líderes de marketing que entrevistamos esperam que seus times de marketing aumentem o uso de WhatsApp nos próximos anos. Ao mesmo tempo, 56% esperam aumentar o uso de Chatbots nos próximos anos.

“Não existe a menor dúvida: se as opções são WhatsApp ou Chatbot, a resposta do Brasil sempre será: porque não os dois? O importante aqui é considerar atividades específicas em que cada tecnologia pode ajudar mais e como melhor alimentar os bots com as respostas que os seus clientes procuram”.



**RAKKY CURVELO**

Senior Marketing Manager,  
HubSpot Brasil

## Como os profissionais de marketing estão usando WhatsApp, Automação e Chatbots



### Para gerar mais ROI na estratégia

As mensagens por celular (WhatsApp, SMS e Messenger) estão entre as estratégias que mais geraram ROI para 6,82% dos líderes de marketing, enquanto chatbots e automação geraram mais ROI para 4,59% dos respondentes.



### Para preparar as equipes para o próximo ano

72% dos profissionais de marketing acreditam que seus times estão preparados para intensificar o uso de chatbots e automação em sua estratégia para 2025.

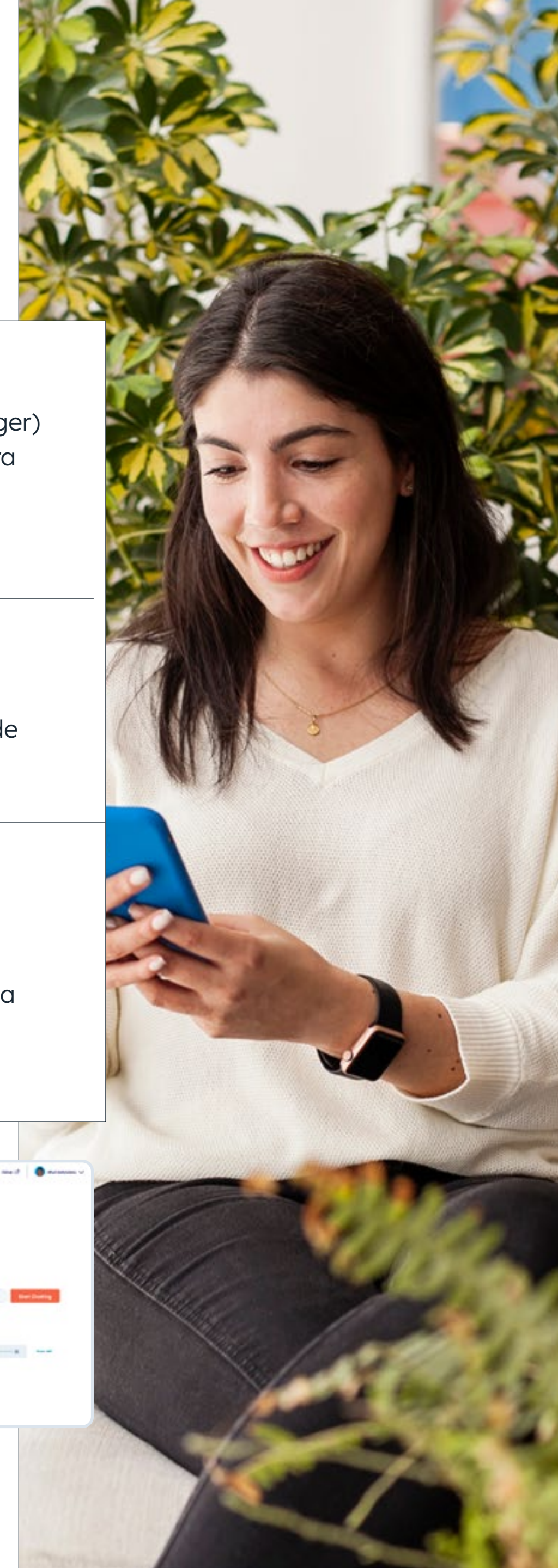
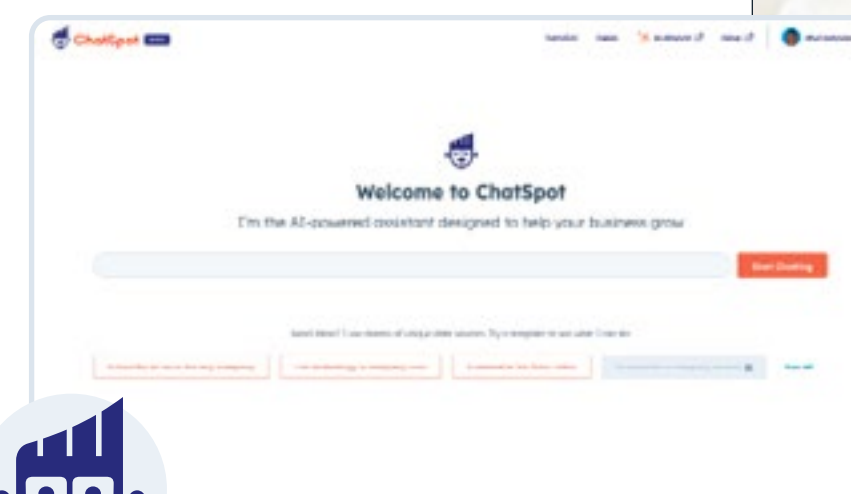


### Para otimizar novas contratações

25% dos líderes de marketing acreditam que o uso de automação e inteligência artificial irá ajudá-los a reduzir novas contratações, enquanto 6% não acredita que o uso dessas ferramentas terá qualquer impacto em contratações em 2025.

Quer um assistente pessoal de marketing gratuito que fica disponível o dia todo, todos os dias?

Experimente o



## VÍDEO

# Luzes, câmera, engajamento Os vídeos chamam a atenção e geram ROI

Entre os diferentes formatos de conteúdo, o vídeo continua a gerar o maior ROI. É por isso que cada vez mais profissionais de marketing estão aproveitando esse canal. Os profissionais de marketing estão apostando no TikTok, YouTube e Instagram para alcançar [públicos mais jovens que vão direto às plataformas de vídeo sociais para pesquisar](#) e engajar com marcas. Eles até preferem isso aos mecanismos de pesquisa. Os vídeos curtos são o principal formato. Eles têm o maior ROI e terão o maior crescimento.

### Monte a estratégia de vídeo da sua marca

#### Desenvolva a presença da sua marca no YouTube:

para maximizar a visibilidade dos vídeos, otimize os vídeos da marca com palavras-chave importantes e crie canais e playlists com base nos temas de conteúdo mais populares.

#### Experimente ferramentas de IA para vídeos:

transforme posts de blog em vídeos usando [ferramentas de IA](#) como Pictory ou crie vídeos com entrevistas usando avatares de IA no Synthesia.

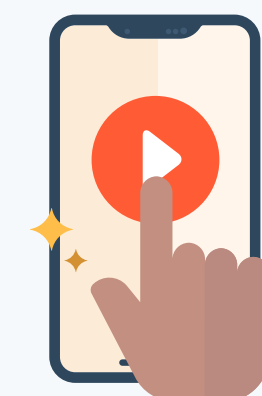
**58%**

dos profissionais de marketing que usam TikTok viram um aumento do uso da plataforma durante esse ano.

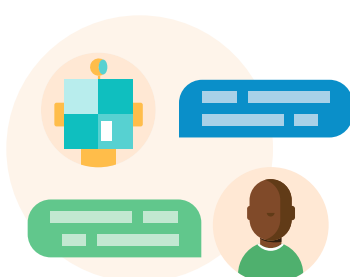


**69%**

dos profissionais de marketing esperam usar mais vídeos curtos e TikTok em 2025



# Aprendizados e próximas etapas



## Use chatbots e automação para criar uma experiência de marketing mais personalizada.

Apresente os visitantes do seu site aos chatbots e experimente ferramentas conversacionais para tarefas diárias.



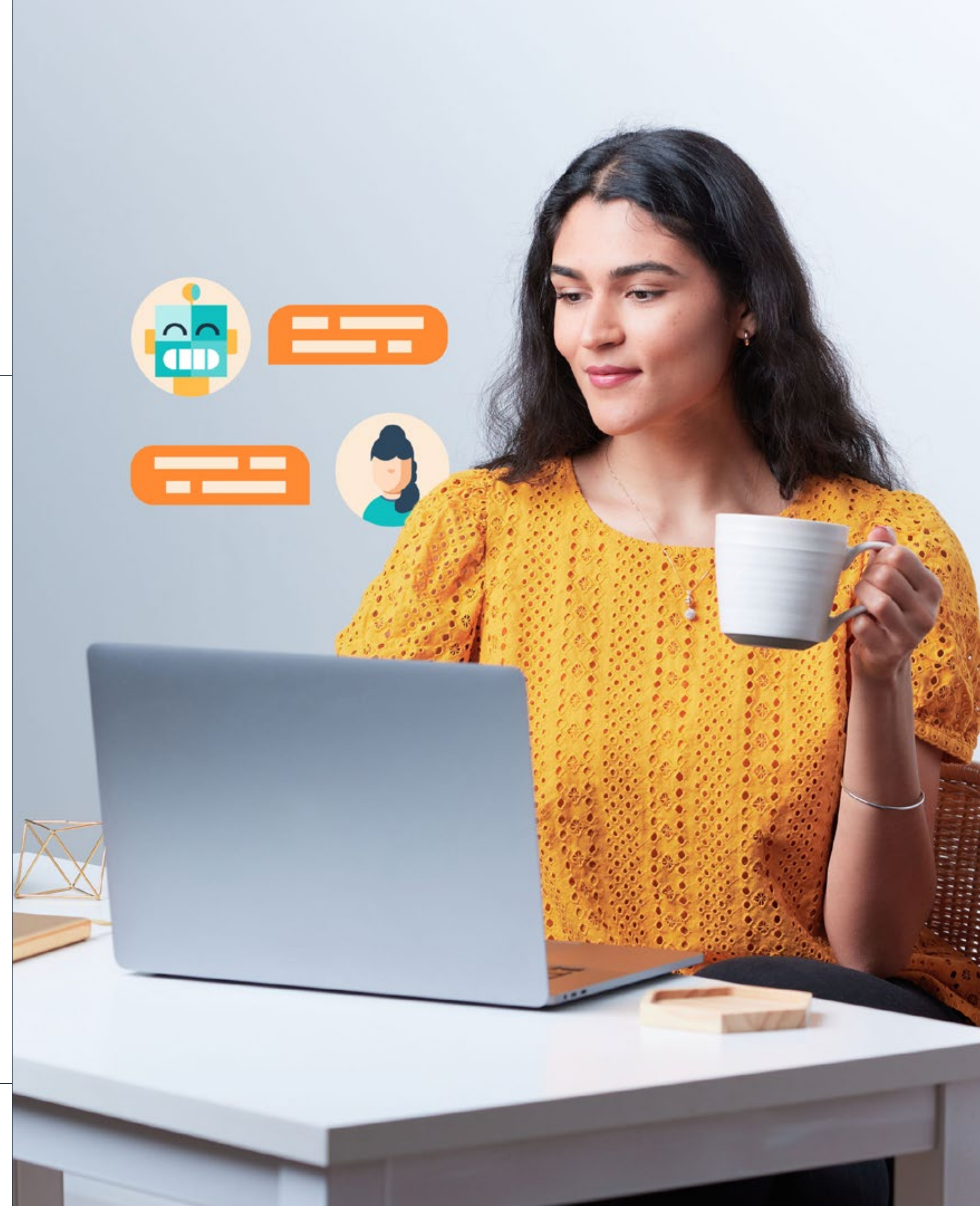
## Chat, mensagens de texto e vídeos são canais importantes que crescem no mundo todo.

Integre mais canais de comunicação como WhatsApp, SMS e TikTok ao seu programa de marketing.



## Esteja sempre pronto para se adaptar e fazer mudanças em seu plano de marketing.

Use dados para guiar suas decisões e trabalhe com uma mentalidade mais ágil, planejando os próximos meses.



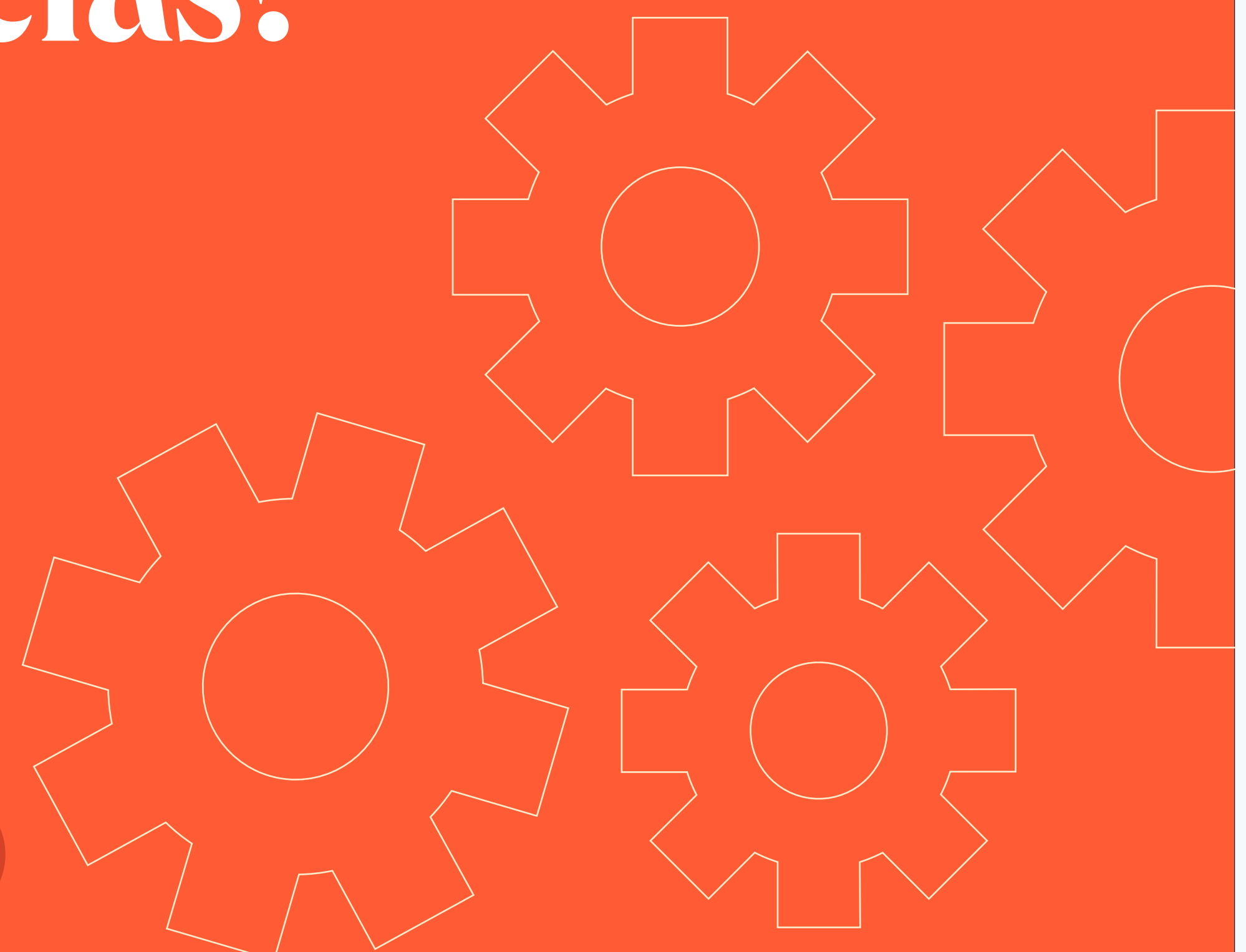
## EFICIÊNCIA

# Quer mais grandes ideias? Economize tempo em tarefas manuais.

Quando os sistemas estão funcionando bem e você tem a ajuda da IA, tudo é possível.

IA + Automação

Operações de marketing, sistemas + ferramentas





DE OLHO NO ORÇAMENTO

# De fazer mais com menos à saber o que fazer com mais

Os profissionais de marketing brasileiros estão otimistas a respeito do orçamento de marketing para 2025, e também têm objetivos muito claros sobre o que fazer e onde investir para alcançar os melhores resultados.



## Times enxutos e eficientes

A grande maioria dos times de marketing brasileiros têm no máximo 100 funcionários em tempo integral. 42% dos respondentes lideram ou fazem parte de times com 1 a 10 funcionários, 13% de times com até 50 marketeiros e apenas 6% em times com mais de 500 profissionais.

## Investimento e resultados calculados

Quase 25% dos profissionais de marketing brasileiros dizem investir de R\$ 31 a R\$ 50 mil reais mensais em marketing. 17% investem até R\$ 5 mil por mês e 5.8% investem mais de R\$ 100 mil em marketing por mês. Os resultados esperados com esse investimento são claros: A grande maioria dos respondentes revelou se preocupar mais com o aumento de receita e vendas (39%), o fechamento de mais negócios (28%), a integração entre vendas e marketing (27%) e com a integração de IA na estratégia de marketing (26%).

## Mais confiança na tecnologia e maior necessidade de capacitação

- 1 Os canais / estratégias de marketing com mais confiança por parte dos profissionais de marketing**  
72.9% dos profissionais de marketing de todo o Brasil acreditam que suas equipes devem aumentar o uso de conteúdo em vídeo de curta duração em sua estratégia para melhorar os resultados. 63% acreditam que ampliar os anúncios de resposta direta (busca, redes sociais) pode trazer mais resultados em 2025 e 56% deve amplificar a otimização de conteúdo para motores de busca.
- 2 A aproximação dos times de diversas especialidades é vital para o crescimento**  
55% dos profissionais de marketing afirmam que as equipes de automação de marketing e engajamento em vendas estão se aproximando, enquanto 59% concordam que trabalhar em equipe para aumentar a qualidade dos dados é fundamental para desenvolver uma compreensão sólida do cliente.
- 3 Crescimento profissional alinhado ao aumento de uso de tecnologias e inteligência artificial**  
13% dos profissionais e líderes de marketing brasileiros acreditam que aumentar o investimento em tecnologia e melhores ferramentas de marketing pode ajudar suas equipes de marketing a obter mais sucesso no futuro. 11% acreditam na oferta de mais oportunidades de treinamento e desenvolvimento como saída para um futuro de mais sucesso e 8,5% acreditam que é necessário aumentar a adoção de automação e inteligência artificial.

# Intensificar o uso de IA e aumentar a eficiência

Nos últimos dois anos, 63.25% dos profissionais e líderes de marketing brasileiros disseram que o uso de inteligência artificial aumentou consideravelmente em suas empresas. Como essa ferramenta tem ajudado as empresas?



## Não dá pra ficar de fora

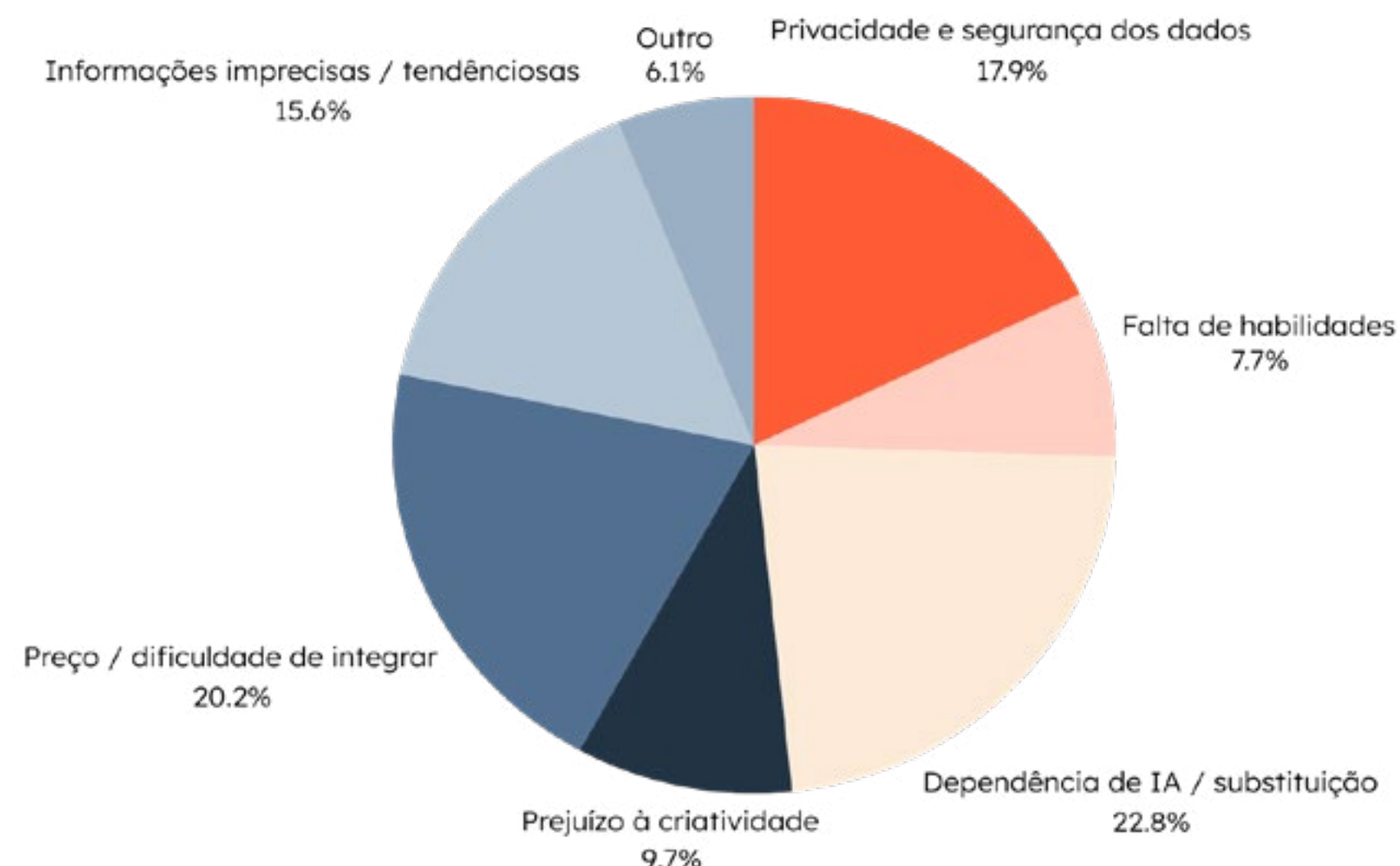
52.47% dos profissionais de marketing brasileiros já estão usando IA em alguns de seus esforços de marketing enquanto 29% já integraram em todas as iniciativas da área de marketing. Apenas 2% dos respondentes ainda não usam nenhuma ferramenta de IA em marketing.

## 2025 será o ano do trabalho em conjunto

96% dos profissionais de marketing brasileiros planejam utilizar Inteligência Artificial e Automação em suas iniciativas de marketing em 2025 e 72.34% deles vêem a IA trabalhando em conjunto com os profissionais de marketing, ajudando-os a executar a maioria de suas tarefas.

## As principais preocupações com o uso da IA

As principais preocupações dos profissionais de marketing brasileiros quando o assunto é a integração com IA são ficar dependente das ferramentas e ter seu trabalho substituído (22.8%), os preços e dificuldades em integração (20,2%) e a privacidade e segurança de dados (17.9%)



## O futuro está aqui

56.62% dos profissionais de marketing respondentes apontam o investimento em novas tecnologias como fundamental para suas equipes obterem mais sucesso no futuro. 37% acreditam que aumentar a adoção de tecnologia, como automação e inteligência artificial é o caminho para o sucesso.

## O uso de IA tem sido positivo

58,83% dos profissionais de marketing brasileiros que utilizam IA no seu dia a dia afirmam que estão muito satisfeitos e que a IA é inovadora para o marketing e aumentará significativamente a produtividade, eficiência e receita. 31% acreditam que a IA pode ser útil em certas áreas do marketing, mas ela tem limitações.

[Receba o guia: Utilização de IA generativa para expandir as operações de conteúdo →](#)

# Quem são as queridinhas dos brasileiros

Os profissionais de marketing passam em média quatro horas por dia em tarefas manuais, administrativas ou operacionais. Mas com as ferramentas de IA, **os profissionais de marketing estão economizando 3 horas por conteúdo** e 2,5 horas por dia no geral.

Quando o assunto é eficiência, é importante escolher as ferramentas certas. O ChatGPT ainda é líder absoluto quando o assunto é a escolha de ferramentas para apoiar no dia a dia, com 34.9% dos profissionais de marketing brasileiros afirmando utilizar a ferramenta em seu dia a dia.

Ainda assim, é importante notar outras ferramentas garantindo um bom espaço nesse cenário, ainda que com funções bem diferentes. O Canva foi mencionado por 22% dos respondentes, o Gemini por 14% e as ferramentas de IA da HubSpot por 8% dos participantes da pesquisa.

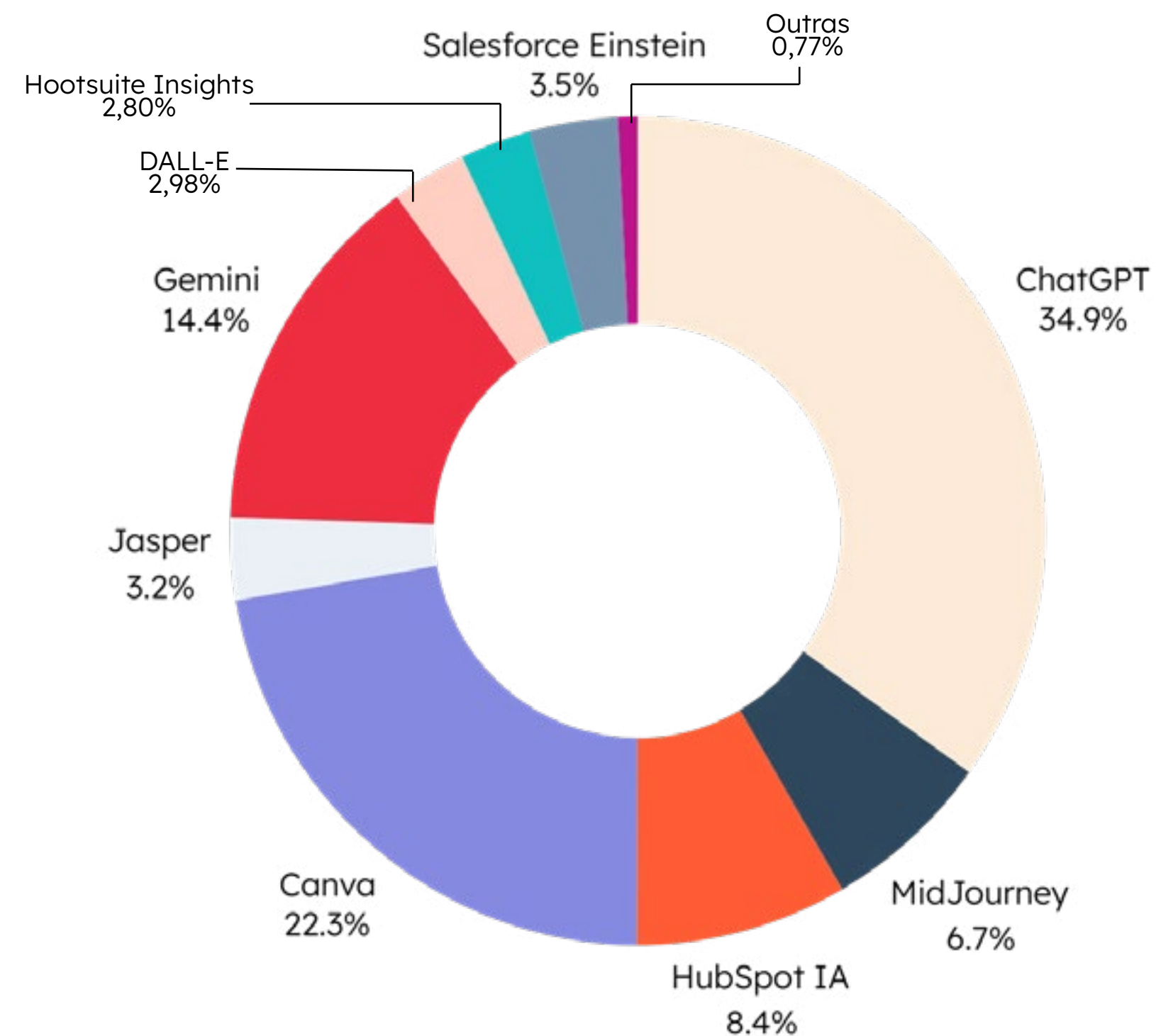
“Ao escolher uma ferramenta de IA para o dia a dia da sua empresa, é importante considerar a facilidade de integração com os sistemas que você já usa, a disponibilidade de acesso para todo



**ALEJANDRO RICO**

Sales Director, HubSpot  
Brasil

## As ferramentas de IA mais usadas no Brasil



# Prioridade: uma única fonte de dados

Agora, mais do que nunca, ter uma única fonte de dados é essencial para oferecer uma experiência de alto nível aos clientes. Para 75% dos profissionais de marketing, ter dados do público é muito importante para o marketing, já que ajuda a alcançar o público com sucesso, entender quais estratégias estão funcionando, planejar o mix de mídia certo e criar conteúdo mais eficaz.

Mas cerca de um em quatro profissionais de marketing afirma que é difícil compartilhar dados com outras equipes e obter os dados necessários de outras equipes da empresa. E apenas 44% dos profissionais de marketing afirmam que as ferramentas que usam estão interligadas. Profissionais que não têm suas ferramentas interligadas estão enfrentando desafios sobre como e onde seus dados são armazenados, têm acesso limitado a dados vinculados de vendas e marketing e não têm uma única fonte de dados para orientar a estratégia.



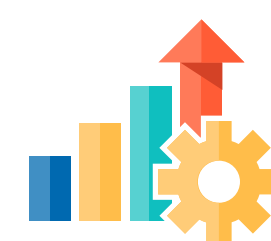
**75%**  
profissionais de marketing brasileiros têm uma única fonte de verdade para todos os seus dados de marketing



**24%**  
dos profissionais de marketing afirmam que os dados ajudam a alcançar o público-alvo de maneira mais eficaz



**39,5%**  
dos profissionais de marketing com uma única fonte de dados dizem que isso é bom para a empresa.



**1 em cada 4**  
profissionais de marketing brasileiros têm dados de marketing totalmente integrados às suas ferramentas.



**16%**  
dos profissionais de marketing brasileiros afirmam que possuem muito alta qualidade de dados sobre seu público alvo



**9%**  
dos profissionais de marketing brasileiros acreditam que os dados aumentam o ROI de seus esforços de marketing

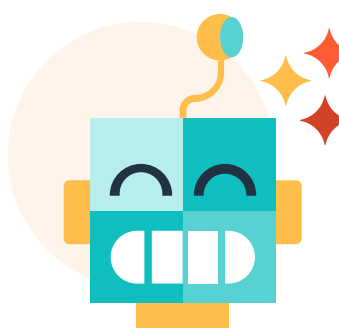
## EFICIÊNCIA

# Aprendizados e próximas etapas



**Sistemas eficientes dão aos profissionais de marketing mais tempo para serem criativos.**

As equipes de operações de marketing são heróis anônimos. Elas merecem mais recursos e tempo.



**Use IA para automatizar tarefas manuais e melhorar a segmentação.**

Experimente a IA para aprender mais sobre seu público, conectar times e ampliar o alcance personalizado.



**A IA é tão eficaz quanto aqueles que a utilizam. Invista em treinamentos e ferramentas**

A IA veio para ficar: crie diretrizes claras sobre como usar ferramentas de IA, invista em treinamentos e capacitação, e compartilhe dicas com colegas de trabalho.



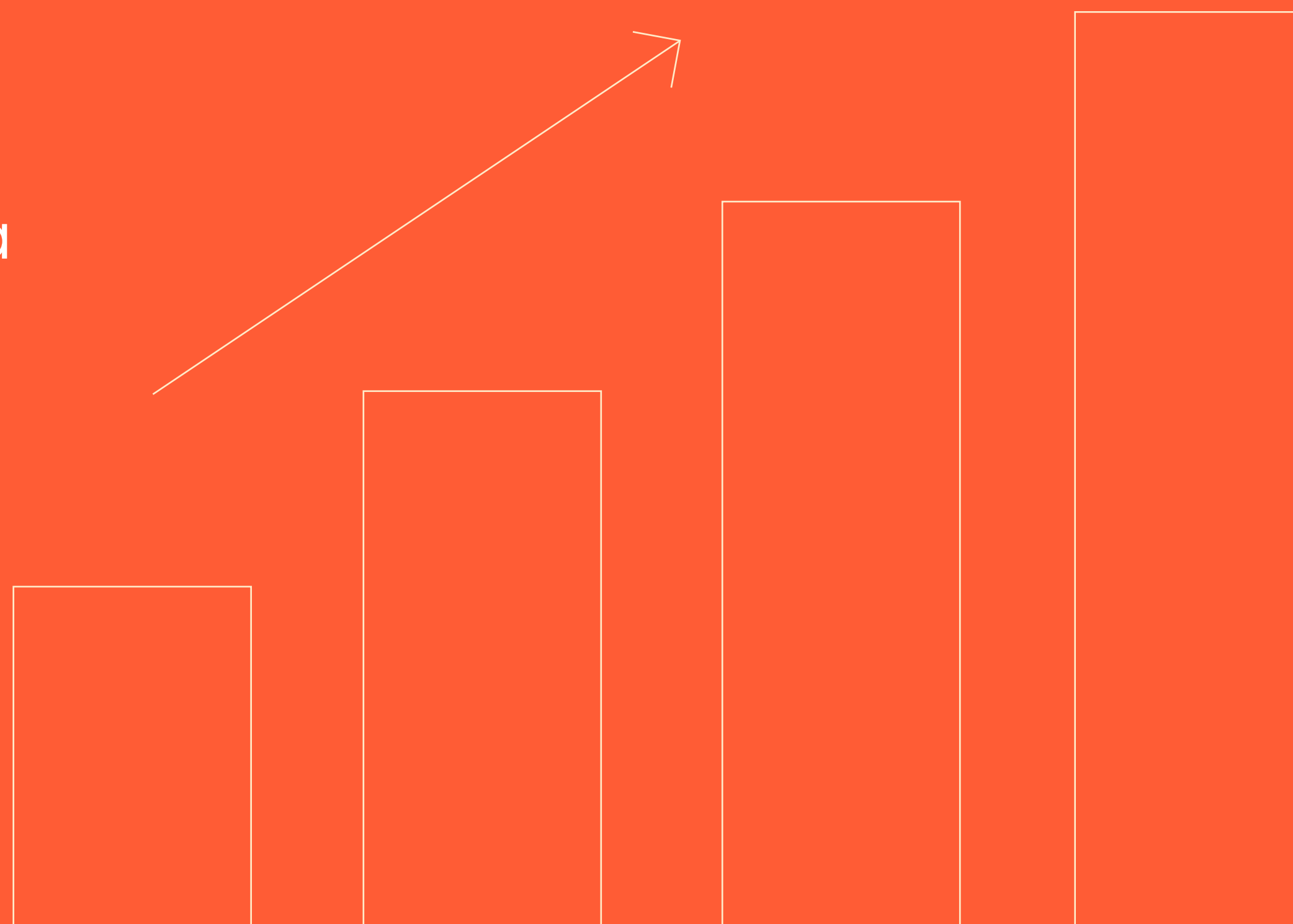
## CRESCIMENTO

# Encante públicos específicos com conteúdo valioso e orientado por dados.

As equipes de marketing de conteúdo trabalham de perto com as de vendas para compartilhar campanhas envolventes.

Marketing de conteúdo

Capacitação em vendas



# Como desbravar o novo cenário de marketing com dados próprios e IA

À medida que o cenário do marketing B2B continua a evoluir, os profissionais de marketing enfrentam um desafio crescente: alcançar e envolver o público-alvo de forma eficaz. Cookies de terceiros já não são uma opção.

Como resultado, houve uma mudança em direção à coleta de dados próprios e ao uso de inteligência artificial (IA) para criar conteúdo personalizado. Este aumento na adesão da IA é um movimento estratégico dos profissionais de marketing para elevar a qualidade e a eficácia de seu conteúdo. Uma grande mudança está acontecendo, com 58% dos profissionais de marketing brasileiros avaliando positivamente o uso da IA para aumentar produtividade, eficiência e receita.

“A adoção de IA continuará revolucionando o mercado nos próximos anos. Os resultados nos times de marketing devem impulsionar outras equipes a integrar novas ferramentas, experimentar e aderir às facilidades que a IA tem trazido para o dia a dia dos negócios”.



**TIAGO CORREIA**

Sales Manager, HubSpot  
Brasil

## A IA generativa não é apenas eficiência: ela pode ser usada para criar conteúdo com desempenho superior

Impressionantes 81% dos [profissionais de marketing em todo o mundo](#) que usam IA generativa relatam

**85%**

dos profissionais de marketing relatam que a IA melhorou a qualidade do conteúdo.

**84%**

dos profissionais de marketing disseram que as ferramentas de IA deixaram a criação de conteúdo mais eficiente.

**82%**

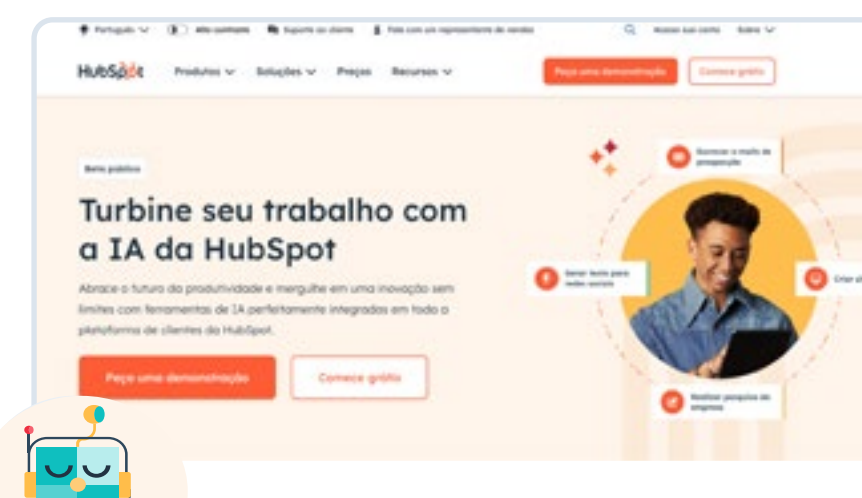
dos profissionais de marketing disseram que a IA aumentou suas capacidades de produção de conteúdo.

**77%**

dos profissionais de marketing acham que a IA os ajudou a criar conteúdo mais personalizado.

Quer integrar a IA em todas as áreas da sua empresa?

Conheça as ferramentas de IA da HubSpot →



## Como vencer obstáculos para o uso da IA

A integração da IA nos fluxos de trabalho diários faz parte da jornada atual dos profissionais de marketing. **Embora metade utilize IA para tarefas específicas**, 46% sentem-se atordoados pela ideia de incorporar perfeitamente a IA no seu fluxo de trabalho diário. E seis em cada dez profissionais de marketing que usam IA temem possíveis preconceitos, plágio ou desalinhamento com os valores da marca. Essa abordagem cautelosa reflete os esforços conscientes para equilibrar as vantagens da IA com a obrigação de manter a integridade da marca.

“**Como prova da natureza evolutiva do marketing, 40% das empresas em todo o mundo deram um passo proativo ao contratar especialistas em IA dedicados para apoiar as suas equipes de marketing.**”

## Como se adaptar às mudanças na privacidade de dados

Com o cenário em rápida mudança dos regulamentos de privacidade de dados, os profissionais de marketing estão muito cientes do impacto que essas mudanças têm em suas estratégias. Uma esmagadora maioria de 84% dos profissionais de marketing reconhecem a influência significativa das mudanças na privacidade de dados, e a desativação gradual de cookies de terceiros pelo Google é uma de suas principais preocupações.

A dependência de cookies de terceiros é muito alta, com 81% afirmando que as atividades de marketing dependem deles de alguma forma. A iminente perda de acesso a esses cookies fez com que 76% dos profissionais de marketing previssem mais dificuldades para o marketing.



**47%**

dos profissionais de marketing estão explorando ativamente alternativas à segmentação por cookies de terceiros.

Duas opções saíram na frente: a segmentação nas redes sociais e a coleta de dados próprios. Na pesquisa [State of Marketing](#) divulgada pela HubSpot globalmente, 25% considera anúncios segmentados nas redes sociais como uma solução potencial e 25% dá prioridade à coleta de dados próprios.





## CAPACITAÇÃO EM VENDAS

# O alinhamento entre vendas e marketing começa com dados centralizados

Apenas 35% dos profissionais de marketing afirmam que suas equipes de vendas e marketing estão fortemente alinhadas. Nossa! As equipes de vendas e marketing não têm uma única fonte de dados ou acesso aos dados umas das outras, o que leva à desconexão entre as equipes.

### Principais desafios para alinhar vendas e marketing

- Falta de comunicação eficaz entre as equipes
- Equipes de vendas e marketing usam ferramentas diferentes
- Dificuldade em compartilhar dados entre equipes

### Resultados do desalinhamento entre vendas e marketing

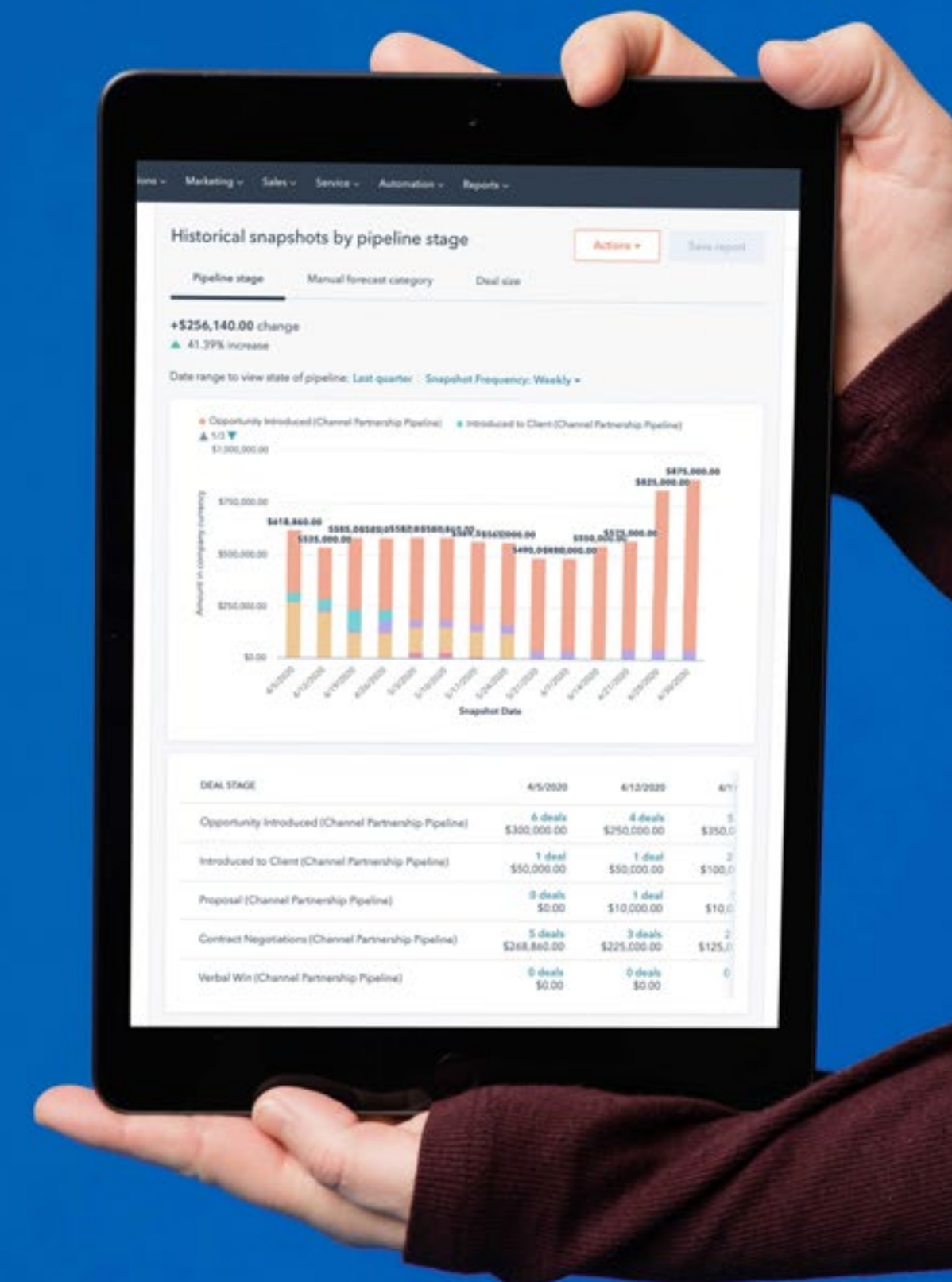
- Orçamentos de marketing desperdiçados
- Vendas perdidas e leads desengajados
- Uma experiência do cliente ruim e impessoal

## As ferramentas certas fornecem acesso compartilhado a dados de alta qualidade

Os profissionais de marketing com uma única fonte de dados têm 56% mais probabilidade de estar fortemente alinhados com a equipe de vendas e 26% mais probabilidade de dizer que sua estratégia de marketing este ano foi muito eficaz em comparação com os desalinhados.

Mais da metade dos profissionais de marketing (57%) acreditam que o CRM se tornou mais importante em 2023, e as equipes de marketing que usam CRMs têm 128% mais probabilidade de relatar uma estratégia de marketing eficaz. Os profissionais de marketing com ferramentas, dados e equipes conectados tiveram um desempenho significativamente melhor em 2023, e a IA está ajudando. Cerca de três em cada quatro profissionais de marketing que usam IA e automação afirmam que essa tecnologia ajuda suas organizações a compartilhar dados e colaborar de forma mais eficaz.

[Prepare suas equipes de vendas e marketing para o sucesso com alinhamento entre times](#) →



# Aprendizados e próximas etapas



## A IA eleva a qualidade e o desempenho do marketing de conteúdo.

Comece a usar ferramentas de IA, mas sempre incorpore um toque humano e a voz exclusiva de sua marca.



## As empresas que crescem mais rápido alinham equipes de vendas e marketing.

O alinhamento começa com o compartilhamento de dados e se estende a metas colaborativas.



## Marcas de alto desempenho têm uma única fonte de dados.

Integre seus dados de marketing e vendas em um só lugar para orientar todas as equipes que interagem com os clientes.



## CONCLUSÃO

# Aproveite as redes sociais, experimente a IA e alinhe seus sistemas.

O sucesso do marketing hoje depende do acesso rápido aos dados e da personalização em grande escala.



## CONCLUSÃO

# Marketing mais humanizado, com a ajuda de robôs

Os fatores que mais impactam a forma como as empresas operam hoje são o rápido avanço da tecnologia, a ascensão dos nativos digitais no mundo do trabalho e as condições econômicas em geral. Todos esses fatores estão levando as equipes de marketing a priorizar a eficiência e uma experiência digital integrada e impulsionada pela tecnologia. As empresas mais bem-sucedidas e de crescimento mais rápido estão investindo nas ferramentas, processos e sistemas certos para impulsionar o crescimento, ao mesmo tempo que enfatizam a criatividade e a conexão.

Se você ainda não experimentou a IA, tá esperando o quê? É hora de aproveitar a IA e avançar para o futuro da inovação, de uma forma um pouco mais mágica.

HubSpot

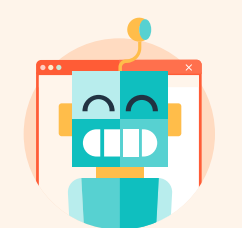
## Cresça conosco

Profissionais de marketing: temos todos os recursos para ajudar você a acompanhar tendências, práticas recomendadas e muito mais.



### [O blog de Marketing →](#)

Os mais recentes insights, ideias e inspiração para os profissionais de marketing criativos modernos.



### [O blog de IA \(em inglês\) →](#)

Análises simples das notícias mais importantes sobre IA para profissionais.



### [Marketing Hub →](#)

Software de marketing que ajuda a gerar receita, poupar tempo e recursos e mensurar e otimizar seus investimentos.



### [Ferramentas de IA da HubSpot →](#)

Abrace o futuro da produtividade e desenvolva a inovação com ferramentas de IA fáceis de usar, disponíveis em toda a plataforma da HubSpot.



### [Cursos e certificações de marketing →](#)

Aprenda sobre as últimas tendências de negócios e marketing com os principais especialistas.

## Metodologia

Conduzimos uma pesquisa em agosto de 2024 com mais de 770 profissionais de marketing B2B + B2C de todo o país, em vários setores para obter esses dados.

### Regiões representadas:

Norte (6.8%), Nordeste (22.9%), Centro-Oeste (8.8%), Sudeste (43.3%) e Sul (17.9%).

### Setores representados

Publicidade ou marketing

Agricultura, alimentos e bebidas

Serviços empresariais ou de consumo

Software

Construção

Bens de Consumo

Serviços financeiros e seguros

Governo, educação ou sem fins lucrativos

Saúde ou saúde pública

Tecnologia da informação

Fabricação e materiais

Mídia e entretenimento

eCommerce

Varejo

Viagens, hospitalidade ou entretenimento



Esse conteúdo também utilizou insumos da pesquisa global “[State of Marketing](#)” conduzida pela HubSpot em setembro de 2023 com um total de mais de 1.400 profissionais de marketing B2B e B2C de todo o mundo, para a obtenção de dados específicos (conforme sinalizado ao longo deste material).