



Unificando seus dados de marketing para melhores resultados

Riley Maris

Especialista em marketing de produtos sênior – Parceiros de Tecnologia, Tableau



O Google Cloud Platform (GCP) e o Tableau fornecem uma solução para unificar seus dados de marketing: uma solução que cria uma única fonte da verdade e que proporciona às equipes as ferramentas necessárias para analisar informações e promover decisões em tempo real, sem exigir analistas especializados ou fluxos de trabalho complexos. Ao conectar fontes de dados relativamente diferentes, como soluções de CRM ou sistemas de automação de marketing, em uma única exibição acessível, informações mais detalhadas são reveladas sobre o público, afetando imediatamente os seus negócios e colaborando para conexões mais profundas com os clientes. Este eBook detalha os motivos que levam os profissionais de marketing a se beneficiar de uma visão holística e acessível dos seus dados para conquistar eficiência organizacional e melhores resultados com campanhas, ao mesmo tempo em que melhoram o desempenho da marca com estratégias de vendas e afinidade com os clientes.



INTRODUÇÃO

O atual paradigma de marketing exige uma abordagem multicanal altamente responsiva, na qual os dados são coletados e analisados em todas as interações com os clientes. Ainda assim, a maioria das empresas luta para integrar suas fontes de dados de maneira eficaz. Para muitas, falta o conhecimento e os recursos necessários para transformar o conteúdo em informações com as quais seja possível trabalhar.

DESAFIOS CRÍTICOS

Dados discrepantes estão por toda parte

Ao longo do tempo, o volume dos dados cresceu, mas reside em silos entre as diferentes empresas e com parceiros ([Harvard Business Review](#)). Além disso, menos de 50% dos dados estruturados são usados para tomar decisões, enquanto uma parcela inferior a 1% desses dados é analisada ou utilizada.

Os líderes de marketing digital estão buscando maneiras de consolidar seus dados de mídia em uma única exibição que possa ser acessada entre departamentos. Isso inclui publicidade digital, dados de marketing e conversão de campanhas digitais, dados de canais de conversão de clientes potenciais em vendas e tráfego de site, entre outros.

Pesquisas indicam que, quando as organizações otimizam suas fontes de dados, é mais provável que elas superem a concorrência em vendas, lucros e retorno para os acionistas. No entanto, em primeiro lugar, é preciso superar o obstáculo imposto pelo gerenciamento de todos os seus dados.



Aumentando as exigências da função

A função do profissional de marketing está em constante evolução e, como tal, uma rápida adaptação é necessária para atender às demandas que mudam com o passar do tempo. Junto com essas demandas, ocorre uma mudança de foco para as habilidades em evolução. De fato, 75% dos CMOs acreditam que precisam de mais habilidades especializadas para que eles e suas organizações possam operar de maneira diferente no futuro. Essas habilidades variam desde o uso de tecnologias emergentes e a análise de suas implicações até uma postura de foco analítico a fim de visualizar e entender novas oportunidades que incentivam estratégias e impulsionam o crescimento.

Um novo foco em canais emergentes e dinâmicos de comunicação e marketing complica ainda mais a situação, pois os líderes de marketing ajustam a alocação de seus orçamentos a novas plataformas que não existiam há alguns anos. Agora, existe um equilíbrio delicado entre orçamento, objetivos comerciais, prioridades de marketing e campanhas multidimensionais tirando o sono dos líderes de marketing.

"Os testes A/B que as nossas equipes de análises de marketing utilizam para acompanhar o desempenho são adequados para táticas de marketing, campanhas e pequenas decisões. O problema é que não há um teste A/B para as grandes decisões que envolvem estratégias, dilemas e compromissos que o CMO precisa tomar, nas quais você tem tudo a ganhar ou a perder."

Elissa Fink

Diretora de marketing, Tableau

Comprovando o ROI com um aumento no marketing digital

O crescimento no volume dos dados é impulsionado por diversos fatores, entre eles o aumento nos gastos com marketing digital. No primeiro semestre de 2017, os gastos com publicidade digital cresceram 23%, o que corresponde a um recorde histórico de acordo com a [Interactive Advertising Bureau/PricewaterhouseCoopers](#). O investimento em pesquisas pagas, publicidade gráfica, publicidade em redes sociais, publicidade em vídeos on-line e marketing por e-mail também está seguindo um ritmo semelhante e, de acordo com a Forbes, em cinco anos, corresponderá a quase metade de toda a publicidade. Um maior volume de dados proveniente do marketing digital significa mais áreas para demonstrar que um investimento valeu a pena.

O desafio é que menos de um quarto das organizações estão satisfeitas com sua capacidade de otimizar os dados dos clientes para criar experiências mais relevantes, de acordo com a [Salesforce](#). À medida que esforços de marketing são colocados em prática, todos os níveis da equipe de marketing sentem-se mais pressionados enquanto lutam para otimizar os dados dos clientes e, portanto, têm dificuldade em fazer com que as contribuições do marketing digital sejam refletidas na receita geral.



menos de um quarto

das organizações estão satisfeitas com sua capacidade de otimizar os dados dos clientes para criar experiências mais relevantes, de acordo com a Salesforce.

Incapacidade de obter o conjunto de habilidades necessário para atender às crescentes necessidades de dados

Para obter informações dos dados, você precisa de pessoas que saibam como construir uma plataforma de dados, desenvolver modelos de dados e arquitetura e integrar dados de várias fontes. Infelizmente, uma porcentagem significativa dos profissionais de marketing não tem o treinamento em dados necessário no local de trabalho para ajudar nessas áreas. Com a falta de candidatos qualificados, nem mesmo as empresas com os mais avançados recursos de análise conseguem contratar pessoas suficientes para gerar informações a partir dos seus dados corporativos.

Em um intervalo de 12 meses, analistas do setor da Gartner e da McKinsey divulgaram uma pesquisa que projeta um déficit de 100.000 a 190.000 empregos na área de ciência de dados até o final desta década. Isso significa que a concorrência será acirrada para novos talentos que tiverem o conjunto ideal de habilidades de dados, e que os candidatos (internos ou externos) com as habilidades certas estarão em alta demanda.

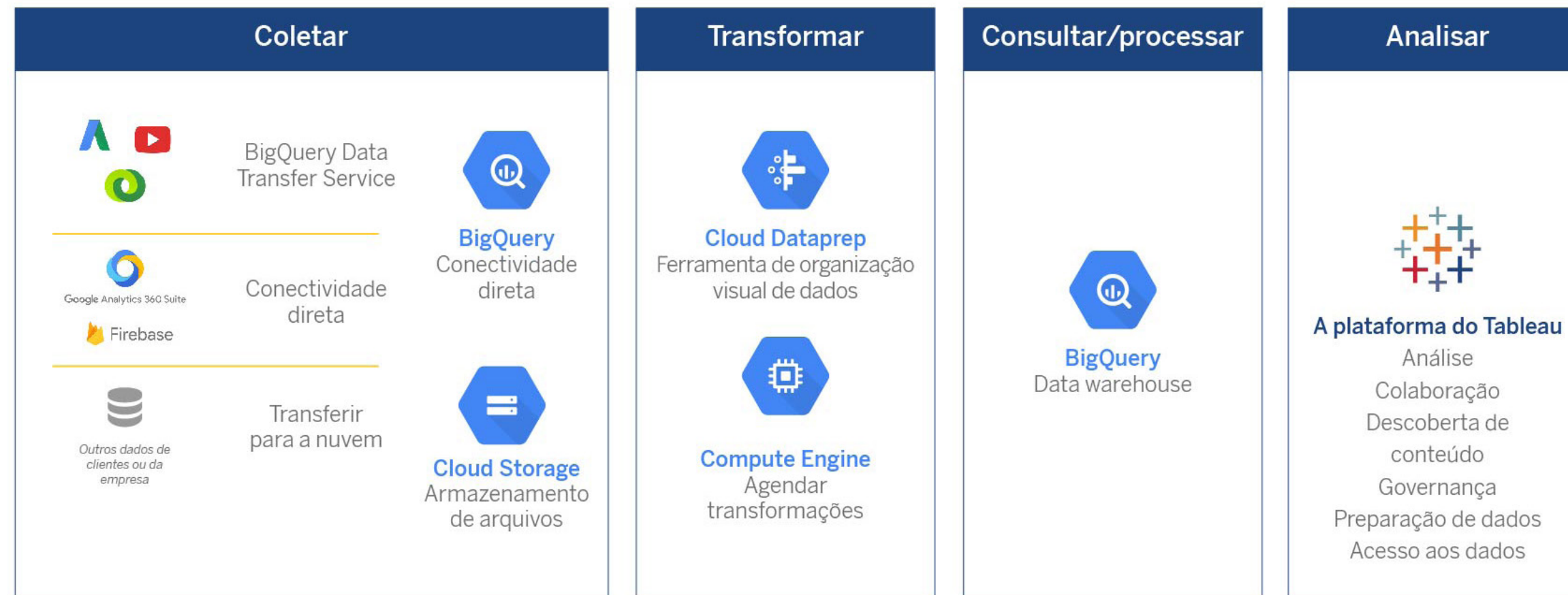


entre 100.000 e 190,000

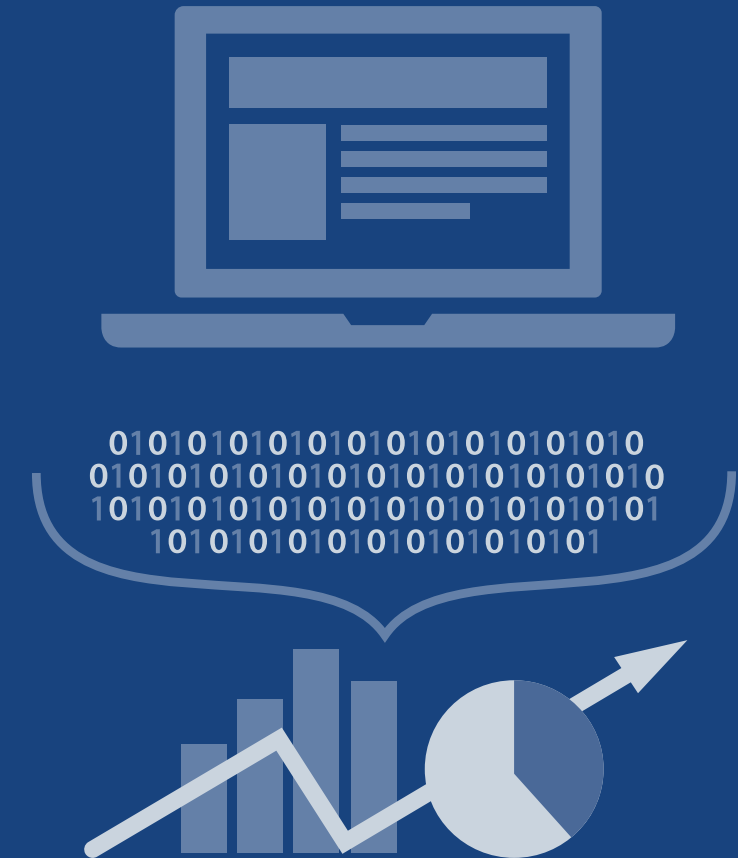
empregos disponíveis na área de ciência de dados até o final desta década. A concorrência será acirrada para novos talentos que tiverem o conjunto ideal de habilidades de dados.

SOLUÇÃO COM O GOOGLE CLOUD PLATFORM E O TABLEAU

Combinar o poder do Google Cloud como a plataforma escalável para todos os seus dados de marketing digital com o Tableau para obter as melhores informações de análise visual, colaboração e dados seguros significa que você pode avançar na mesma velocidade da inovação.



Com o Serviço de transferência de dados BigQuery, você pode consolidar facilmente os canais de marketing e as fontes de dados mais importantes no BigQuery: a solução de data warehouse altamente escalável e sem servidor do Google. Isso reduz muito o tempo gasto com o gerenciamento e a análise de fontes de dados. Após a coleta e a consolidação dos dados, o Cloud Dataprep fornece uma interface de usuário intuitiva e visual para preparar dados estruturados e não estruturados para análise. Como etapa final do processo, a plataforma de análise do Tableau ajuda você a obter informações práticas em tempo real a partir dos seus dados. Colabore por toda a organização com o Tableau Server implantado no Google Compute Engine e, em seguida, use essas informações para criar novos segmentos, otimizar campanhas e tomar decisões de negócios bem informadas.



ESTUDOS DE CASO SOBRE CONEXÃO DE VÁRIAS FONTES DE DADOS



Em um curto período, a Zulily deixou de ser uma pequena start-up para se transformar em uma empresa de e-commerce avaliada em US\$ 1,5 bilhão que conecta famílias a marcas de roupas, itens de decoração e brinquedos. Diante de uma torrente de dados provenientes de fontes internas e externas, a Zulily criou uma plataforma de autoatendimento para análises de marketing que utiliza a integração do Google BigQuery com o Tableau. Pela primeira vez, temos uma exibição única dos dados em vários pontos de contato de marketing, incluindo anúncios do Facebook, anúncios do Google e e-mails. Com isso, pudemos combinar os dados com fontes internas, como sequências de cliques, catálogos de produtos e transações de pedidos, para tomar decisões comerciais mais rápidas e inteligentes", explica Sasha Bartashnik, Gerente de análises de marketing da Zulily.

"Pela primeira vez, temos uma exibição única dos dados em vários pontos de contato de marketing"

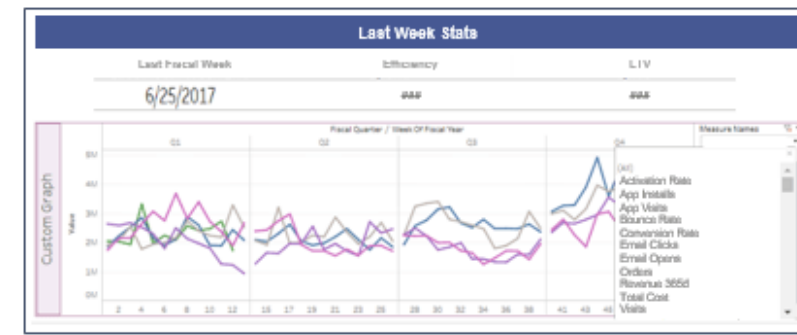
Sasha Bartashnik

Gerente de análises de marketing, Zulily

A integração do Tableau e do BigQuery possibilita duas melhorias vitais na eficiência, graças ao modelo de autoatendimento:

1. Ela aumenta a agilidade da equipe de análises em adquirir, processar e usar dados para criar relatórios e modelos sem exigir o envolvimento da TI.
2. Ela fornece aos usuários corporativos acesso em tempo real aos principais dados, sem a necessidade de envolver analistas para obter ajuda com a geração de informações básicas.

Como todos os dados de marketing residem em tabelas do BigQuery, a Zulily consulta dados de praticamente qualquer tamanho e em qualquer nível de granularidade para alimentar seus modelos de análises. A empresa pode então explorar esses dados e criar visualizações no Tableau para envolver os usuários, além de lhes oferecer a chance de detalhar as métricas de desempenho de todos os anúncios, programas e canais, o que melhora consideravelmente o entendimento dos negócios.



Painéis do Tableau

Aplique filtros para ver métricas importantes

Entenda o desempenho de todos os anúncios, campanhas e canais

Crie relatórios personalizados

Baseia-se em tabelas do BigQuery das principais métricas de clientes

Consulte métricas de marketing em qualquer nível de detalhe

Baixe e segmente os dados ou incorpore-os em relatórios

```
New Query ?
1 select *
2 from _z_acquisition.src_channel_program_metrics
```

RUN QUERY Save Query

Row	date	campaign	advertiser	placement	cost	orders	LTV
1	#	#	#	#	#	#	#
2	#	#	#	#	#	#	#
3	#	#	#	#	#	#	#
4	#	#	#	#	#	#	#
5	#	#	#	#	#	#	#
6	#	#	#	#	#	#	#
7	#	#	#	#	#	#	#

"Como o Tableau ajuda nossos usuários corporativos a fazer e responder suas próprias perguntas ou manipular os dados por conta própria, nossa equipe fica livre da responsabilidade de atualizar relatórios diários constantemente ou de atender a solicitações simples de alteração de dados", afirma Sasha. Agora, todos estão livres para usar a plataforma de dados da Zulily para o desenvolvimento de modelos avançados de aprendizado de máquina, que incentivam os clientes a comprar e que oferecem uma base mais sólida para a compreensão da experiência do cliente.



"Com essa abordagem de autoatendimento e o modelo do cliente em ação, a equipe da TI da Zulily tem a liberdade necessária para se concentrar em itens de maior valor, como a construção de uma arquitetura de sistema robusta para a otimização de anúncios em tempo real."

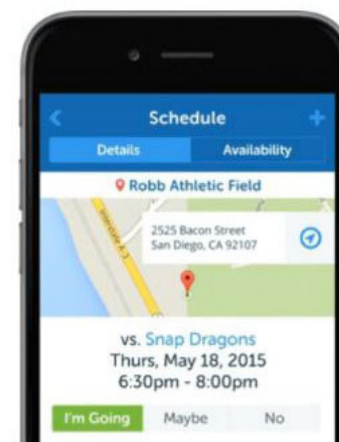
Sasha Bartashnik

Gerente de análises de marketing, Zulily



Qualquer pessoa que tenha participado como treinador ou jogador em uma equipe esportiva (ou que tenha filhos envolvidos em atividades esportivas) sabe como é difícil lidar com tarefas de agendamento e logística. Desde os treinos até os jogos propriamente ditos, ou desde os uniformes até os encarregados de trazer os lanches, são muitos os detalhes que os treinadores, administradores, pais e jogadores precisam gerenciar. Não é à toa que o TeamSnap, um aplicativo de gerenciamento de equipes esportivas, clubes e torneios, explodiu em popularidade por todo o mundo. Ao sincronizar eventos com os calendários pessoais de todos os usuários e fornecer acompanhamento de mensagens e pagamentos, o TeamSnap facilita a comunicação e a organização.

O TeamSnap comercializa seu aplicativo para treinadores, jogadores e clubes por meio de anúncios segmentados do YouTube. Ele também usa o Google AdWords e o DoubleClick para anunciar em resultados de pesquisas e veicular campanhas programáticas. Estes são métodos altamente eficazes, ajudando



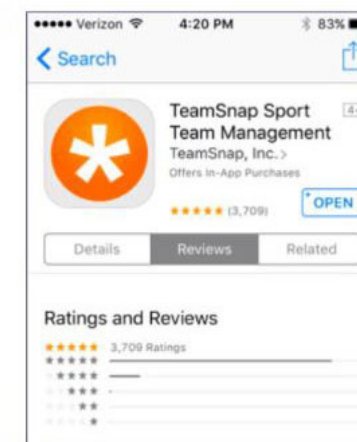
Facilita o gerenciamento de sua organização ou equipe esportiva

Mais de 15 milhões de usuários em 196 países

Web, iOS e Android

B2C e B2B

Constantemente no ranking dos 15 melhores aplicativos do iOS



o TeamSnap a conquistar milhões de usuários em todo o mundo e se tornar um dos aplicativos mais populares na loja do iOS.

Para evitar o meticuloso processo manual de extrair dados de várias fontes, o TeamSnap usa o Google Analytics 360, que se integra ao Google BigQuery, para fornecer análises de Big Data totalmente gerenciadas. O TeamSnap analisa os dados no Tableau, conectando-se diretamente ao Google BigQuery para análises rápidas, o que ajuda a empresa a compartilhar e colaborar nesses dados com facilidade

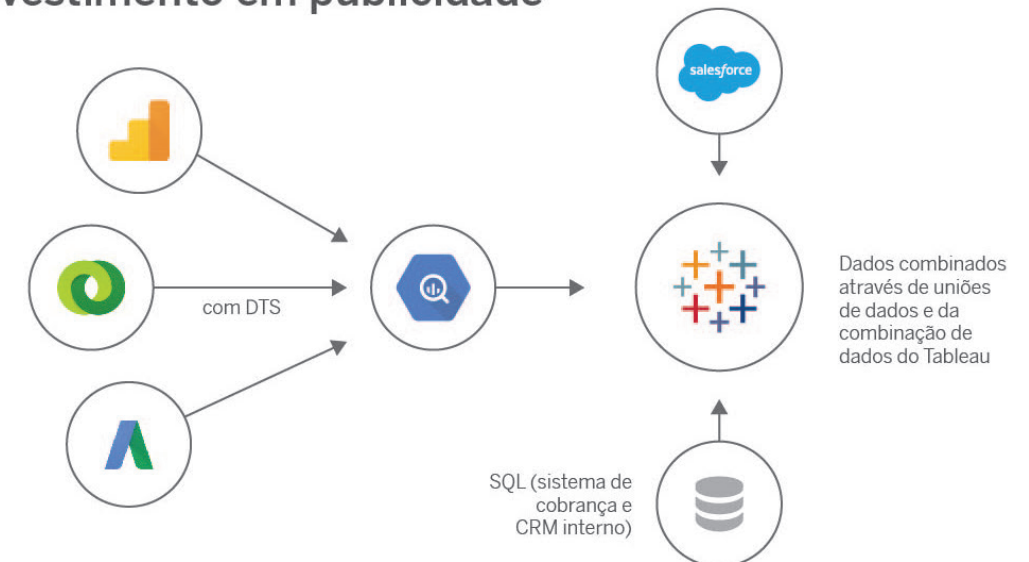
A combinação também permite que o TeamSnap rastreie facilmente a atividade de milhões de usuários, sem se preocupar com a escalabilidade ou a disponibilidade da plataforma de Big Data.

Abordagem antiga para acompanhar o retorno do investimento em publicidade

Sincronização manual dos dados uma vez por mês ou com frequência menor



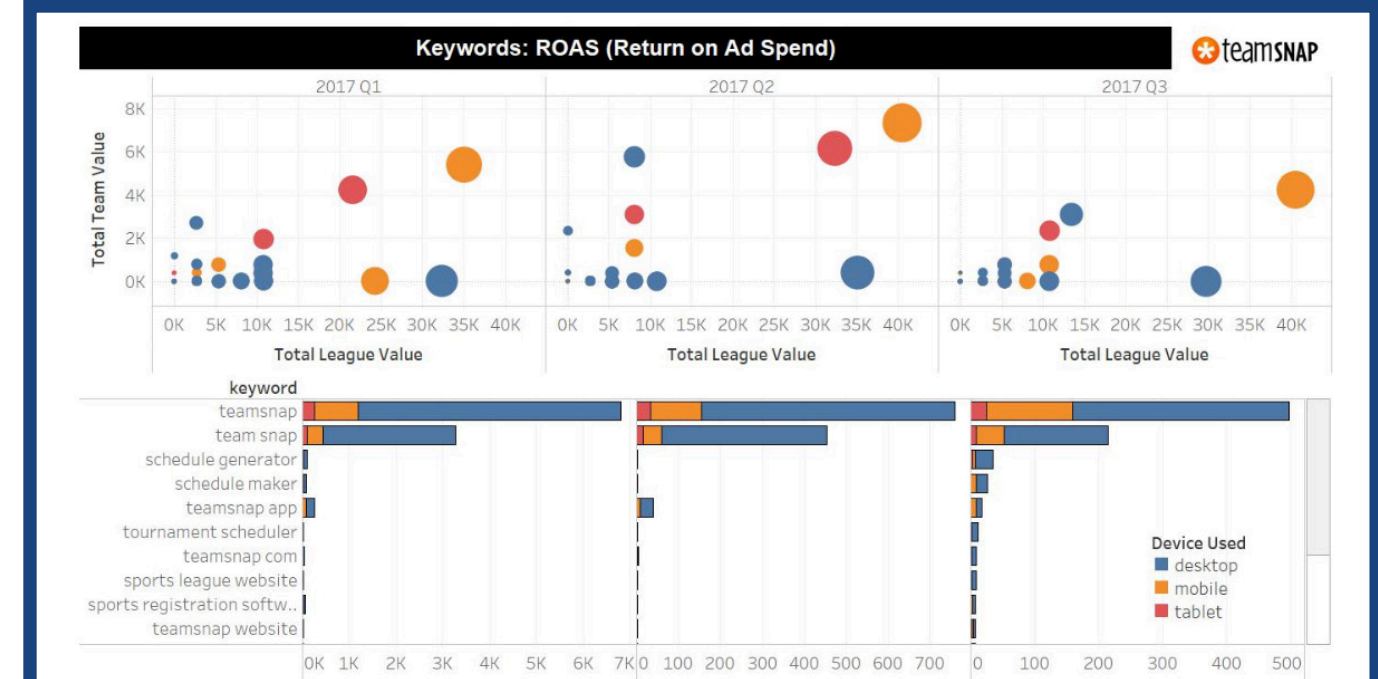
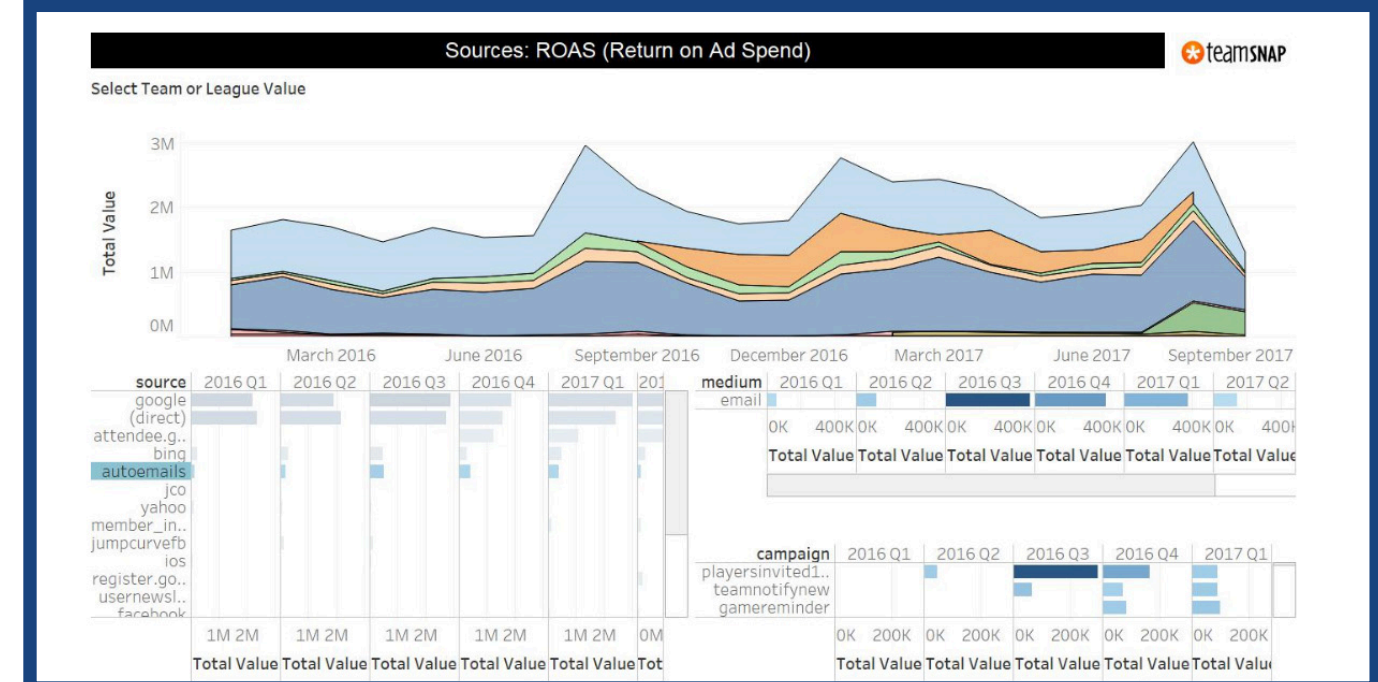
Nova abordagem para acompanhar o retorno do investimento em publicidade



"Antes do Google Analytics 360, do Google BigQuery e do Tableau, era difícil acompanhar nosso retorno sobre os gastos com anúncios, pois tínhamos muitos dados", afirma Ken McDonald, Diretor de crescimento do TeamSnap. "Nem sempre tínhamos informações para tomar as melhores decisões. Agora, não temos mais esse problema, pois migramos para relatórios em tempo real. Encontramos oportunidades adicionais de crescimento de receita quase que diariamente."

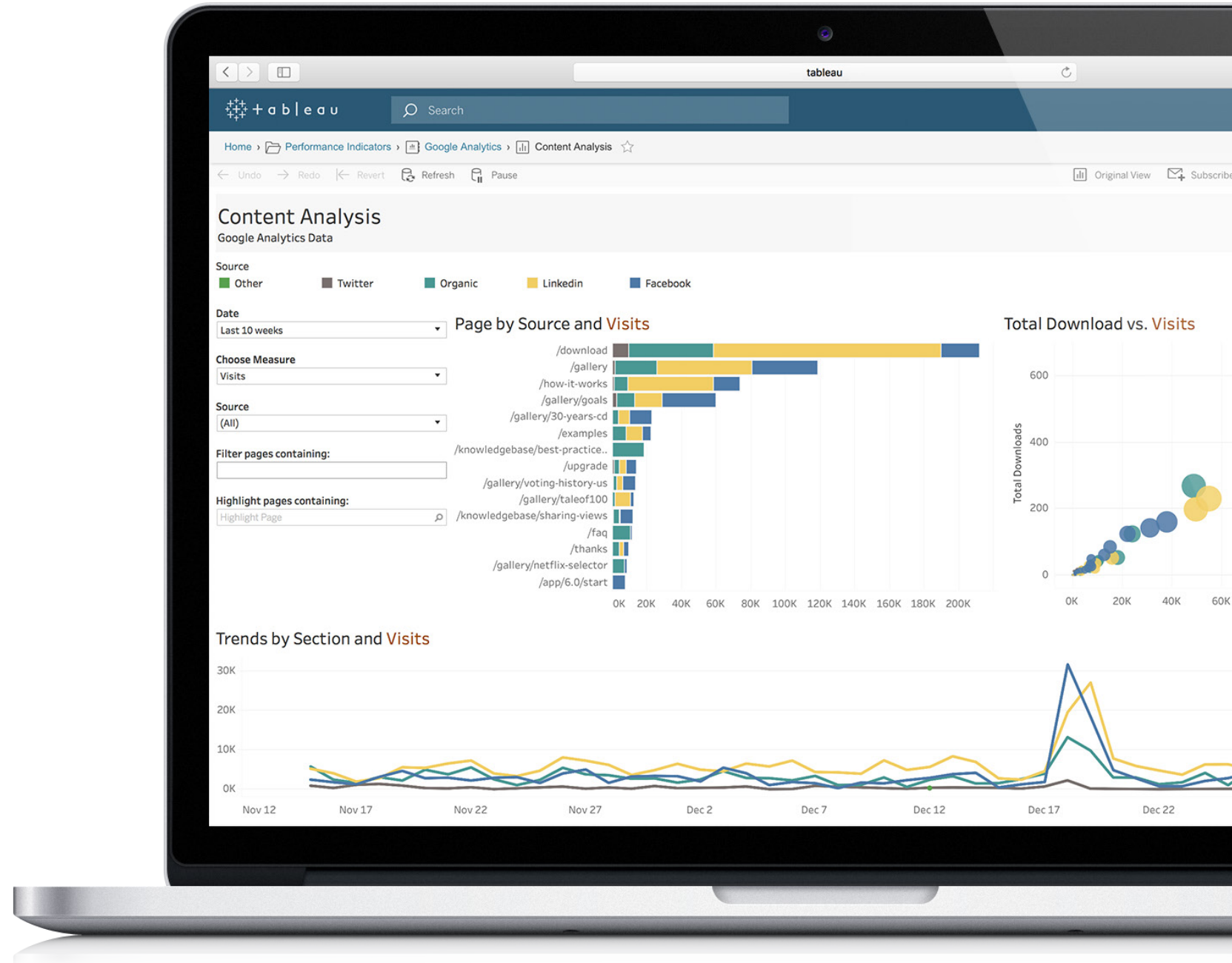
Tudo isso resulta em uma enorme economia de tempo, porque ninguém está reinventando a roda. "Usando essas ferramentas, nós imediatamente realocamos US\$ 300.000 de gastos com anúncios que não apresentavam um desempenho satisfatório, gerando um ROI de 200% nos primeiros dois dias", diz Ken.

Graças à análise de dados, Ken e outros profissionais agora dedicam seu tempo para identificar bolsões de gastos ineficientes e realocar o orçamento de marketing a campanhas com melhor desempenho.



COMO COMEÇAR

O Tableau mantém há muito tempo uma [profunda integração com as ofertas do Google Cloud Platform](#) (incluindo conexões nativas com o [Google Analytics](#), o [Google BigQuery](#), o [Google Cloud SQL](#) e o [Planilhas Google](#)). Isso permite a implantação em grande escala e com elasticidade para organizações, permitindo que a TI mantenha a integridade e a governança dos dados. [O Tableau Server também é executado perfeitamente na infraestrutura na nuvem do Google](#) e, portanto, os clientes que preferem implantar todos os seus aplicativos no GCP têm uma solução completa com o Tableau.



Materiais relacionados

[Página de soluções de marketing do Tableau](#)

Um recurso completo para entender como o Tableau ajuda os profissionais de marketing a visualizar e entender seus dados.

[Estudo de caso de análises de marketing da Zulily](#)

Saiba mais sobre como a empresa de comércio eletrônico criou uma plataforma de análises de marketing de autoatendimento otimizando a integração do Google BigQuery com o Tableau.

[Google BigQuery e Tableau: Práticas recomendadas](#)

Veja como o Tableau e o Google BigQuery permitem que as pessoas analisem grandes quantidades de dados e obtenham respostas rapidamente.

Explore outros recursos do Tableau

[Demonstrações de produtos](#)

[Treinamento e tutoriais](#)

[Comunidade e suporte](#)

[Histórias de clientes](#)

[Soluções](#)

SOBRE A TABLEAU SOFTWARE

A Tableau (NYSE: DATA) ajuda as pessoas a ver e entender os dados e a explorá-los em análises visuais ilimitadas. Nossos clientes podem criar painéis e fazer análises ad hoc com apenas alguns cliques. Eles podem compartilhar seus painéis com quem desejarem e gerar um impacto positivo nos negócios. De empresas globais a startups em estágio inicial, mais de 70.000 contas de clientes no mundo inteiro usam o Tableau para transformar os dados em informações acionáveis, e mais de 300.000 pessoas usam o Tableau Public para compartilhar dados públicos em seus blogs e sites. Baixe a versão de avaliação gratuita em www.tableau.com/pt-br/products/trial e veja como o Tableau pode ajudar você.



SOBRE O GOOGLE BIGQUERY

O Google Cloud Platform é a solução empresarial preferida de muitas organizações com problemas de dados grandes e complexos. Prepare sua infraestrutura para o futuro com serviços de nuvem seguros, globais, econômicos e de alto desempenho desenvolvidos para atuação no longo prazo. Explore dados e análises realmente poderosas para encontrar respostas com mais rapidez e criar produtos melhores. Avance do protótipo para a produção gradualmente, sem ter que pensar em capacidade, confiabilidade ou desempenho.

