



Como implementar o **Agile Marketing** a seu favor?

inovatize 


ProMove

Introdução	3
O que é a Metodologia Agile?	4
Um exemplo prático da Metodologia Agile	5
Como funciona a metodologia Agile em times de marketing?	6
1 - Planejamento	6
2 - Colaboração	7
3 - Entrega	8
Como implementar a metodologia agile no marketing?	9
Gestão ágil em marketing e vendas	10
Agile Marketing: flexível e adaptável	11
Setor de vendas agilizado para a satisfação do cliente	12
Gamificação na gestão ágil	14
Sobre a ProMove	15
Sobre a Inovatize	16

Introdução

Em um mercado cada vez mais competitivo e acirrado, as empresas têm a necessidade de maior agilidade nos seus processos.

Assim, surgiu o mindset agile, ou seja, a Metodologia Ágil, que permite que o trabalho seja adaptável a partir de mudanças nas necessidades dos clientes, aumentando a eficiência e permitindo antecipar resultados.

Neste e-book, você saberá como a metodologia agile pode ser aplicada nos times de marketing.





O que é a Metodologia Agile?

O primeiro passo é entender melhor como ela funciona. Este mindset foi criado a partir do desenvolvimento de softwares, de modo a trazer resultados de maneira ainda mais rápida e eficiente. O sucesso da iniciativa foi tão grande, que acabou se espalhando por todo o mercado, inclusive o marketing.

Para este objetivo, a metodologia se baseia em 12 princípios, fundamentados em quatro pilares principais. Estes pilares são:

1. Indivíduos e Interações mais do que processos e ferramentas;
2. Responder às mudanças mais do que seguir um plano;
3. Produto funcionando mais do que documentação detalhada;
4. Colaboração com o cliente mais do que discussão contratual.

Fica claro que os pilares focam nos pontos mais importantes, que são as pessoas, a confiança, a entrega de valor e a adaptabilidade.



Um exemplo prático da Metodologia Agile

Para ficar mais fácil de entender, imagine um projeto de reforma de uma casa. No modelo antigo, seria executado por etapas. É feito o projeto de toda a reforma, depois todos os cômodos são modificados de uma única vez, começando pelo teto, seguindo pelas paredes, e por último os pisos.

Na Metodologia Agile, o objetivo é alcançado através de “sprints” que, no exemplo, pode ser a reforma completa de um cômodo por vez, por exemplo, começando pela cozinha, depois os banheiros e por último os quartos.

O objetivo é antecipar o resultado, já que ao final de cada etapa, o cliente recebe um produto de valor e ainda permite aprender sobre o processo para aplicar nas próximas etapas.

Este é o objetivo do mindset ágil. Para aplicá-lo, podem ser usados diversos conceitos, como o **Scrum**, **Kanban**, Lean e outros. Esta escolha depende da sua organização e da necessidade que ela apresenta.

Como funciona a Metodologia Agile em times de marketing?

A graça da Metodologia Agile é que ela funciona e é fácil de ser adaptada para outras disciplinas, mesmo tendo nascido a partir da tecnologia.

No marketing, ser ágil significa trazer soluções criativas e efetivas para os problemas do dia a dia do seu cliente e do próprio ambiente de trabalho.

Por exemplo, o **Scrum** tem um conceito interessante de reunião diária. Esta ideia não é inovadora, afinal, reuniões diárias são óbvias.

Mas, a forma que ela é aplicada é extremamente interessante. A reunião não precisa levar mais do que 15 minutos e todos participam dela em pé, para evitar que o seu objetivo seja esquecido. É um grande exemplo de uma metodologia ágil.

Para entender como o agile pode ser aplicado no marketing, é interessante analisar o ciclo. Cada sprint é uma etapa do trabalho que é dividida em uma ou duas semanas, evitando passar de um mês. Então, ela é composta de três etapas básicas, adaptadas para o contexto do marketing.

1 - Planejamento

Na primeira etapa de uma sprint, são pensados os objetivos do trabalho. Ou seja, é o objetivo da campanha de marketing e tudo que precisa ser feito.

Em seguida, as tarefas são divididas de acordo com a especialidade de cada membro da equipe, priorizadas de acordo com o mais importante.

Um ponto chave da Metodologia Agile é que é preciso respeitar o tempo da sprint. Quem trabalha com marketing sabe que é possível mexer em uma peça ou em um texto eternamente até que ele fique perfeito.

No agile, é preciso ter a noção de que em algum momento a sprint precisa terminar.

Então, se o que não é prioridade não ficou pronto, não tem problema. Feche o ciclo da sprint, aprenda com os erros e siga para próxima etapa.

2 - Colaboração

Esta é a etapa de execução, em que as atividades da campanha são de fato feitas. **Nela, a reunião diária é tão importante para garantir que cada membro da equipe está realizando a sua função.** Por exemplo, se os designers precisam do texto do redator, é preciso haver uma comunicação muito clara do que pode ou não ser feito.

Durante as reuniões, cada membro deve sempre responder três perguntas:

- O que foi feito ontem?
- O que será feito hoje?
- Existe algo atrapalhando o seguimento da sua tarefa?





Para quem sabe como é a vida caótica de um setor de marketing, é fácil perceber a vantagem de ter um método que organize o trabalho de maneira eficiente.

3 - Entrega

No final do período da sprint, o principal da campanha precisa estar pronto. Como dito acima, é claro que ele sempre pode melhorar, mas ficar corrigindo detalhes eternamente compromete o andamento do trabalho, gerando atrasos que afetam a qualidade total do método.

Outra parte interessante é o feedback. Não somente do cliente, mas da própria equipe. Deve ser documentado o que deu certo e o que deu errado para ser usado no início da próxima sprint.

Outro benefício do Agile é que ele pode dividir o trabalho em frações mínimas. No nosso exemplo, ele foi usado para planejar uma campanha inteira, mas se esta for muito grande, ele pode ser dividido em etapas menores.

Por exemplo, uma sprint pode cobrir os anúncios de Facebook, enquanto outra cobre os posts de Instagram e por aí vai.

Como implementar a Metodologia Agile no marketing?

Busque ter uma equipe multifuncional e multidisciplinar, de modo que todos estejam preparados para as demandas necessárias.

O ideal é que esta equipe seja pequena, por exemplo, de três a nove pessoas, sem contar a figura dos líderes.

Já quanto ao tempo, uma estratégia de marketing digital geralmente dura entre 6 e 12 meses. Este pode ser o seu objetivo maior.

Porém, as metodologias ágeis são aplicadas em ciclos menores para garantir que serão cumpridas as etapas para alcançar o objetivo maior. Também é importante reconhecer o peso do Agile no todo, lembrando que o resultado final é maior do que a simples soma dos resultados parciais.

Por fim, o principal ponto que deve ser lembrado ao implementar o mindset agile é que o cliente está sempre em primeiro lugar. **Logo, é preciso garantir que cada sprint irá entregar exatamente o que o cliente precisa.** Neste caso, a figura do *Product Owner* é muito importante.

Este termo pode variar de acordo com a metodologia em si, mas é o responsável por fazer a interação com o cliente, entender a sua demanda e repassá-la a equipe.

Portanto, para aproveitar estas vantagens, uma consultoria ágil pode ser muito valiosa para a sua empresa **implementar este mindset** inovador.



Gestão Ágil em Marketing e Vendas

Gestores de marketing e de vendas precisam que seus projetos e equipes estejam sempre envolvidos com produtividade, flexibilidade, inovação e melhoria contínua.

A gestão ágil permite que esses pontos estejam sempre em foco, otimizando os processos e resultados.

Para entender o que é gestão ágil, precisamos primeiro compreender o contexto de trabalho em marketing e vendas.

Em ambas as áreas, planejamentos são feitos, mas geralmente com prazos curtos de trabalho e com complexidades referentes a cada caso.

Normalmente surgem problemas que prejudicam a execução das tarefas necessárias e comprometem prazo e qualidade.

O que a gestão ágil faz é dividir os problemas em tarefas menores, para que sejam resolvidos com rapidez.

Desse modo é possível ter flexibilidade para atender às demandas de última hora que acontecem. A eficiência das equipes aumenta, custos são reduzidos, prazos são cumpridos e a satisfação do cliente é garantida.

A gestão ágil se apoia em metodologias ágeis que surgiram na área de desenvolvimento de software.

Como nessa área a tecnologia se modifica e avança com grande rapidez, foi necessário criar métodos que tornassem as equipes mais dinâmicas e preparadas para as alterações constantes e que influenciavam diretamente seus projetos.

Kanban, Lean e Scrum são metodologias e frameworks que passaram a fazer parte do dia a dia dos times de marketing e de vendas. O desenvolvimento, a gestão e a entrega de projetos ficam facilitados, principalmente no caso de campanhas ou produtos mais complexos.



Agile Marketing: flexível e adaptável

Vamos verificar como a gestão ágil em marketing e em vendas faz a diferença na preparação da equipe e no relacionamento com o cliente.

O mundo do marketing é muito dinâmico, principalmente o digital. **Mudanças repentinas de algoritmo do Google, Facebook e Instagram, por exemplo, afetam campanhas de imediato.** Metrificações são modificadas positiva ou negativamente. Por isso, as **agências de marketing** devem estar preparadas para fazer adaptações nos projetos para garantir bons resultados.

As equipes precisam estar bem informadas. **Isso significa ter acesso à nova informação assim que ela surge, para que se possa tomar as atitudes necessárias para a adequação de um projeto, visando atingir as metas estabelecidas.**

Quando a gestão ágil está presente é mais fácil garantir a satisfação dos clientes e o bom relacionamento com eles. As metas de uma campanha de marketing são apresentadas ao cliente no projeto inicial e ele conta com elas. Criar um texto diferente ou utilizar outro tipo de imagem em uma campanha no meio do processo pode fazer a diferença entre atingir ou não as metas.

As metodologias de gestão ágil auxiliam na obtenção de bons resultados e na integração das equipes. Por meio delas, cada membro sabe em que etapa está cada processo e nas mãos de quem, permitindo que ele saiba como ajudar para agilizar, caso haja problemas. **A troca de informações é constante e isso beneficia agência, colaboradores e clientes.**

Setor de vendas agilizado para a satisfação do cliente

Assim como em marketing, as equipes de vendas devem estar preparadas para as mudanças e possíveis problemas que possam surgir nas etapas do processo de venda. Isso vale tanto para a venda de varejo (B2C – Business to Consumer) quanto para empresas (B2B – Business to Business).

O uso da gestão ágil em vendas permite melhorar a previsão e os resultados de vendas e reduzir o custo para realizá-las. O **processo de venda** é dividido em etapas e as equipes também fazem uso de metodologias como Kanban, Lean e Scrum. Assim cada membro do time de vendas saberá do andamento de cada etapa e como agir para otimizar processos e solucionar possíveis problemas.

Por meio do uso das metodologias citadas, a gestão de vendas é guiada por sprints, considerando etapas de gestão de clientes, de oportunidades e de previsibilidade de vendas.

Uma grande vantagem da gestão ágil em vendas é a constante integração entre os membros da equipe.

Havendo interações constantes, todos caminham juntos para realizar a venda e ter clientes contentes com o atendimento que receberam, desde o primeiro contato.

Equipes de venda geridas dessa maneira caminham sempre para obter melhores resultados, com aumento do número de vendas, de clientes e a satisfação de todos.



Gamificação na Gestão Ágil

O mundo corporativo vem se rendendo há algum tempo ao conceito de **gamificação**. A ideia geral desse conceito é fazer uso de games (jogos) que possibilitem maior engajamento entre os colaboradores de uma empresa.

Os jogos estimulam a competição sadia e o envolvimento dos profissionais. Na gestão ágil em marketing e em vendas, a gamificação ajuda a



motivar as pessoas a desenvolver habilidades, mudar comportamentos e buscar a inovação.

Os “players” de uma equipe da agência de marketing ou de vendas podem interagir em um game fazendo uso de aplicativos para computador, smartphones ou outros gadgets. Cada membro da equipe se envolve com o game e tenta dar o seu melhor para “vencer o jogo”.

Quando todos os membros de uma equipe participam dessa gamificação, que envolve etapas de seus processos, a busca pela melhoria é contínua.

Desejar vencer um jogo faz com que adotemos estratégias mais eficientes a cada vez, para conseguir resultados melhores.

A gamificação é uma ferramenta a ser considerada para auxiliar na gestão ágil de agências de marketing e de equipes de vendas.

Fazer uso de ferramentas e metodologias que agilizam a gestão comprovadamente desenvolve os colaboradores e amplia os resultados das empresas.



Sobre a ProMove



A ProMove é uma empresa de consultoria em melhoria de processos em TI e tem como objetivo ajudar equipes a entregar serviços de forma mais rápida, com menor custo e mais qualidade por meio de serviços exclusivos, como consultorias em gamification, certificações CMMI, ISO, MPS e automação com DevOps.

- Eliminação do retrabalho das equipes;
- Redução dos defeitos e falhas em produção;
- Agilidade nas entregas de software e serviços;
- Visibilidade do esforço, prazo e custo dos trabalhos.

Visite nossos canais e descubra como a tecnologia pode transformar a produtividade do seu negócio!



Sobre a Inovatize



Nesse movimento de inovação, a Inovatize contribui com plataformas abertas de CRM, automação de marketing e armazenamento na nuvem para empresas que querem se modernizar e melhorar os resultados de negócio.

Dentro da Inovatize nosso grande diferencial é permitir uma gestão de processos personalizada, dinâmica e funcional, ajudando nossos clientes na estruturação de uma máquina de vendas previsível, escalável e lucrativa.

Entre em contato para conhecer nossas plataformas e como podemos ajudar sua empresa a atrair mais clientes e aumentar as vendas.

