

# TECHTRENDS:

## BENCHMARKS DE FERRAMENTAS PARA EMPRESAS DE TECNOLOGIA



COMPARTILHE ESTE EBOOK!

# PESQUISA **ROCK CONTENT** E **RESULTADOS DIGITAIS**

A Rock Content e a Resultados Digitais sempre procuram desenvolver materiais educativos e levar informação a milhares de pessoas. Buscando alcançar este objetivo, desenvolvemos todo ano diversas pesquisas de marketing com dados relevantes sobre o mercado brasileiro.

Neste relatório, você irá conferir as tendências na adoção de ferramentas por empresas de tecnologia de todo o Brasil. São inúmeras estatísticas, gráficos e dicas para te ajudar a avaliar os benchmarks do seu setor.



COMPARTILHE ESTE EBOOK!

# SUMÁRIO

**[ 04 ]** SOBRE OS  
AUTORES

**[ 05 ]** INTRODUÇÃO

**[ 07 ]** METODOLOGIA

**[ 08 ]** PERFIL DAS EMPRESAS  
ENTREVISTADAS

**[ 09 ]** ADOÇÃO DE FERRAMENTAS  
DIGITAIS NO BRASIL

**[ 35 ]** HIGHLIGHTS PARA O  
SETOR DE TECNOLOGIA

**[ 38 ]** CONCLUSÃO

**[ 40 ]** SOBRE A  
RESULTADOS DIGITAIS

**[ 42 ]** SOBRE A  
ROCK CONTENT

## TEXTO



**JULIANA RIBAS**  
Marketing Analyst  
@ Rock Content  
[juliana@rockcontent.com](mailto:juliana@rockcontent.com)



**NATÁLIA CORRÊA**  
Content Technology Specialist  
@ Resultados Digitais  
[natalia.correa@resultadosdigitais.com.br](mailto:natalia.correa@resultadosdigitais.com.br)



## DESIGN



**THIAGO SOUZA**  
Graphic Designer  
@ Rock Content  
[thiago.souza@rockcontent.com](mailto:thiago.souza@rockcontent.com)



**WERIK GONÇALVES**  
Marketing/Design Analyst  
@ Rock Content  
[werik@rockcontent.com](mailto:werik@rockcontent.com)





# INTRODUÇÃO

Se você é de uma empresa de tecnologia, provavelmente já percebeu que, com o tempo, fica insustentável assumir a responsabilidade de fazer algumas atividades de forma manual e não automatizada. As tarefas mais simples como organizar prioridades de atendimento aos clientes, se comunicar com **prospects** ou até mesmo gerir as mídias sociais do negócio passam a tomar grande parte do tempo da equipe. Se você ainda não se deu conta disso,

com certeza em breve, terá a chance de perceber.

Assim, todos os dias temos contato com algum novo tipo de tecnologia que pretende melhorar processos e otimizar os trabalhos desenvolvidos por pessoas. E, talvez, esteja aí o grande segredo de uma solução tecnológica de sucesso: ela não apenas cria novas necessidades, mas facilita atividades que já são inerentes ao nosso dia a dia. Contudo,



pelo grande número de ferramentas que surgem, fica difícil saber quais delas realmente apresentam as melhores soluções e quais são indispensáveis para um negócio.

Foi pela percepção dessa dificuldade que a Rock Content e a Resultados Digitais se uniram para realizar a pesquisa

### **"TechTrends: Benchmarks de ferramentas para empresas de tecnologia"**

inédita no Brasil e para produzir esse relatório. Esse benchmark pretende ajudar as empresas brasileiras de tecnologia a entenderem como o seu setor tem se comportado em relação à adoção de soluções que melhoram a rotina dentro das organizações,

impulsionam estratégias, aprimoram resultados e facilitam análises de desempenho.

Aqui você não encontrará apenas resultados e porcentagens, mas também poderá entender, de forma simplificada, qual é o propósito de cada uma dessas soluções e como elas podem contribuir para

os resultados do negócio. Esperamos que, com essas informações e dados em mãos, você possa repensar os processos dentro da sua empresa e consiga escalar de forma sustentável, tirando o melhor proveito das ferramentas que o seu próprio segmento tem a oferecer.

**Tenha uma boa leitura!**



## METODOLOGIA

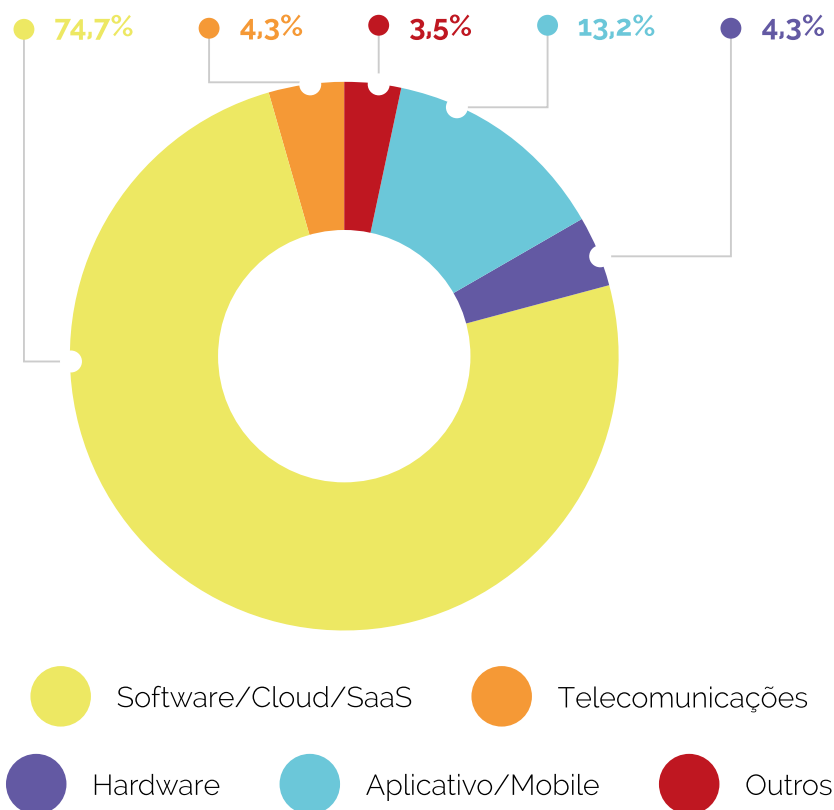
Para o desenvolvimento deste relatório, entre os dias 16 e 22 de fevereiro de 2016, foi realizada uma pesquisa online, que contou com mais de 400 participantes de empresas de tecnologia de todo o Brasil.

O formulário para coleta dos dados foi enviado para uma base de mais 20.000 empresas, além de ser divulgado nas redes sociais Facebook, Twitter, LinkedIn e Instagram. A amostra foi formada por respondentes voluntários do setor que, em todas as perguntas sobre as ferramentas, poderiam escolher uma ou mais opções.

Não conseguiu participar esse ano?  
Não se preocupe, teremos várias outras oportunidades para você contribuir nas nossas próximas pesquisas.

# PERFIL DAS EMPRESAS ENTREVISTADAS

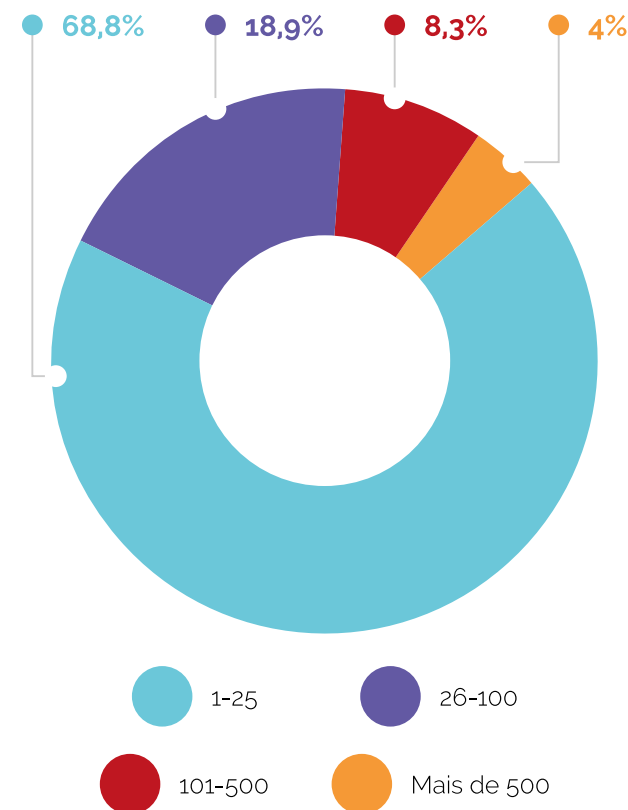
SEGMENTOS DE TECNOLOGIA



A partir dos dados obtidos na pesquisa, definimos os perfis das empresas participantes com base no segmento e no número de funcionários.

A amostra de entrevistados era composta majoritariamente por empresas do segmento de Software/Cloud/SaaS e de menor porte (1 a 25 funcionários).

NÚMERO DE FUNCIONÁRIOS





# ADOÇÃO DE FERRAMENTAS DIGITAIS NO BRASIL

## NÚMERO DE FERRAMENTAS ADOTADAS POR TAMANHO DA EMPRESA

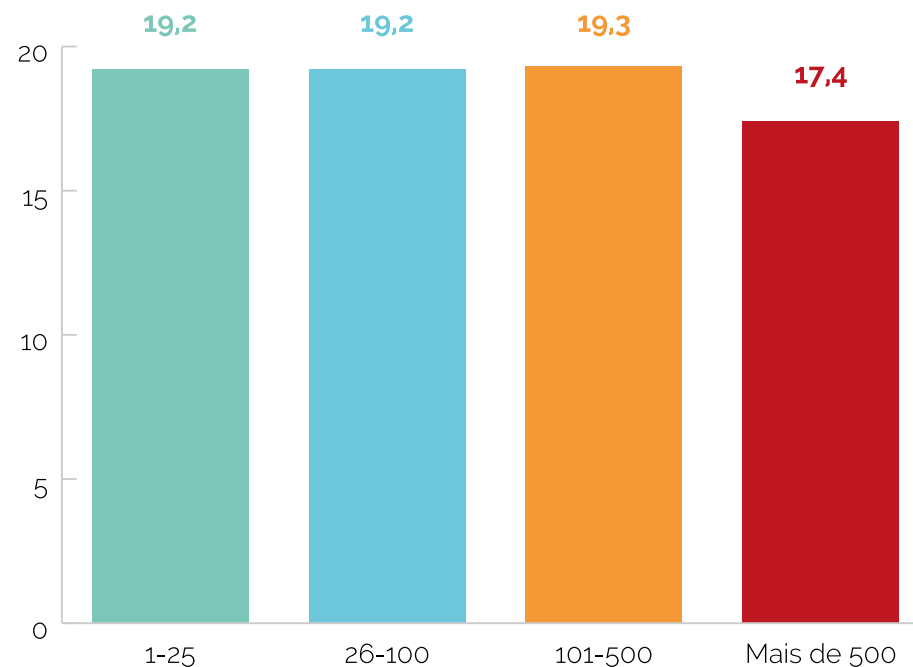
Um dos pontos que buscávamos avaliar era a relação entre o tamanho das empresas de tecnologia e a quantidade de ferramentas adotada por elas.

As empresas de 1 a 25, 26 a 100 e 101 a 500 funcionários apresentaram médias de adoção semelhantes, em torno de 19 ferramentas. Já as empresas com mais de 500 funcionários tiveram uma pequena redução no número total de ferramentas utilizadas, com uma média de 17.

Assim, não encontramos relevância estatística que demonstre diferenças na correlação entre tamanho das empresas e quantidade de ferramentas adotadas. Isso demonstra que as micro e pequenas empresas também têm tido acesso às aplicações mais utilizadas no mercado

O TAMANHO DA EMPRESA NÃO É UM FATOR DETERMINANTE PARA O NÚMERO DE FERRAMENTAS ADOTADAS POR ELAS.

### MÉDIA DE FERRAMENTAS POR TAMANHO DA EMPRESA



## FERRAMENTAS POR CATEGORIA

---

Para verificar as tendências na adoção de ferramentas nas empresas de tecnologia, dividimos as ferramentas em 6 categorias:

# MARKETING DIGITAL

# VENDAS

# COMUNICAÇÃO/HELP DESK

# ERP/BI/GESTÃO DE PROJETOS

# PARA DESENVOLVEDORES

# COLABORAÇÃO/SUÍTES  
DE PRODUTIVIDADE

Assim, avaliamos quais são as **ferramentas mais adotadas** em cada categoria, o quanto o **uso delas contribui para os resultados** das empresas e se há uma **preferência por ferramentas brasileiras ou estrangeiras**.

## FERRAMENTAS DE MARKETING DIGITAL

---

Ao procurar saídas para diminuir o CAC (Custo de Aquisição) e criar uma máquina previsível e escalável de aquisição de clientes pela internet, muitas empresas de tecnologia têm investido em Marketing Digital. Enquanto algumas delas estão mais maduras no assunto, outras ainda estão dando os primeiros passos na adoção de ferramentas que possam ajudar nessa jornada. Contudo, de acordo com o levantamento, entre os 97% que utilizam ao menos uma ferramenta entre as citadas, 50% já enxergam o quanto esse tipo de solução melhora consideravelmente os resultados.

97% DAS EMPRESAS  
DE TECNOLOGIA UTILIZAM  
AO MENOS UMA FERRAMENTA  
DE MARKETING

## ANALYTICS

Fica evidente também como os negócios do setor têm necessidade de mensurar resultados: dentro dessa categoria, as mais populares entre os respondentes são as ferramentas de análise, com utilização de 88% dos respondentes. O [Google Analytics](#) apareceu como grande favorito aqui, representando 95% da adoção.

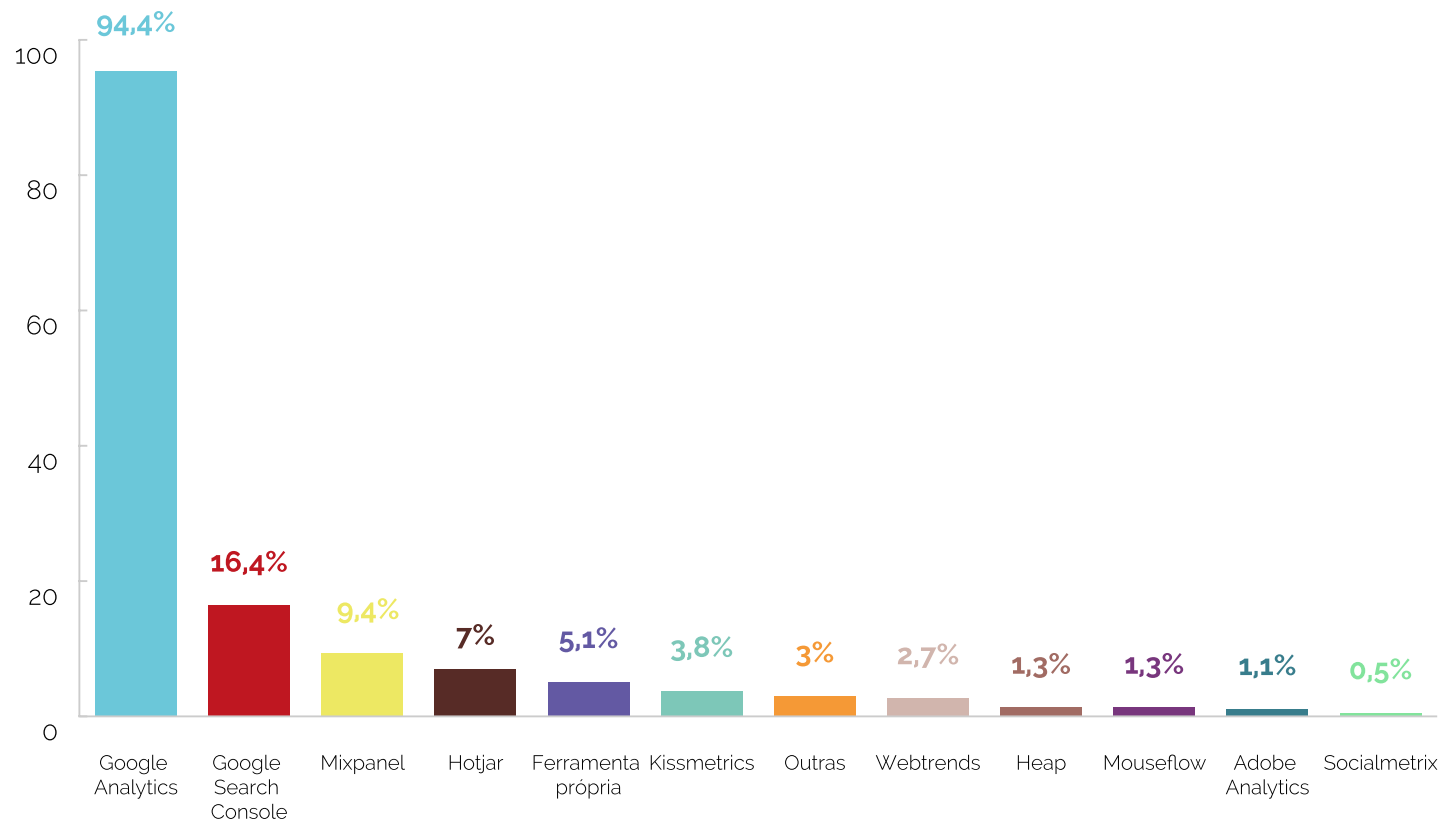
AS FERRAMENTAS DE ANÁLISE JÁ SÃO ADOTADAS POR 88% DAS EMPRESAS DE TECNOLOGIA

Os relatórios oferecidos por essas plataformas facilitam a avaliação e a compreensão do engajamento de visitantes com o site (quantas pessoas estão no seu site em tempo real, de onde elas vieram, o que estão visualizando, qual caminho percorrem

dentro do portal etc). Com esses dados em mãos, a empresa consegue medir o retorno sobre investimento

(ROI) das ações e mapear quais estratégias têm funcionado ou não para atrair e manter audiência no site.

## FERRAMENTAS DE ANALYTICS MAIS ADOTADAS



# LANDING PAGES

Após atrair visitantes para o site, é essencial criar e otimizar páginas de recepção e de conversão, conhecidas

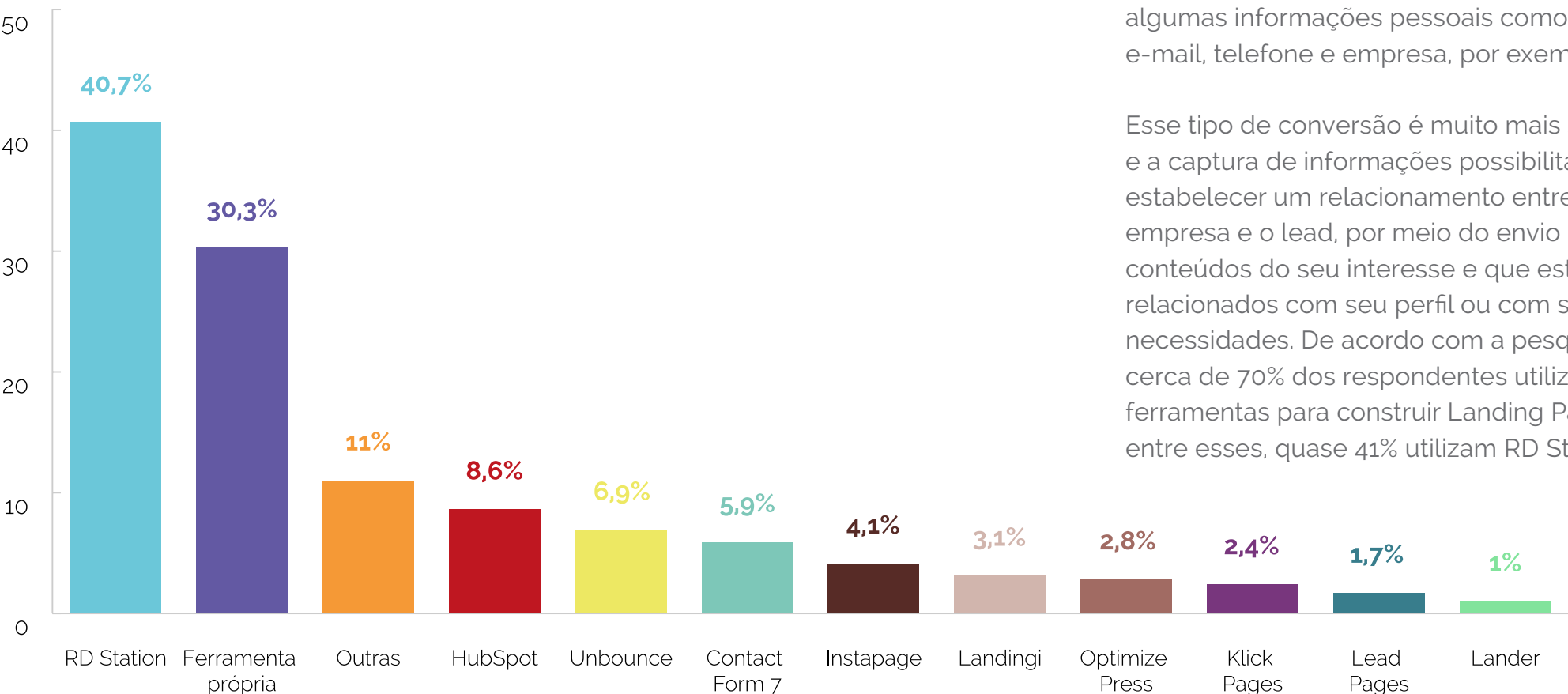
como Landing Pages. Parte fundamental de uma estratégia de Inbound Marketing, elas permitem transformar um simples visitante

em um contato ou em uma potencial oportunidade de negócio.

Nas Landing Pages, ofertamos conteúdos relevantes ou serviços gratuitos em troca do preenchimento, em um formulário, de algumas informações pessoais como nome, e-mail, telefone e empresa, por exemplo.

Esse tipo de conversão é muito mais suave e a captura de informações possibilita estabelecer um relacionamento entre a empresa e o lead, por meio do envio de conteúdos do seu interesse e que estão relacionados com seu perfil ou com suas necessidades. De acordo com a pesquisa, cerca de 70% dos respondentes utilizam ferramentas para construir Landing Pages e, entre esses, quase 41% utilizam RD Station.

## FERRAMENTAS DE CONSTRUÇÃO DE LANDING PAGE MAIS ADOTADAS

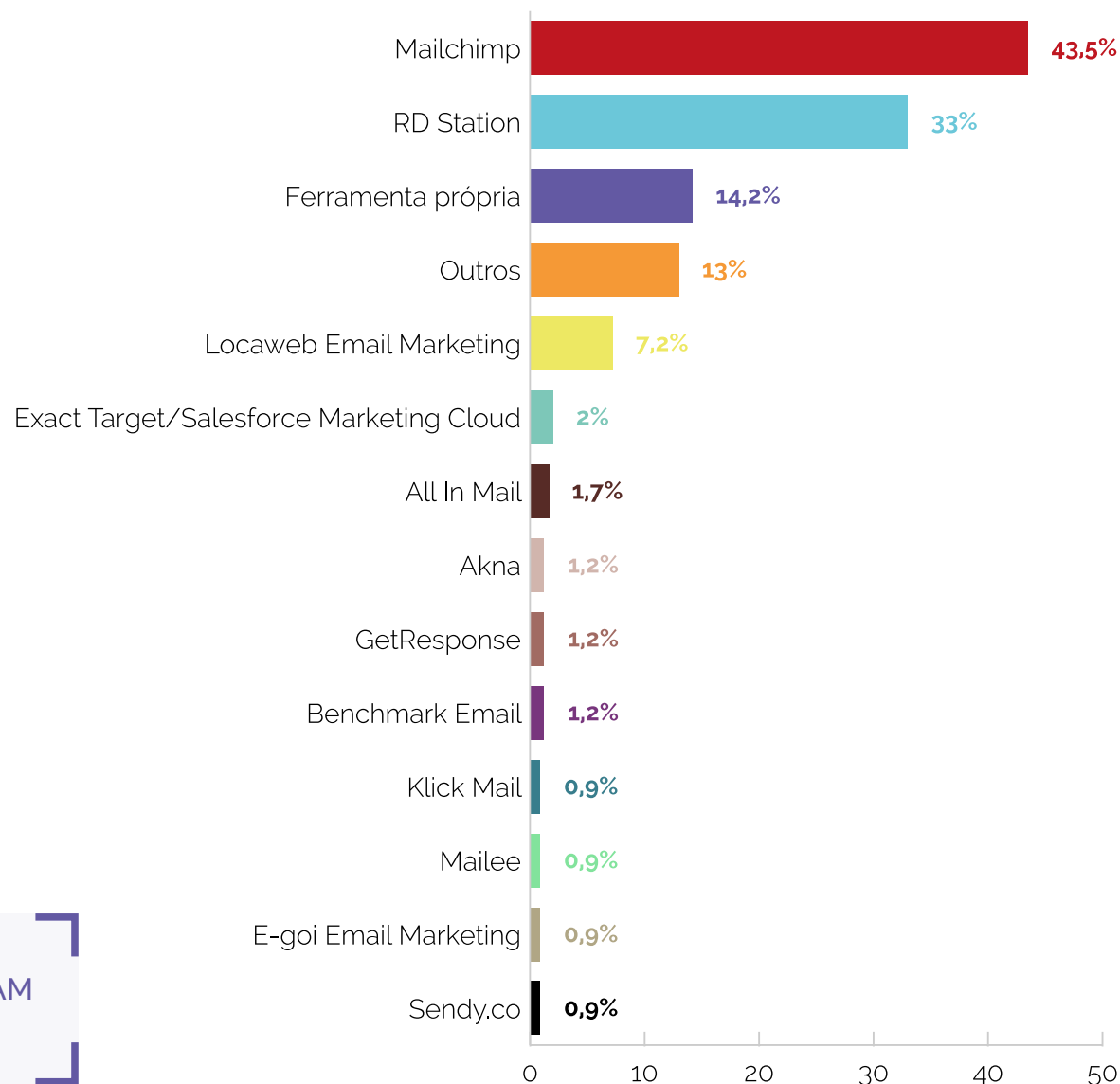


## E-MAIL MARKETING

Muitas empresas também já entendem que não adianta investir tempo e dinheiro na construção de um site ou blog, gerar tráfego e não se relacionar com seus visitantes. Esse entendimento é indicado pela porcentagem de adoção de ferramentas de **e-mail marketing** — 82% do total — colocando esses softwares em segundo lugar no quesito popularidade dentro da categoria (atrás apenas de Análise). Mailchimp e RD Station ficam entre os primeiros colocados na preferência dos entrevistados.

**82% DAS EMPRESAS DE TECNOLOGIA UTILIZAM FERRAMENTAS DE EMAIL MARKETING**

## FERRAMENTAS DE EMAIL MARKETING MAIS ADOTADAS



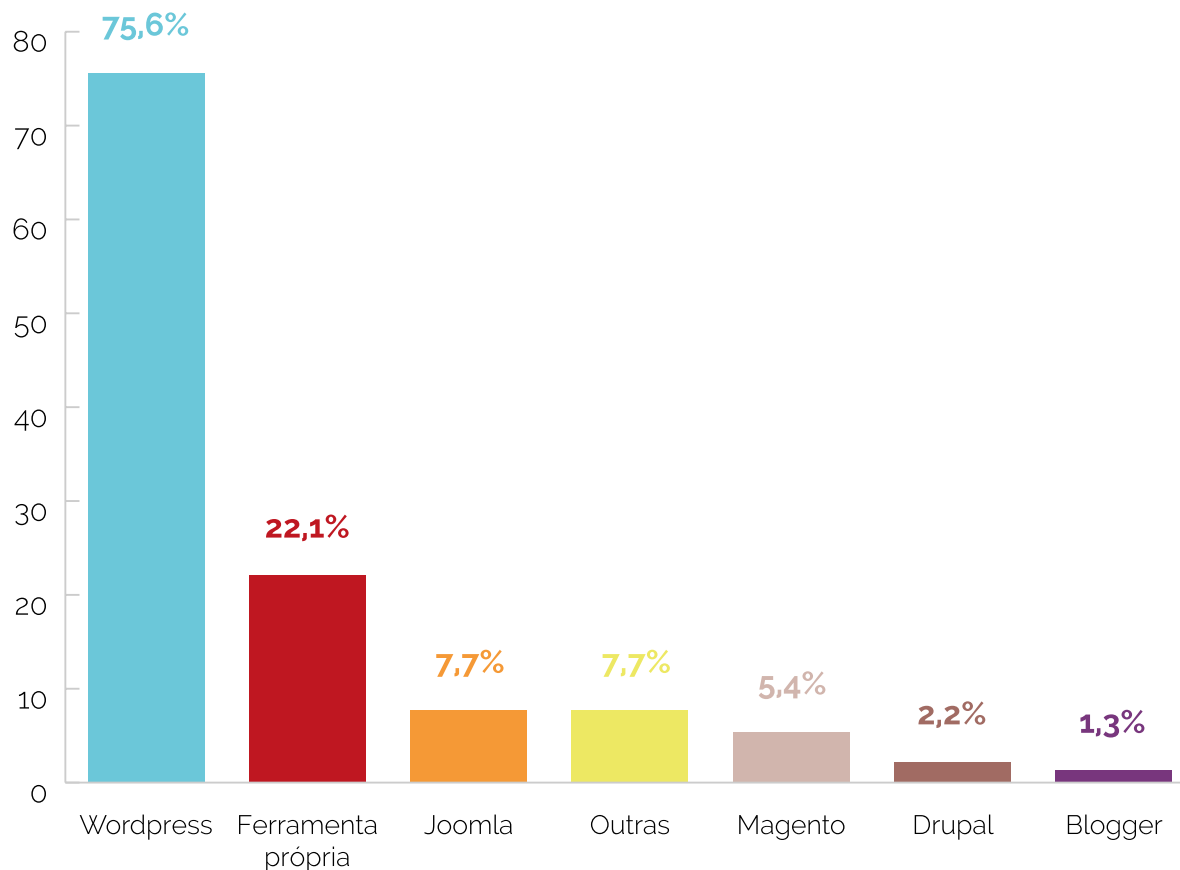


## CMS (CONTENT MANAGEMENT SYSTEM)

Com o crescimento do Marketing Digital e da percepção entre as empresas sobre a importância de produzir conteúdo para atrair o público-alvo, ter uma **plataforma de CMS**, ou seja, um Sistema de Gerenciamento de Conteúdos, tornou-se parte indispensável da estratégia. Os resultados da pesquisa mostram que 74% dos respondentes adotam, sendo a maior parte deles usuários do WordPress (76%).

Com essas ferramentas, todo e qualquer conteúdo pode ser criado (ou anexado, nos casos de vídeos do YouTube e podcasts, por exemplo), editado e publicado. Além disso, o gerenciamento é feito de forma simples e permite modificações e atualizações no que já foi postado. As plataformas de CMS não necessitam de nenhum outro software para as edições, apenas do navegador (Chrome, Internet Explorer, Firefox, entre outros).

### FERRAMENTAS DE CSM MAIS ADOTADAS



VEJA **COMO TER UM BLOG DE SUCESSO EM UM CMS**

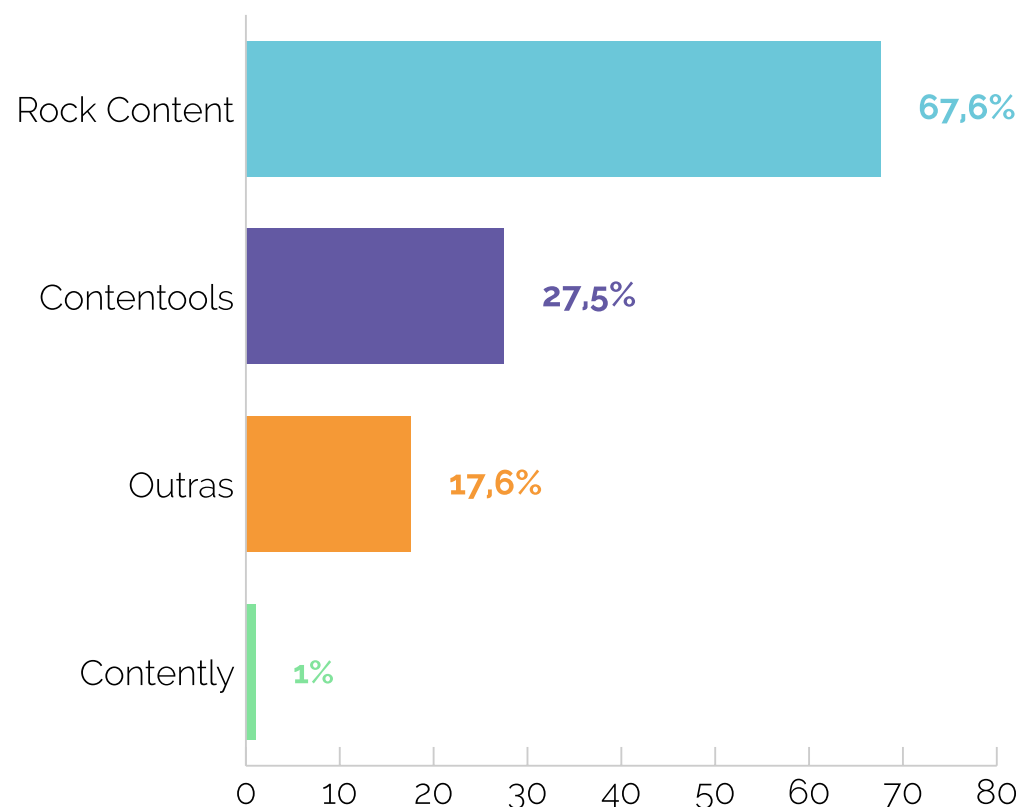
## PLATAFORMA DE GESTÃO DE CONTEÚDO

Apesar de grande parte já utilizar um CMS, muitos negócios ainda perdem a oportunidade de otimizar a produção de conteúdo com softwares que permitem controlar e documentar, com maior facilidade, toda a estratégia de marketing de conteúdo.

O uso de uma **plataforma de gestão de conteúdo** permite que a administração de um blog e a criação de diversos materiais se torne uma tarefa muito mais trivial e objetiva, poupando o tempo da empresa e aumentando a eficiência do processo.

De acordo com a pesquisa, 76% dos entrevistados ainda não utilizam uma ferramenta de gestão de conteúdo. Dada a porcentagem de adoção destas plataformas no Brasil e diversos benefícios que elas apresentam — melhor administração dos conteúdos, integração com CMS, centralização das informações, entre outros —, verifica-se, no seu uso, uma oportunidade para se diferenciar no mercado. Entre as empresas que adotam, a plataforma Rock Content aparece como a mais popular, com 68% de adoção entre os respondentes.

## PLATAFORMAS DE CONTEÚDO MAIS ADOTADAS



## ANÁLISE DE SEO

Ranquear bem nas pesquisas orgânicas do Google é essencial para qualquer empresa de tecnologia que deseja se posicionar como autoridade no mercado.

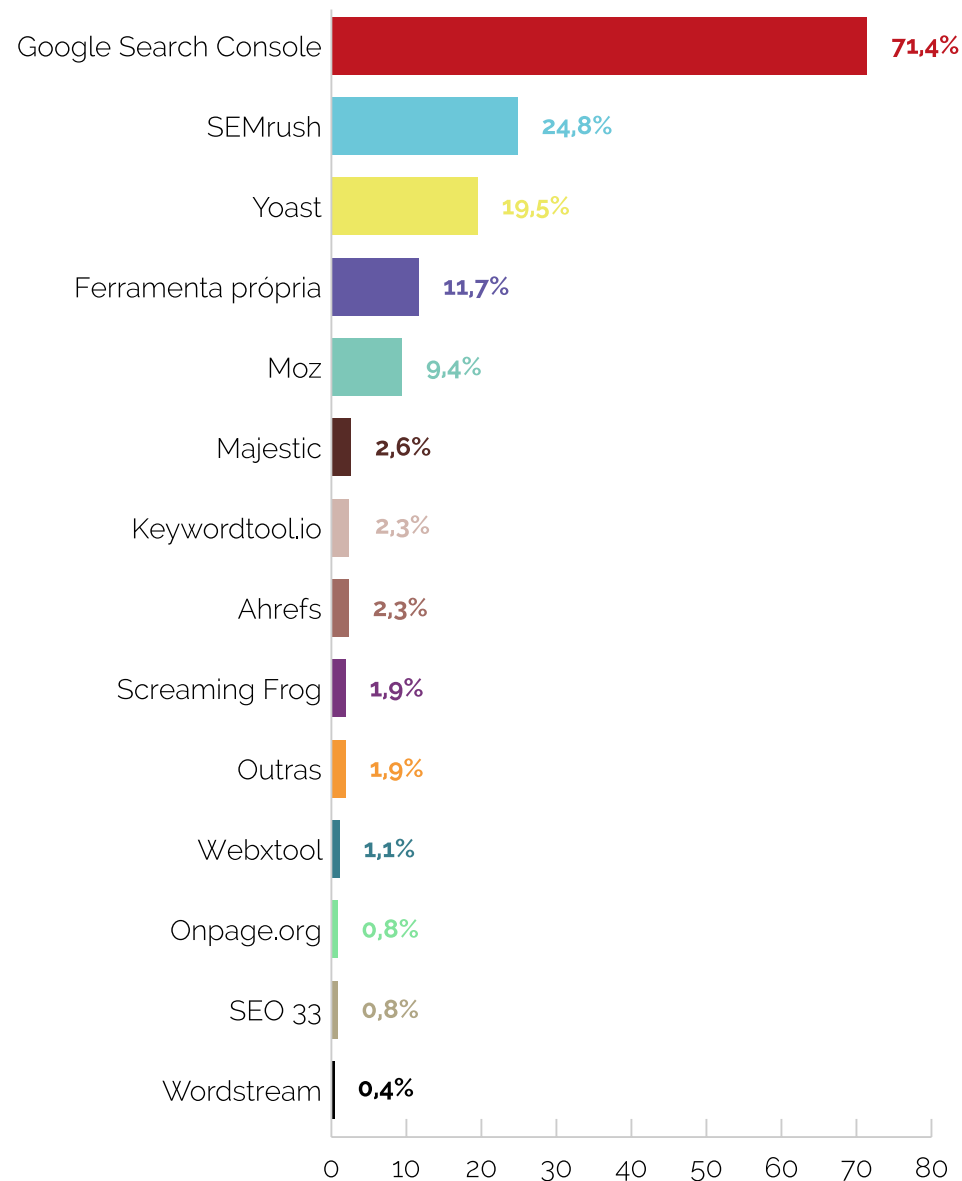
Apesar disso, muitos negócios ainda deixam de investir em plataformas de **análise SEO (Search Engine Optimization)**, essenciais para ampliar o sucesso de suas páginas da internet. De acordo com os resultados da pesquisa, 63% utilizam alguma ferramenta de SEO, sendo o Google Search Console o mais adotado (72%).

As ferramentas de SEO abordadas nesta pesquisa

apresentam as mais variadas funções, auxiliando em pesquisas de palavras-chave, otimização de websites por meio de plugins e análises.

Aqueles que se dedicam em oferecer uma boa experiência ao usuário e que obedecem às regras fundamentais entre os buscadores serão os primeiros colocados nos resultados das buscas dos internautas. E, pensando em pioneirismo, está aí uma grande oportunidade para as empresas que desejam se destacar em seu segmento e conquistar um público que não viria até a empresa de outra forma.

## FERRAMENTAS DE SEO MAIS ADOTADAS



## TESTES A/B

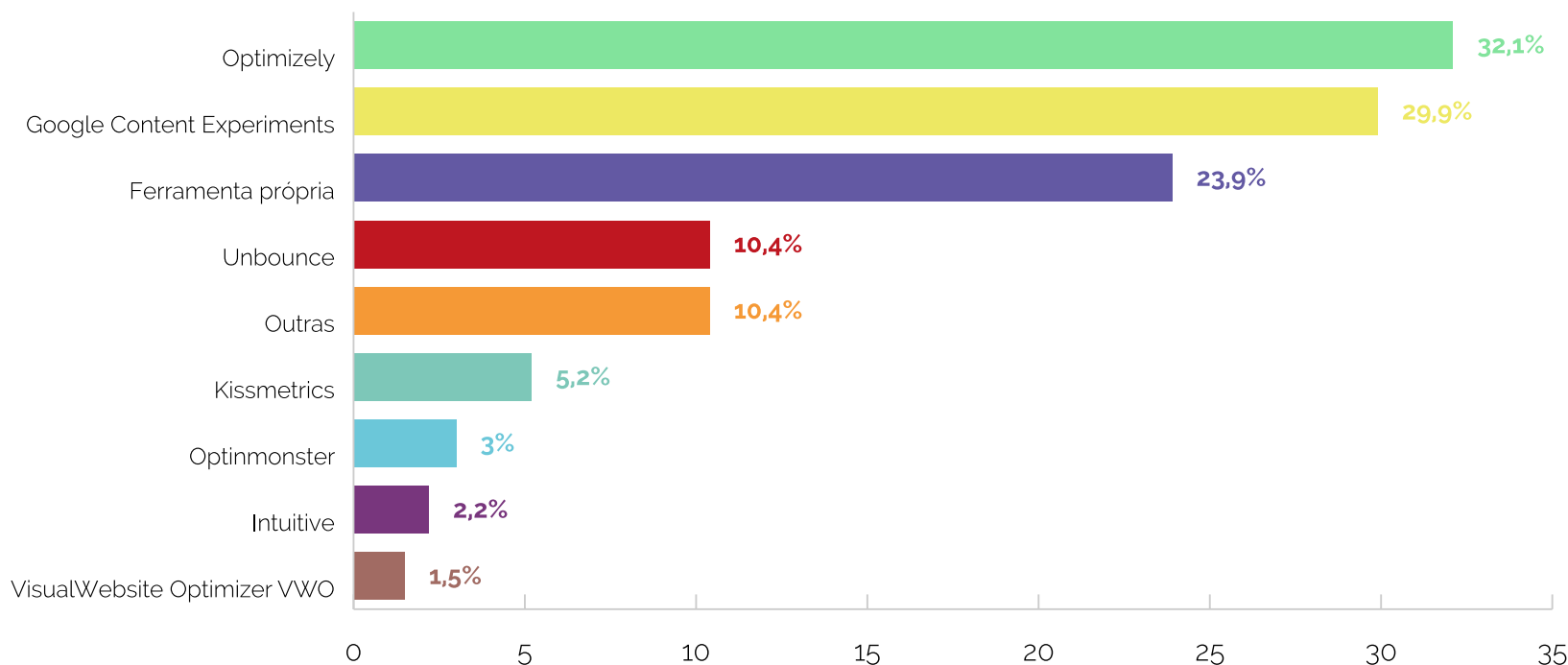
Para ajudar a analisar a eficácia das estratégias de Marketing Digital, muitos negócios utilizam testes A/B. Estes testes consistem em dividir o tráfego de uma determinada página, por exemplo, em duas versões para medir qual delas apresenta melhores resultados entre a audiência. As variáveis podem incluir título destaque, descrição da oferta, imagens, cores e quaisquer outras mudanças que a empresa considere que podem melhorar a performance e os números.

Essa estratégia pode ser utilizada em diversas frentes: anúncios nas redes sociais ou no Google, e-mail marketing, páginas do blog,

página de preços, entre outras. Muitas ferramentas facilitam a implementação desses testes, permitindo a mensuração dos resultados. Os mais utilizados pelos entrevistados são Optimizely e Google Content Experiments.

Ao todo, apenas 32% das empresas respondentes utilizam alguma ferramenta como essa, o que pode ser considerado um número extremamente baixo se pensarmos nos benefícios e nas possibilidades que elas trazem.

### FERRAMENTAS PARA TESTES A/B MAIS ADOTADAS

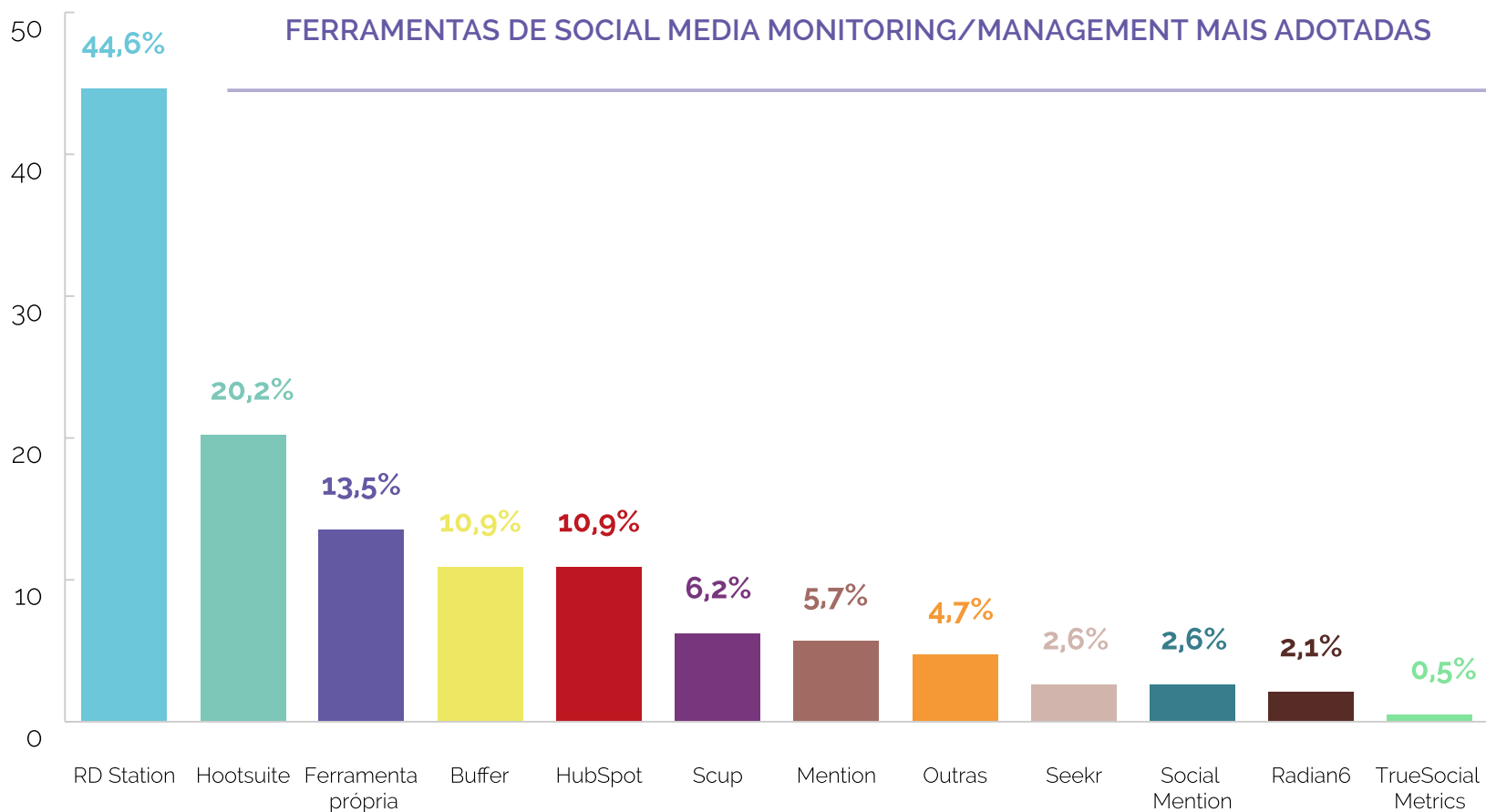


COMPARTILHE ESTE EBOOK!

## SOCIAL MEDIA MONITORING/MANAGEMENT

Muitas empresas de tecnologia desejam estar perto de seu público e, para isso, marcam presença nas mídias sociais. O entendimento que elas são necessárias já está na cabeça de muitos profissionais de marketing.

Contudo, de acordo com o levantamento, apenas 46% das organizações monitoram ou gerenciam de forma estratégica essa presença digital com uma ferramenta. Destas, cerca de 45% utilizam RD Station.







Com um software desses em mãos, a equipe de marketing consegue otimizar diversas ações. Ele permite ganhar produtividade ao pré-agendar postagens, acompanhar em tempo real todas as menções à marca nas mídias sociais além de analisar a recepção dos conteúdos e o crescimento da base de seguidores.

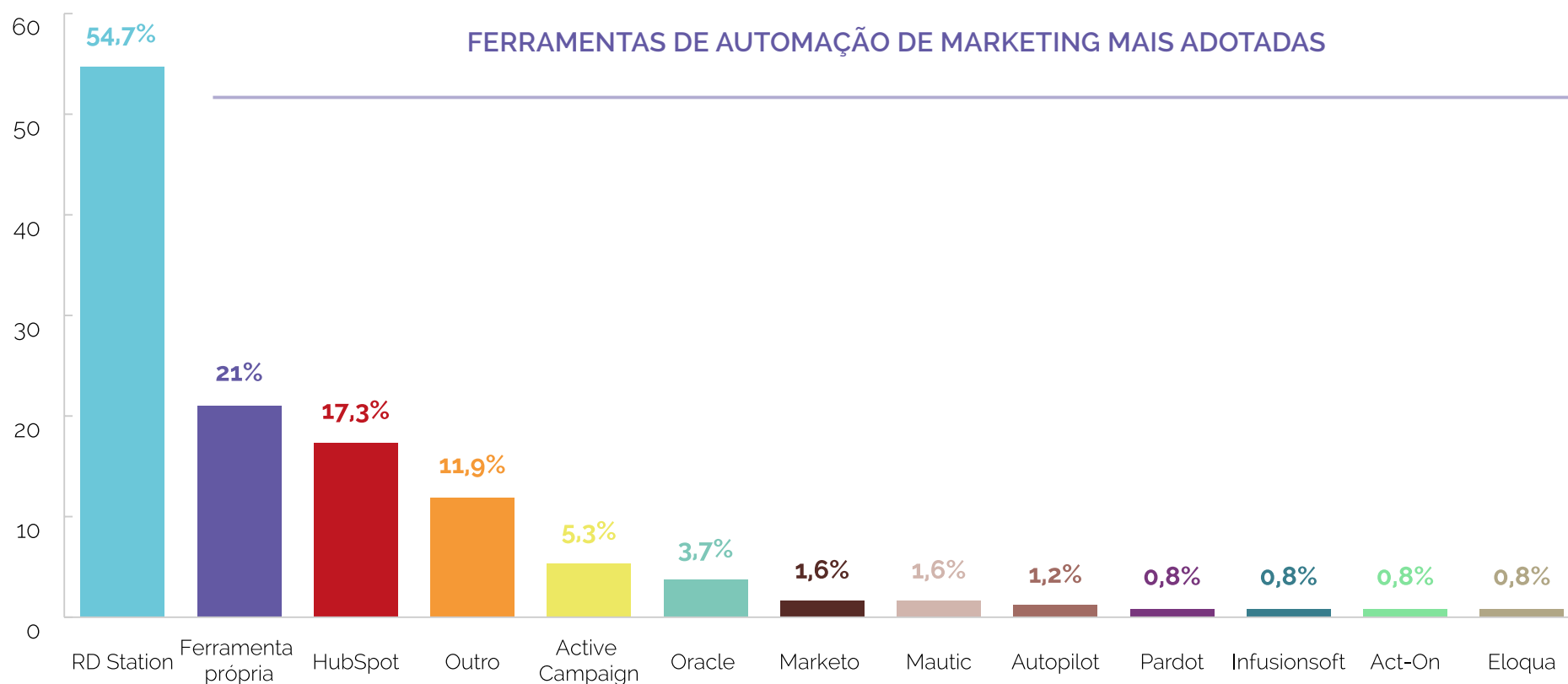
A partir do seu uso, é possível tanto prever as melhores oportunidades para o negócio como também as crises (contornando mal entendidos em tempo, por exemplo, antes que virem buzz). Todos os resultados das ações podem ser observados em análises concretas geradas por esses softwares.

## AUTOMAÇÃO DE MARKETING

As ferramentas de Automação de Marketing reúnem, em um só software, diversas funcionalidades verticais, como Landing Pages, e-mail marketing e fluxos de automação de e-mails, que facilitam e escalam a gestão dos contatos e o

amadurecimento de leads na jornada de compra. Ou seja, de maneira produtiva e automatizada, aumentam o número de leads mais preparados para uma abordagem de vendas.

De acordo com a nossa pesquisa, 58% das empresas de tecnologia já utilizam uma ferramenta como esta e, entre os adeptos, quase 55% trabalham com o RD Station.



Ter esses recursos centralizados em apenas uma plataforma aumenta a inteligência e a integração das ações de Marketing Digital, além de promover ganho de produtividade na equipe, já que todo o processo é feito de forma automatizada e por meio de gatilhos pré-definidos.

## FERRAMENTAS DE VENDAS

.....

Por facilitarem diversos processos e se mostrarem como grandes oportunidades para melhorar resultados em vendas, 91% dos negócios utilizam ao menos uma ferramenta para ajudar na aquisição de clientes. De modo geral, esse tipo

de software colabora na administração de tempo dos vendedores, na gestão de oportunidades e na previsão de vendas.

Ao todo, 53% daqueles que investem em um CRM ou em uma ferramenta de assinatura eletrônica e 64% dos que utilizam alguma plataforma de meio de pagamento afirmam que elas contribuem efetivamente nos resultados.

## CRM (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT)

.....

Quanto mais a empresa cresce e aumenta o número de prospects, mais difícil se torna a tarefa de gerenciar o processo de vendas.

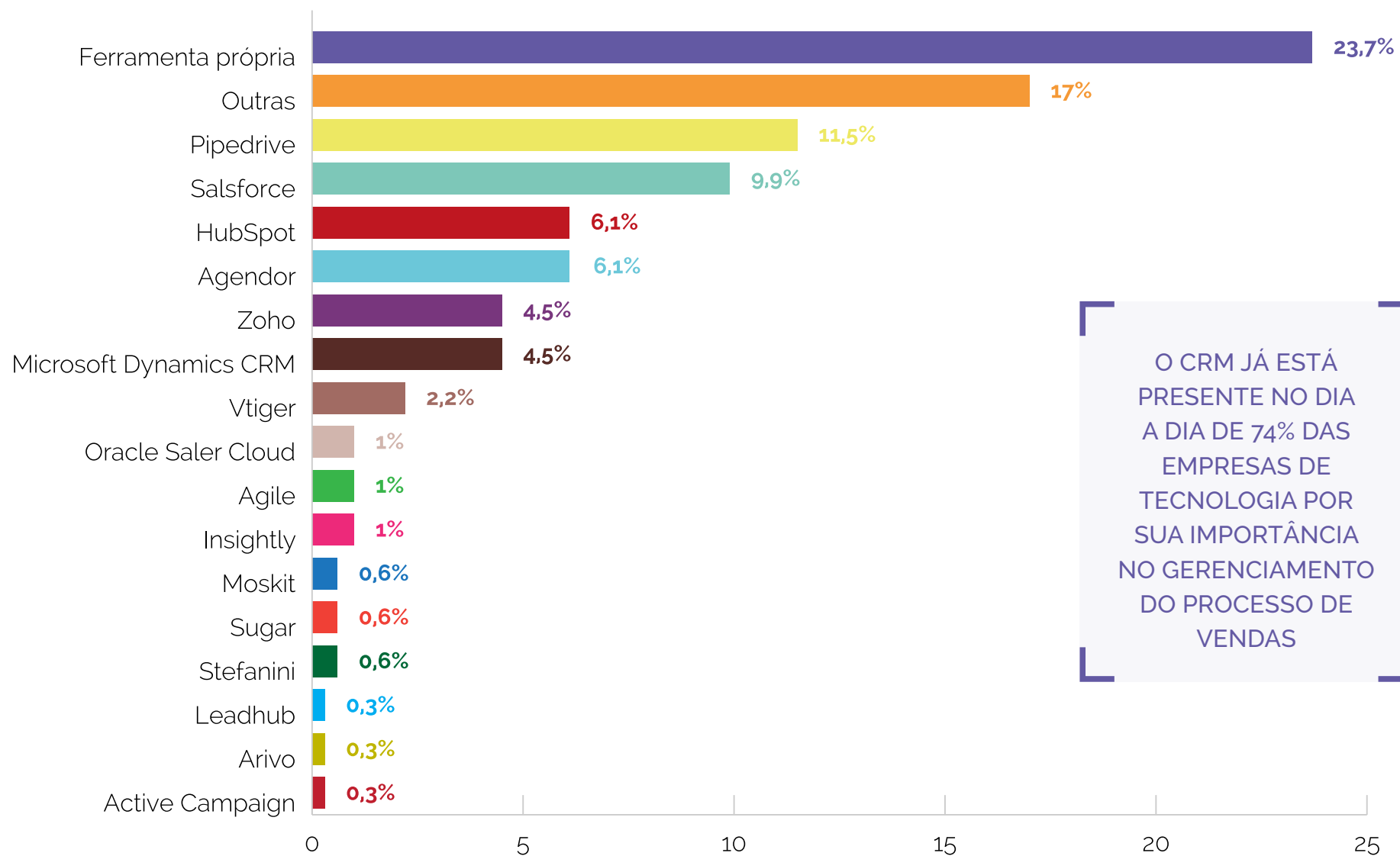
Por isso, se almeja um crescimento sustentável, o negócio precisa ter algum suporte para ajudar em todo o caminho percorrido na venda. Esta é a função de um **CRM**, presente no dia a dia de 74% dos participantes da pesquisa.

O CRM é um software de gestão de relacionamento com os clientes que permite guardar dados de cada um dos contatos feitos, clientes, prospects, contratos fechados, entre outros. Por meio deste recurso, a produtividade da equipe melhora consideravelmente, já que todas as informações relevantes que o vendedor precisa ter em mãos estão reunidas em apenas um local.

Portanto, com um CRM, a empresa aumenta as chances de realizar fechamentos feitos de forma certa, especialmente se ele for integrado a uma ferramenta de Automação de Marketing. Essa integração proporciona uma visão mais ampla de todo o processo de Inbound, aumentando a inteligência no envio e no recebimento de informações.

De acordo com o levantamento, a maior parte usa algum tipo de ferramenta própria para ter esse controle. Entre as ferramentas pagas, Pipedrive e Salesforce aparecem como as primeiras escolhas das organizações de tecnologia.

## FERRAMENTAS DE CRM MAIS UTILIZADAS



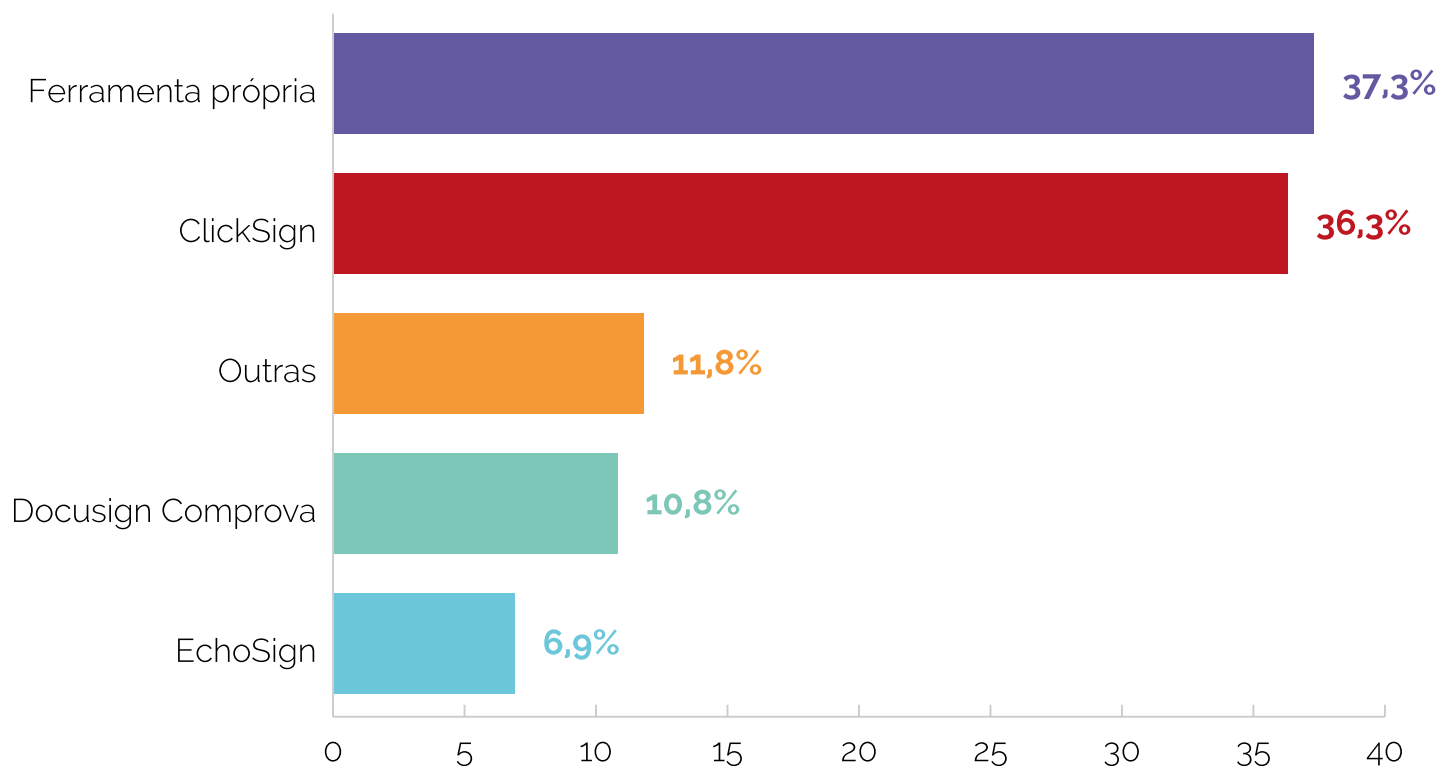
O CRM JÁ ESTÁ  
PRESENTE NO DIA  
A DIA DE 74% DAS  
EMPRESAS DE  
TECNOLOGIA POR  
SUA IMPORTÂNCIA  
NO GERENCIAMENTO  
DO PROCESSO DE  
VENDAS

## ASSINATURA ELETRÔNICA

Os softwares de assinatura eletrônica ajudam a economizar tempo e dinheiro de qualquer negócio, principalmente aqueles que atuam ou que querem conquistar um mercado fora da sua localização geográfica. Essa ferramenta proporciona facilidade, eficiência e segurança para ambas as partes na hora de assinar documentos online, conforme a legislação.

Contudo, a porcentagem de empresas que adota um software de assinatura eletrônica ainda é baixa (apenas 24%), considerando todos os seus benefícios. Entre os respondentes, 37% afirmam utilizar uma ferramenta própria e 36% adotam a ferramenta ClickSign para validar juridicamente seus contratos eletrônicos.

### FERRAMENTAS DE ASSINATURA ELETRÔNICA MAIS UTILIZADAS





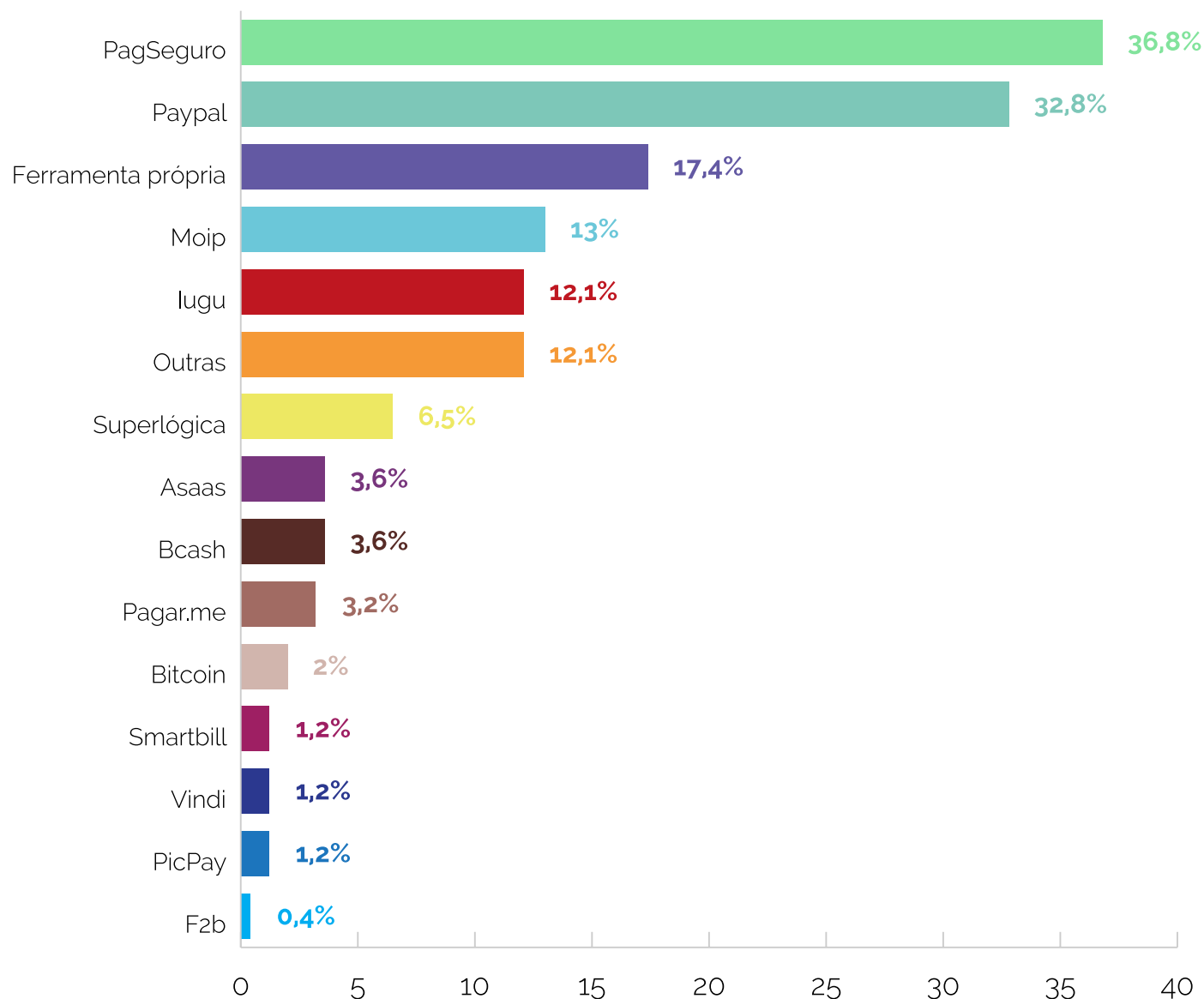
## MEIOS DE PAGAMENTO

Estas plataformas são instrumentos essenciais para qualquer empresa que precisa realizar transações online com facilidade e segurança. Isso vale tanto para recebimentos quanto para pagamentos.

O uso de plataformas para meios de pagamento apresenta diversos benefícios para as empresas. Além de garantir a segurança dos dados de quem realiza o pagamento, elas têm acordos com diferentes bandeiras de cartões e de bancos e, dessa forma, conseguem oferecer uma variedade de soluções.

Apesar disso, de acordo com a pesquisa, apenas 58% das empresas de tecnologia no Brasil utilizam alguma plataforma para meios de pagamento. As mais populares foram a PagSeguro, adotada por 37% dos respondentes, seguida pela PayPal (33%).

## FERRAMENTAS DE MEIOS DE PAGAMENTO MAIS UTILIZADAS



## FERRAMENTAS DE COMUNICAÇÃO E HELP DESK

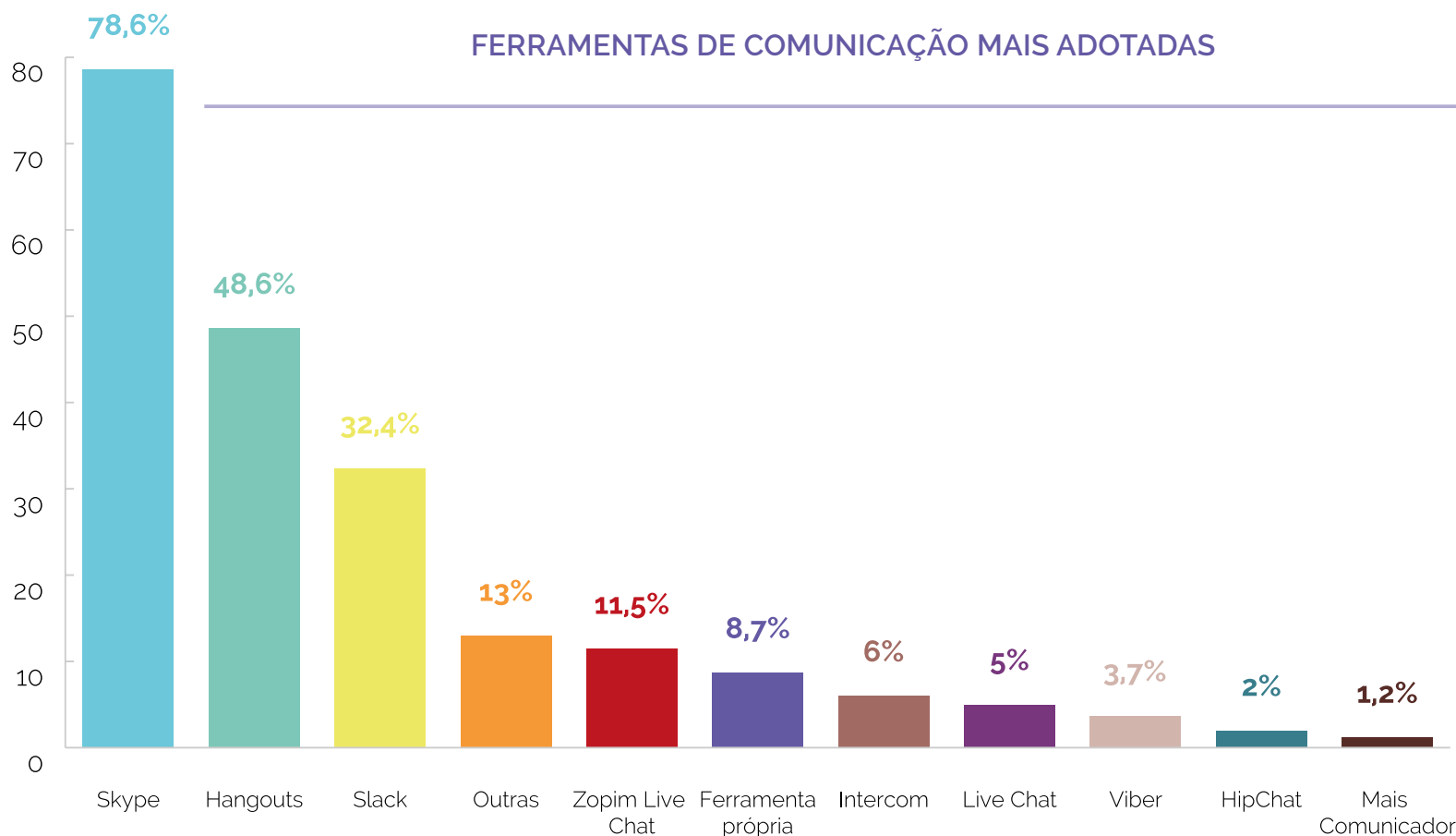
Uma parte fundamental dentro de uma empresa é a comunicação, tanto interna quanto externa. Assim, não é surpresa que 97% das organizações adotem ao menos uma tecnologia deste tipo para facilitar o contato entre seus colaboradores, bem como para melhorar o atendimento ao cliente.

95% DAS EMPRESAS UTILIZAM FERRAMENTAS DE COMUNICAÇÃO INTERNA E EXTERNA

Entretanto, houve uma disparidade nessa categoria: enquanto muitas empresas são adeptas de ferramentas de comunicação interna e externa, um número

muito menor investe em plataformas de help desk. Uma hipótese para isso pode ser a popularização dos softwares de comunicação entre os próprios usuários antes

mesmo de se tornarem parte de uma empresa, ao passo que os benefícios e o conhecimento sobre uma ferramenta de help desk ainda não estão tão disseminados.



# HELP DESK

Nas empresas de tecnologia, o time de suporte é peça extremamente importante para garantir a satisfação do cliente e a eficácia na identificação de possíveis problemas de funcionamento do produto/ serviço ou até mesmo de questões internas, como computadores danificados, falta de equipamento etc. Os softwares de help desk ajudam justamente no sistema de gestão de incidentes, desde a abertura do chamado até o encerramento e a avaliação do processo.

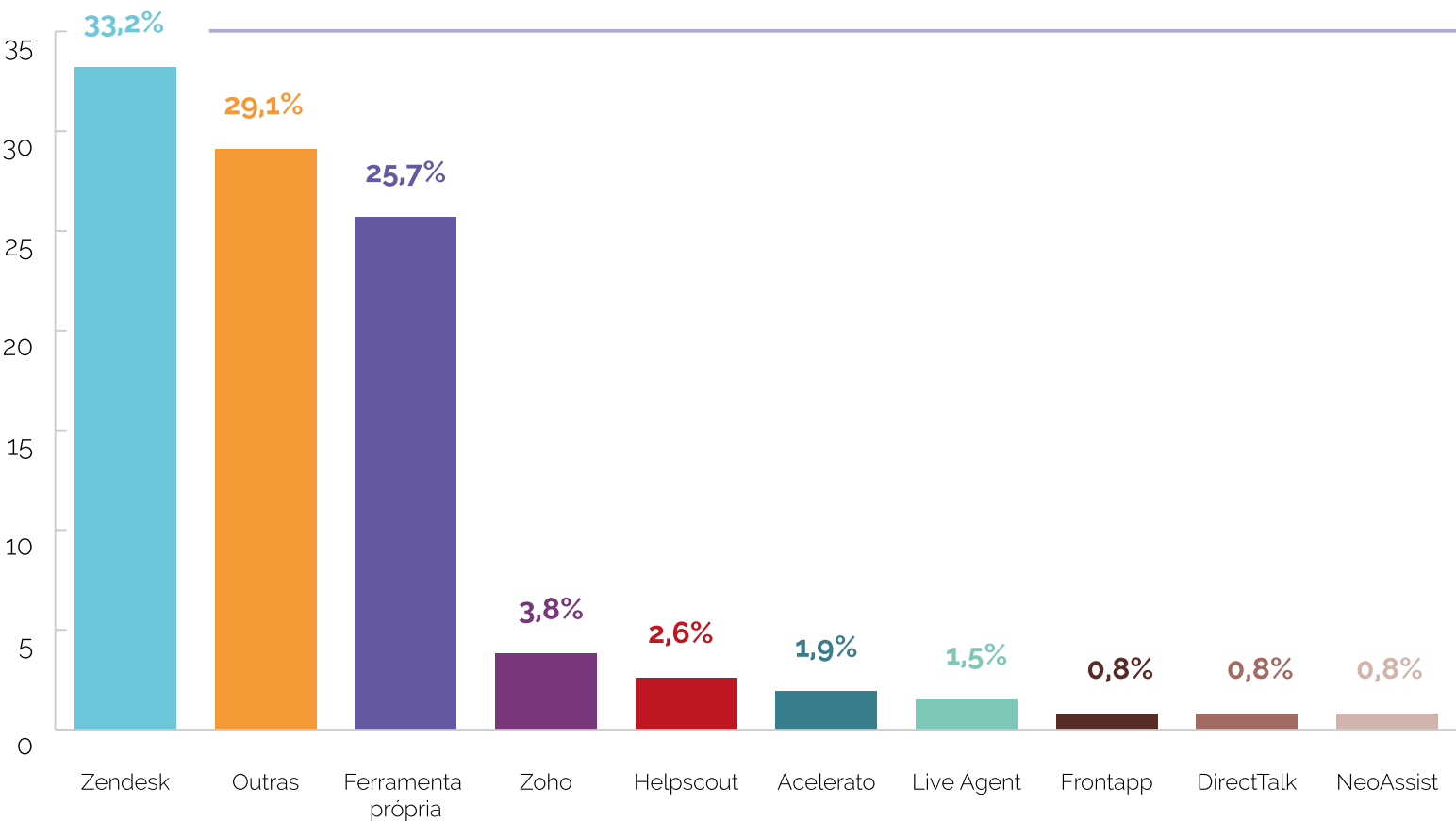
Possuir uma ferramenta de automação de help desk que centralize todas as solicitações dos clientes e funcionários, sejam elas para

solucionar dúvidas, realizar reclamações, requisição de serviços ou registro de problemas, traz segurança a todo o processo.

Como apontado, o uso de um software como esse entre as organizações pesquisadas se mostrou razoável, com adoção de

62% entre os respondentes. A plataforma mais utilizada entre as empresas brasileiras de tecnologia participantes é a Zendesk (33%).

## FERRAMENTAS DE HELP DESK MAIS ADOTADAS



# FERRAMENTAS DE GESTÃO E BI

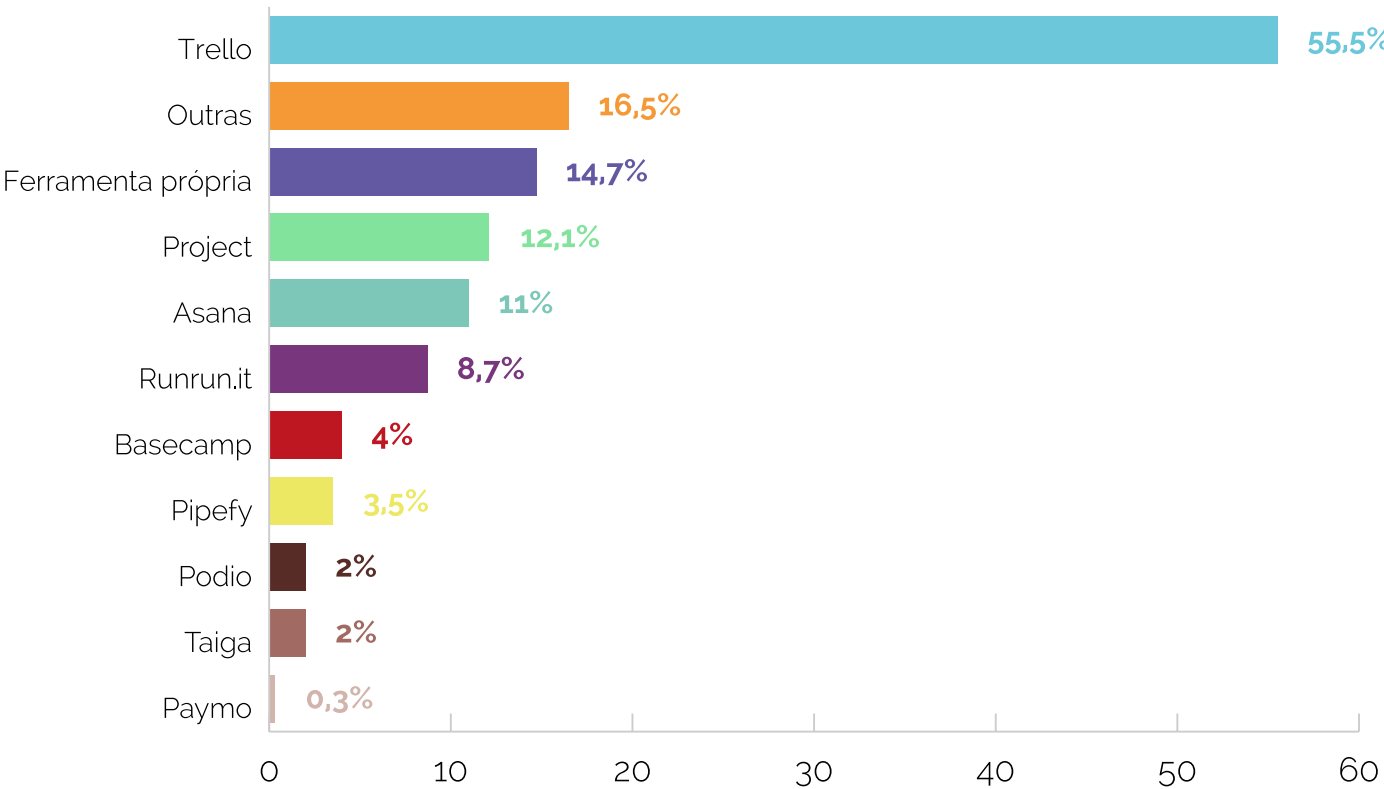
As ferramentas de Gestão e BI são excelentes aliadas no processo de administração geral da empresa. O seu uso auxilia na compreensão, na gestão e na análise das ações das equipes e do negócio como um todo. Todo esse acompanhamento é importante porque permite escalar as organizações de forma saudável e prática, tendo como driver dados e informações confiáveis.

## GESTÃO DE PROJETOS

Para o acompanhamento do andamento de projetos internos, 82% das empresas adotam alguma plataforma específica. As mais comuns são Trello (55%), Ferramentas Próprias (15%) e Project (12%). Os softwares de gestão de projetos têm a finalidade de tornar a administração das atividades mais dinâmica e funcional, com ordem de prioridades e entregas definidas.

Esse tipo de ferramenta possibilita a organização de tarefas de forma compartilhada, de modo que todo o time responsável possa acessá-la facilmente. Assim, tanto o gestor quanto os colaboradores conseguem ter clareza e acompanhar os projetos que estão sendo desenvolvidos na empresa.

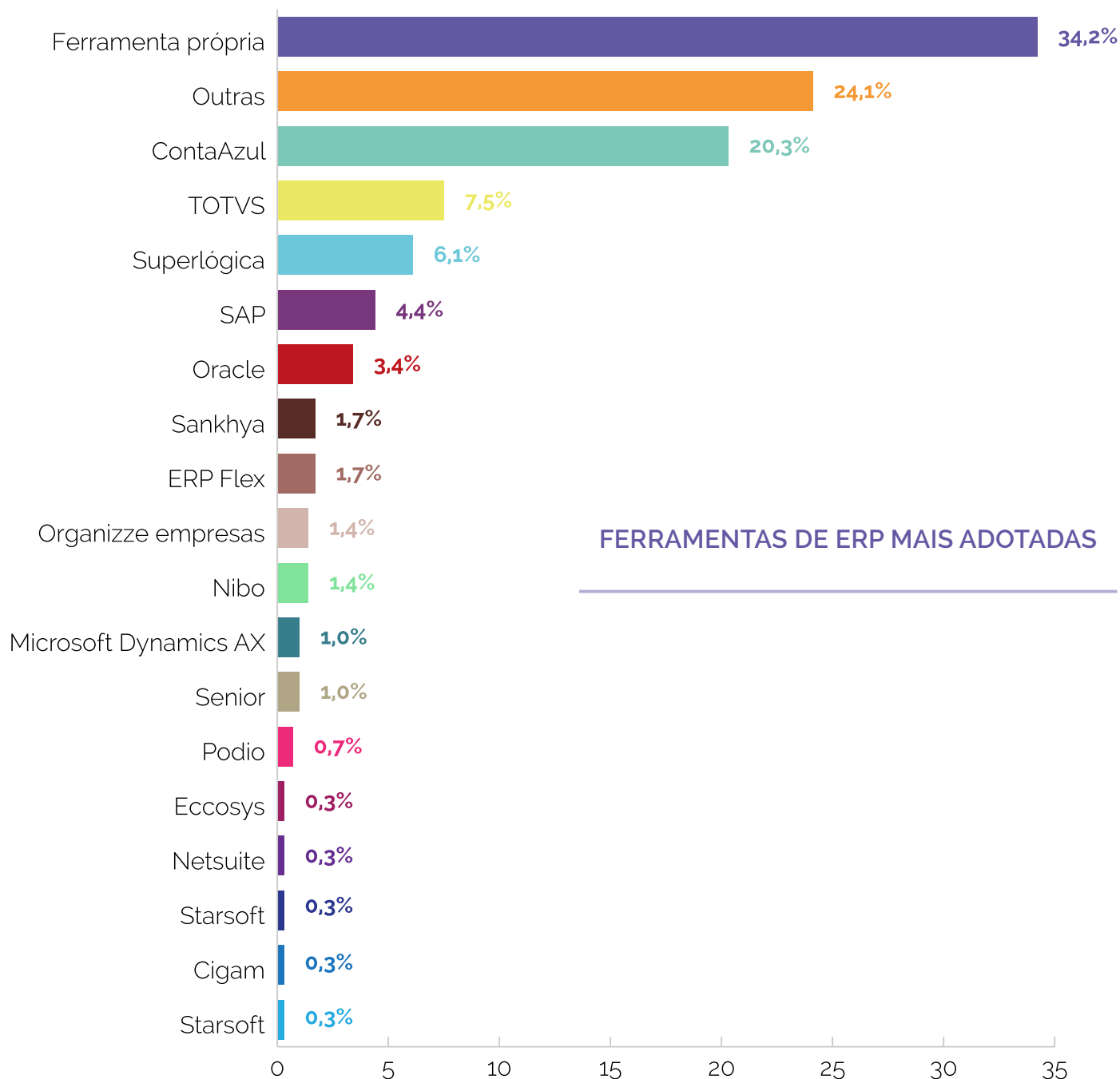
### FERRAMENTAS PARA GESTÃO DE PROJETOS MAIS ADOTADAS



## ERP (ENTERPRISE RESOURCE PLANNING)

Os ERPs, ou softwares de Planejamento dos Recursos da Empresa, ajudam a gerir todo o trabalho administrativo e operacional de um negócio. Com eles, é possível cuidar de cada uma das operações: faturamento, fluxo de caixa, apuração de impostos, balanço contábil, administração de pessoal, inventário de estoque, entre outras. O ERP permite que todos os dados e processos fiquem integrados e sejam organizados em um único sistema.

A pesquisa apontou que 70% das empresas de tecnologia já investem em um ERP para facilitar o entendimento, o controle e o desenvolvimento do negócio. Destes, 34% são adeptos de ferramentas próprias e 20% do ContaAzul.



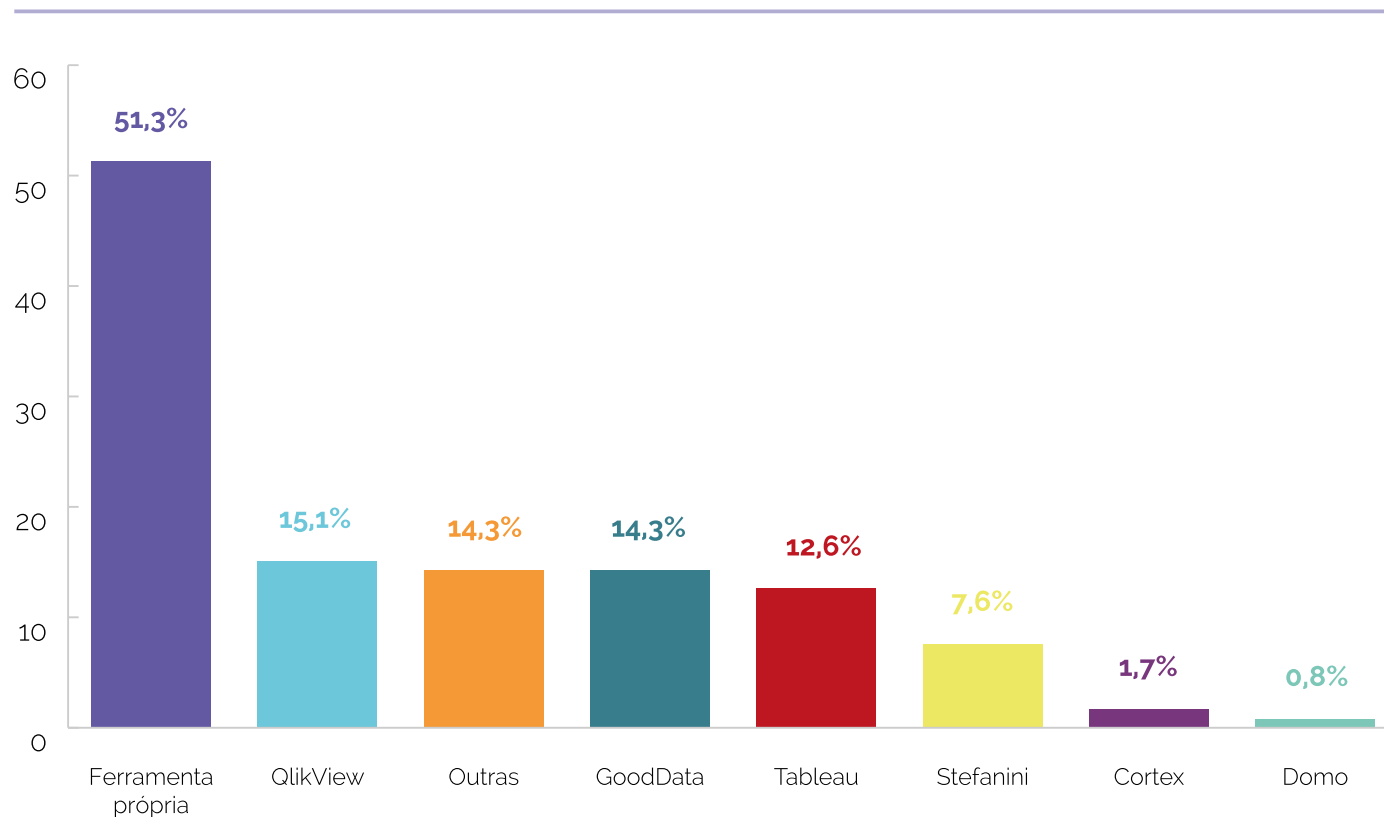


## BI (BUSINESS INTELLIGENCE)

Os softwares de BI permitem que as empresas deixem de lado a intuição para lidarem com a precisão de dados. Complementar ao ERP, essa ferramenta ajuda no gerenciamento de informações, nos relatórios e na performance de gestão, criando dashboards interativos e compartilháveis. A adoção destes softwares auxilia na tomada de decisões inteligentes, mediante dados recolhidos pelos diversos sistemas de informação.

Apenas 28% das organizações entrevistadas dizem adotar uma ferramenta como essa para gerar agilidade nas análises e incrementar ações. Certamente, este é um dado preocupante, visto que a inteligência de negócio permite um crescimento sustentável das empresas. Entre aquelas que utilizam este recurso, 51% afirmam que trabalham com ferramenta própria, 15% com QlikView e 14% com GoodData.

### FERRAMENTAS DE BI MAIS ADOTADAS



## FERRAMENTAS PARA DESENVOLVEDORES

.....

Estas ferramentas são essenciais para garantir a presença online de uma empresa, além de auxiliarem no desenvolvimento de softwares. Reconhecendo essa importância, 91% dos respondentes afirmaram utilizá-las e 68% destacaram a influência que elas têm nos resultados da empresa.

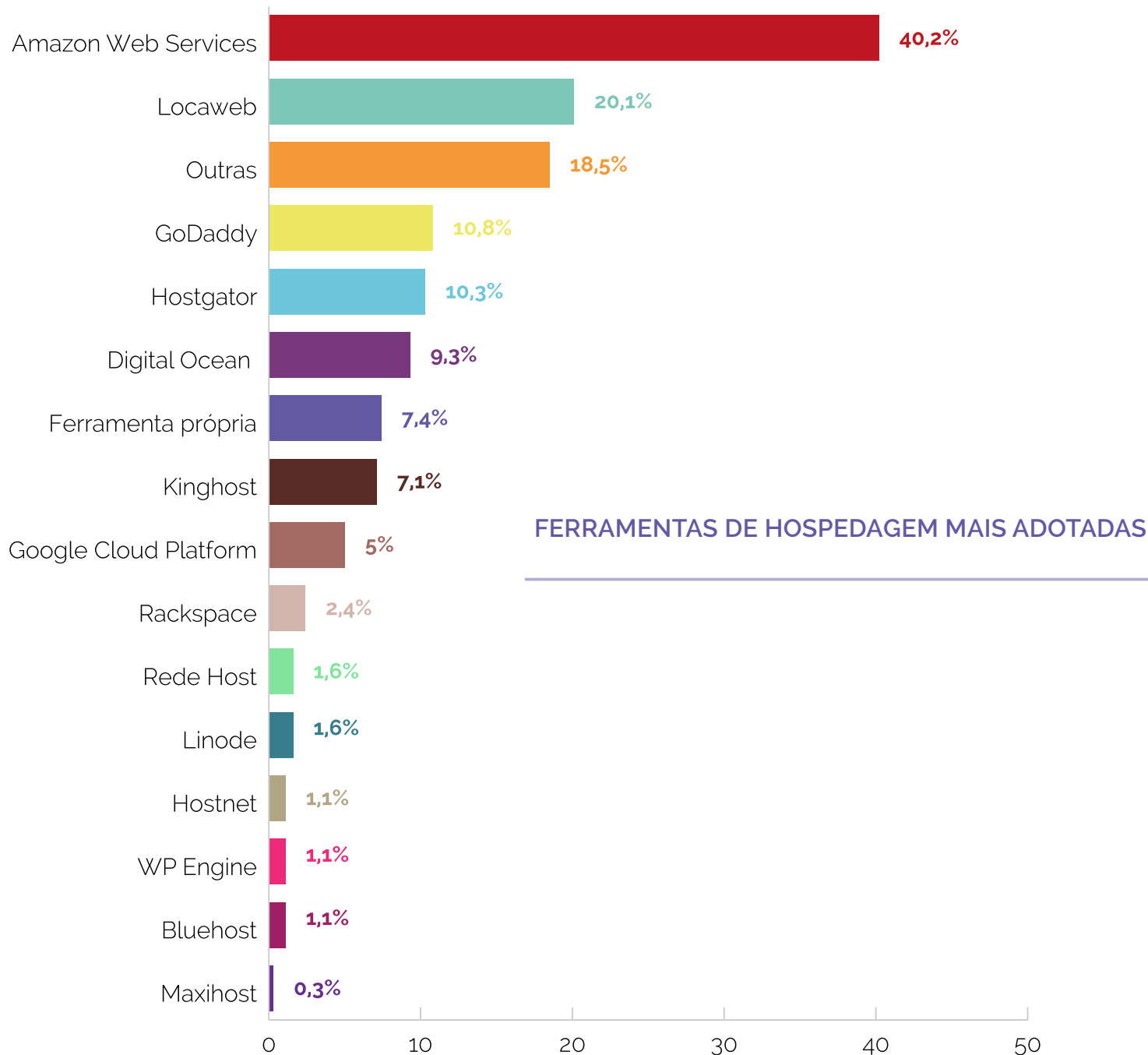
## HOSPEDAGEM

.....

Uma ferramenta de hospedagem possibilita que empresas tornem seus websites acessíveis na web, além de permitirem o armazenamento de informações, imagens, vídeos e outros conteúdos. Um provedor de hospedagem de sites fornece um espaço em seus servidores e sua conexão à internet aos seus clientes.



Como parte fundamental da presença de uma empresa na web, não poderia ser diferente: os softwares de hospedagem estão presentes na realidade de 89% dos negócios, sendo o Amazon Web Services o mais popular, com 40% de adesão.

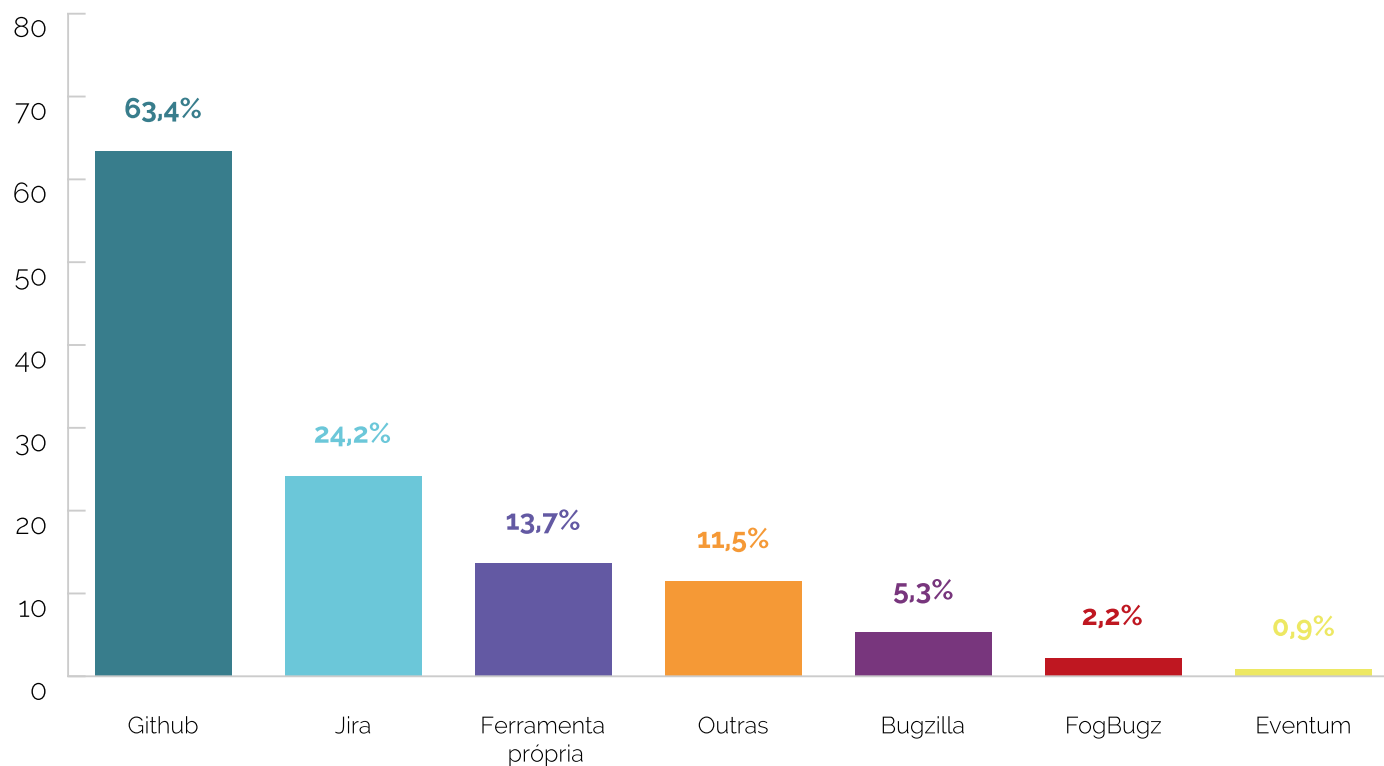


## BUG TRACKING

Bug tracking são ferramentas que registram defeitos (bugs) em softwares, sendo essenciais para que os desenvolvedores acompanhem quaisquer problemas. Muitos destes sistemas são de código aberto, o que permite que os próprios usuários finais do software reportem problemas, enquanto outros são utilizados apenas internamente pela empresa.

Apesar do uso destas ferramentas apresentar inúmeros benefícios para as empresas de tecnologia, apenas 54% dos respondentes afirmaram adotá-las.

### FERRAMENTAS DE BUG TRACKING MAIS UTILIZADAS



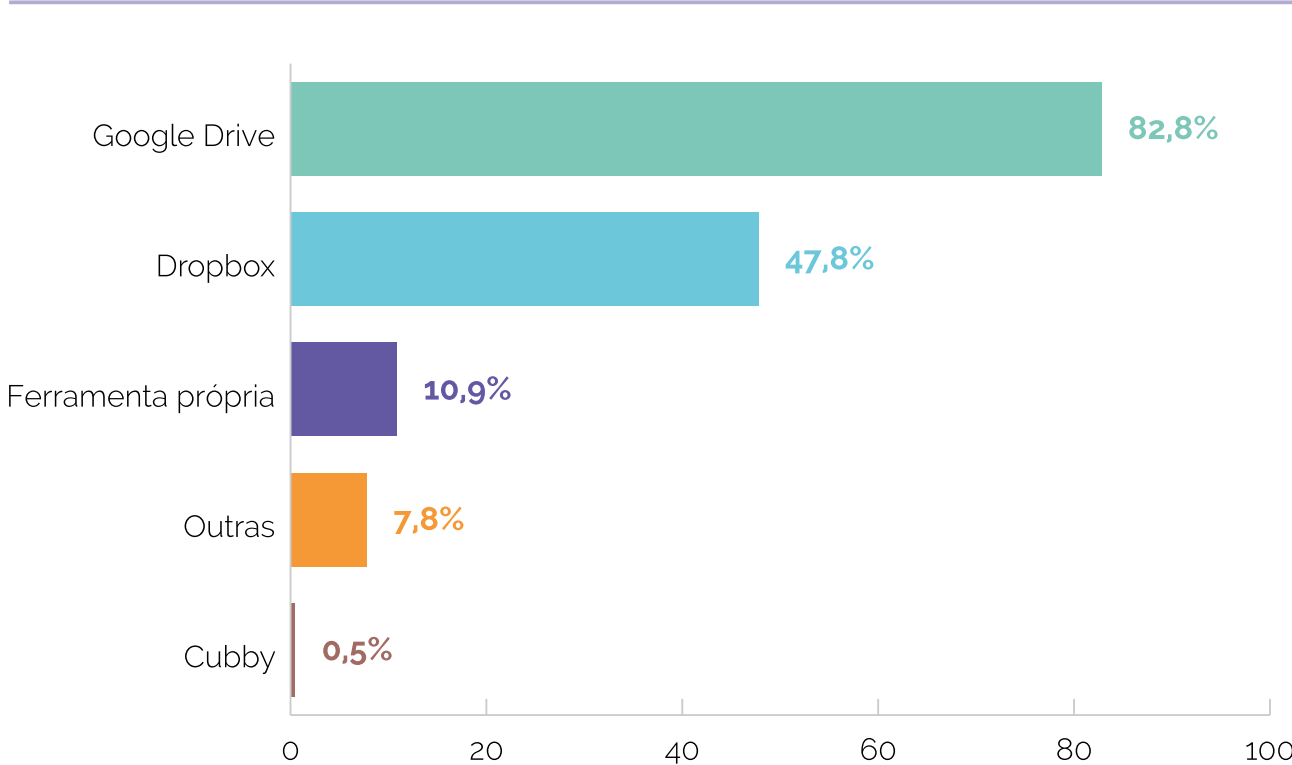
# COLABORAÇÃO E SUÍTES DE PRODUTIVIDADE

As ferramentas de Colaboração e Produtividade permitem que os membros de um time criem, editem e colaborem em um mesmo projeto simultaneamente, mesmo estando afastados geograficamente. Esses recursos oferecem ganho de produtividade e redução de custos, já que facilitam o desenvolvimento das atividades. De acordo com o levantamento, 84% das empresas usam ferramentas como essas.

## COLABORAÇÃO

Para facilitar o trabalho desenvolvido em equipe, ou seja, de colaboração, 93% dos negócios contam com algum tipo de software, sendo o mais comum o Google Drive (83%). As plataformas de colaboração aumentam a produtividade da equipe, oferecendo melhora na conexão e no compartilhamento de atividades desenvolvidas.

FERRAMENTAS DE COLABORAÇÃO MAIS ADOTADAS



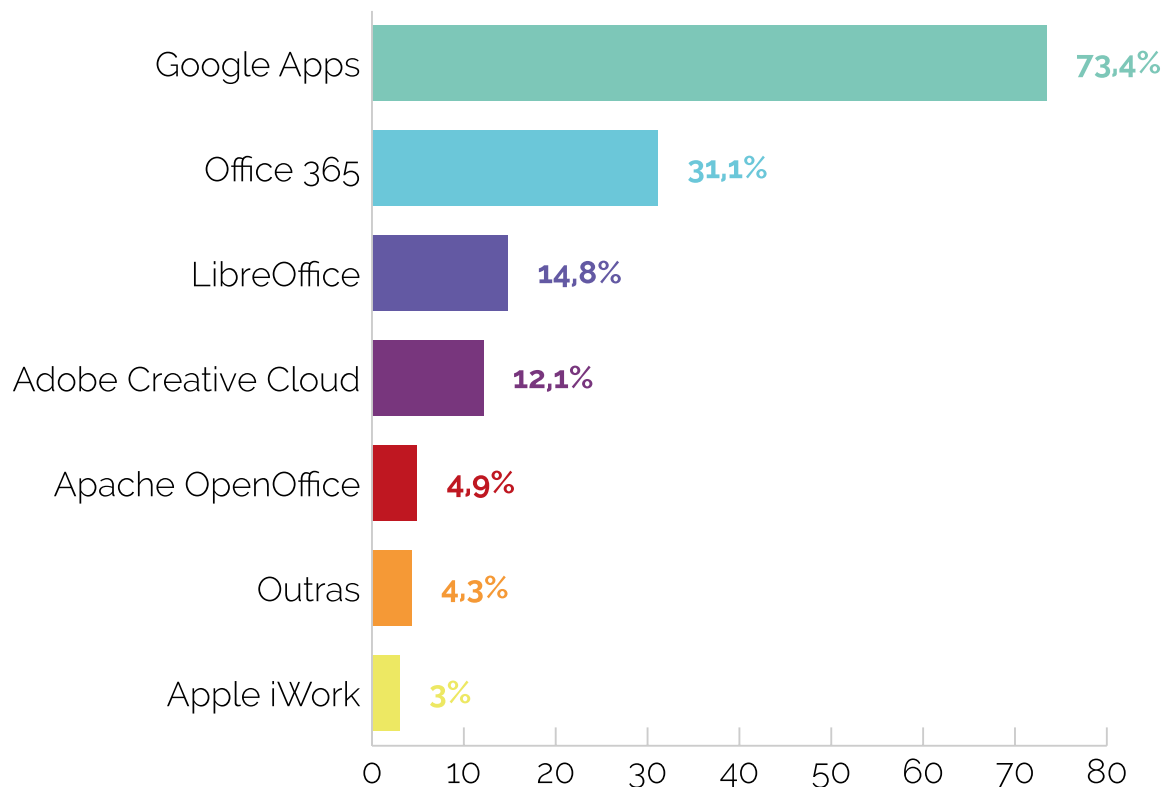
Normalmente, as ferramentas de colaboração são hospedadas na nuvem e, por isso, permitem a interação entre os usuários e evitam a necessidade de possuir os arquivos salvos em seus próprios computadores. Com isso, esses arquivos e projetos ficam mais seguros (já que não dependem apenas de um dispositivo como computador, tablet ou celular) e são facilmente acessados por qualquer um dos interessados.

## SUÍTES DE PRODUTIVIDADE

As suítes de produtividade são um conjunto de ferramentas que permitem a realização de diversas tarefas do dia a dia de uma empresa. Elas incluem editores de texto, de planilhas e de apresentações, aplicativos de agenda, entre outros.

Apesar de facilitarem processos e de potencializarem a produtividade, 28% dos respondentes afirmaram não adotar essa tecnologia. Entre aqueles que utilizam, verificou-se que o Google Apps se apresenta como a suíte mais popular, com 73% de adoção.

### SUÍTES DE PRODUTIVIDADE MAIS UTILIZADAS



# HIGHLIGHTS PARA O SETOR DE TECNOLOGIA

## CATEGORIAS DE FERRAMENTAS MAIS ADOTADAS

Entre as categorias definidas para a pesquisa, aquela que apresenta maior adesão é a de Marketing Digital: mais de 97% das empresas de tecnologia de todo o Brasil utilizam uma ou mais ferramentas. Essa alta porcentagem demonstra uma percepção do setor sobre a importância de investir em novas estratégias de marketing para ampliar a visibilidade online da marca.

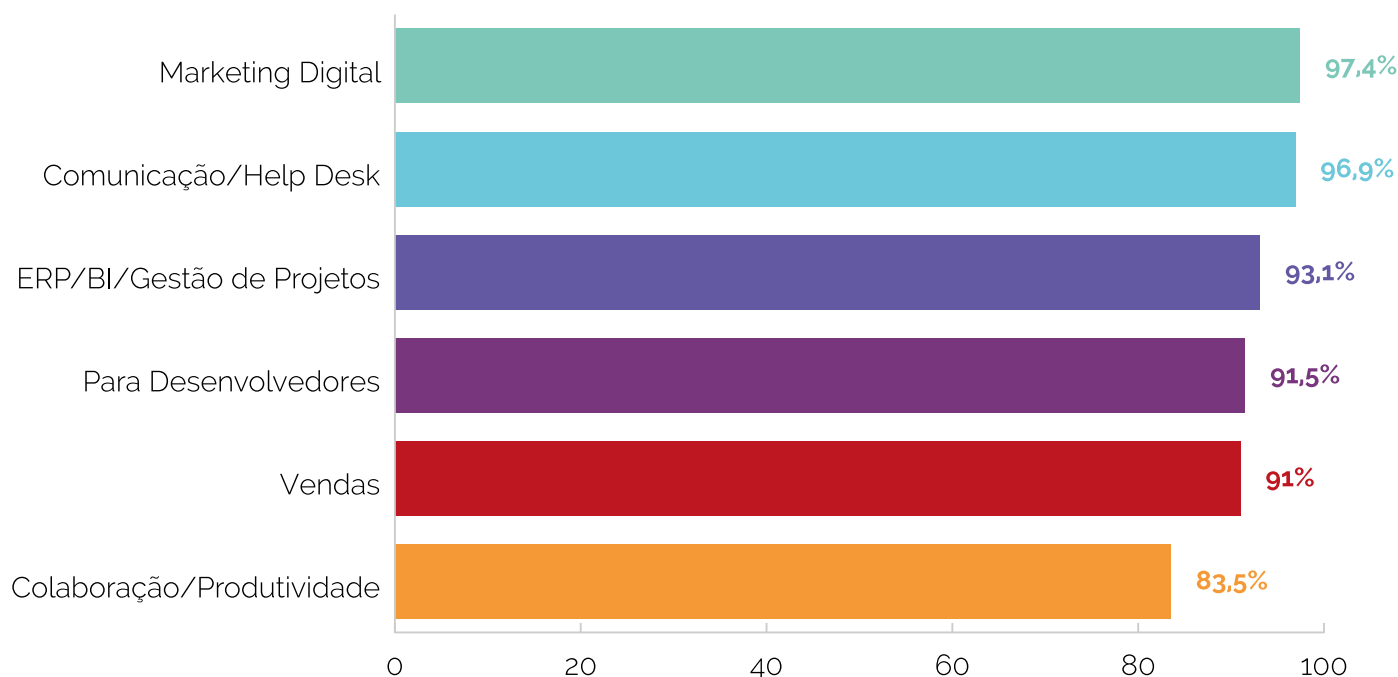


MAIS DE 97% DAS EMPRESAS DE TECNOLOGIA NO BRASIL UTILIZAM AO MENOS UMA FERRAMENTA DE MARKETING DIGITAL

Em seguida, a categoria de maior adoção é a de ferramentas de comunicação e help desk: quase 97% dos entrevistados adotam ao menos uma aplicação. Em muitas empresas, as ferramentas de comunicação (como o Skype, Hangouts e até mesmo o e-mail) acabam se tornando também apoio para atendimento de suporte.

A categoria menos popular, por sua vez, foi a de colaboração e produtividade, em que 83% dos respondentes utilizam ao menos uma ferramenta. Mesmo assim, a adoção destas tecnologias ainda é bastante elevada.

### EMPRESAS QUE ADOTAM AO MENOS UMA FERRAMENTA POR CATEGORIA





## ADOÇÃO DE FERRAMENTAS BRASILEIRAS X ESTRANGEIRAS

As tecnologias brasileiras ainda perdem para as estrangeiras em termos de adoção. Em 13 dos 21 tipos de tecnologia abordados nesta pesquisa, predominou o uso de ferramentas estrangeiras.

Essa diferença pode estar relacionada a um desconhecimento, ou até mesmo a uma falta de opção de ferramentas brasileiras em determinadas categorias. Apesar disso, como as tecnologias estrangeiras costumam ser pagas em dólar, a conjuntura atual de alta da moeda representa uma oportunidade para as empresas de tecnologia do país conquistarem mercado.

BRASILEIRAS
AUTOMAÇÃO DE MARKETING
CONSTRUÇÃO DE LANDING PAGES
PLATAFORMAS DE CONTEÚDO
SOCIAL MEDIA MONITORING / MANAGEMENT
ASSINATURA ELETRÔNICA
HELP DESK
ERP
MEIOS DE PAGAMENTO



ESTRANGEIRAS
E-MAIL MARKETING
SEO
ANALYTICS
TESTES A/B
CMS
CRM
COMUNICAÇÃO
COLABORAÇÃO
HOSPEDAGEM
BUG TRACKING
BUSINESS INTELLIGENCE
GESTÃO DE PROJETOS
SUÍTES DE PRODUTIVIDADE

## CONCLUSÃO

Apesar de as categorias abordadas apresentarem, no geral, altas taxas de adesão pelas empresas de tecnologia no Brasil, verificamos que algumas ferramentas ainda são pouco exploradas nesse setor.

Dessa forma, há uma grande oportunidade para as empresas crescerem, se diferenciarem e conquistarem mercados a partir do uso integrado destas ferramentas, considerando os benefícios que elas trazem em

termos de aumento de produtividade, diversificação de estratégias de marketing e otimização de processos como um todo.

Para encontrar os benchmarks do setor de tecnologia, buscamos encontrar as ferramentas mais utilizadas pelas empresas, além de entender como elas impactam nos resultados obtidos.

Entretanto, não há uma fórmula ou uma combinação perfeita, que atenda toda e qualquer empresa. Mas, com

este relatório, esperamos te ajudar a conhecer e avaliar quais são as melhores

ferramentas de tecnologia para impulsionar o seu negócio.



# SUA EMPRESA DE TECNOLOGIA QUER ALAVANCAR VENDAS E DIMINUIR CUSTOS?

---

SAIBA COMO O RD STATION PODE AJUDAR A  
ALCANÇAR GRANDES RESULTADOS: AGENDE  
UMA CONVERSA GRATUITA COM UM DE NOSSOS  
CONSULTORES ESPECIALISTAS EM EMPRESAS DE  
TECNOLOGIA E DESCUBRA AS MELHORES OPÇÕES  
PARA O SEU NEGÓCIO!

**AGENDAR CONVERSA GRATUITA**

**ResultadosDigitais**

# Resultados Digitais

A Resultados Digitais é a criadora do **RD Station**, plataforma de Automação de Marketing pioneira no Brasil e que permite o gerenciamento integrado de ações ligadas a e-mail marketing, Landing Pages, mídias sociais, gestão de leads e muito mais.

Ao longo de anos de experiência, tivemos a oportunidade de conversar com mais de 15 mil empresas de todo o país e de construir uma carteira com clientes de diversos segmentos. Essa experiência de proximidade com o mercado nos dá diariamente os inputs necessários para construir uma solução adaptada às necessidades do empresário e do profissional de marketing brasileiro, não apenas no que diz respeito ao nosso software, mas às nossas **consultorias**, aos nossos **eventos** e aos nossos **conteúdos exclusivos** como este.



# VOCÊ SE INTERESSOU PELO CONTEÚDO, MAS QUER IR ALÉM?

---

O QUE VOCÊ ACHA DE RECEBER UMA  
AVALIAÇÃO GRATUITA DE SUA  
ESTRATÉGIA DE MARKETING DIGITAL  
OFERECIDA PELA ROCK CONTENT?

QUERO RECEBER UMA AVALIAÇÃO GRATUITA



A Rock Content é a empresa líder em marketing de conteúdo no mercado brasileiro. Nós ajudamos marcas a se conectarem com seus clientes através de **conteúdo fantástico** e blogs corporativos sem monotonia. Por meios de nosso serviço de consultoria montamos estratégias de conteúdo para nossos clientes que são executadas pelo nosso time de milhares de escritores freelancers qualificados. Possuímos vários **materiais educativos gratuitos** e sempre temos algum artigo interessante no **blog do Marketing de Conteúdo**.