

ABM: O Guia Definitivo para o Marketing B2B

ABM: O Guia Definitivo para o Marketing B2B

Como atrair, conquistar e expandir as
contas mais valiosas para o seu negócio

Bruno Oliveira

Braga, 2025

Edição do Autor

Ficha Catalográfica / Créditos

Título: ABM: O Guia Definitivo para o Marketing B2B

Subtítulo: Como atrair, conquistar e expandir as contas mais valiosas para o seu negócio.

Autor: Bruno Oliveira

Edição: 1.^a Edição – 2025

Local: Braga

Editora: Edição do Autor

ISBN: 9789403844305

Direitos de Autor © 2025 Bruno Oliveira

Todos os direitos reservados. Nenhuma parte desta publicação poderá ser reproduzida, armazenada em sistemas eletrônicos, transmitida ou utilizada em qualquer forma ou por qualquer meio — eletrônico, mecânico, fotocópia, gravação ou outro, sem autorização prévia e escrita do autor.

Capa e Design: Luísa Fernandes

Revisão: Bookmundo B.V

Produção Gráfica: Bookmundo B.V

Depósito Legal: 556119/25

Dedicatória:

A todos os profissionais de marketing B2B em Portugal que acreditam que cada relação comercial pode ser mais humana, mais estratégica e mais valiosa. E, em especial, a todos aqueles que ousam desafiar o status para transformar as suas empresas em verdadeiros parceiros de crescimento.

Agradecimentos:

Este livro é o resultado de uma jornada coletiva. Agradeço profundamente a todos os colegas e mentores que compartilharam comigo as suas experiências, desafios e aprendizagens no universo do marketing B2B. Aos meus amigos e família, pelo apoio constante e pelas palavras de incentivo nos momentos de maior dúvida. Aos profissionais e empresas que me inspiraram ao longo da carreira, cada caso de sucesso, cada erro e cada insight serviram de combustível para a criação deste guia. E a si, leitor, por dedicar o seu tempo a aprender, refletir e aplicar o que aqui encontrará. Que este livro seja uma ferramenta prática e uma fonte de inspiração para o crescimento das suas contas mais valiosas.

“O objetivo do marketing é conhecer e entender o cliente tão bem que o produto ou serviço se ajuste a ele e se venda por si só.”

Peter Drucker

Prefácio:

O Account-Based Marketing (ABM) deixou de ser uma tendência para se tornar uma estratégia essencial no marketing B2B moderno. Num mercado cada vez mais competitivo, as empresas que conseguem alinhar as suas equipas de marketing e vendas para abordar contas de alto valor estão a liderar a transformação do setor. O que Bruno Oliveira oferece neste livro é mais do que um manual técnico, é uma visão prática e contextualizada da realidade portuguesa.

Com base em experiências reais e numa abordagem clara, o autor mostra como as empresas podem construir relações mais profundas e rentáveis com os seus clientes estratégicos. Este guia combina teoria, metodologia e aplicação prática, tornando-se uma leitura obrigatória para qualquer profissional que deseje dominar o ABM em Portugal.

Apresentação do Autor

Ao longo da minha carreira em marketing e vendas B2B, tanto no Brasil quanto em Portugal, testemunhei o impacto transformador de uma estratégia de Account Based Marketing (ABM) bem executada. Este livro nasceu da minha paixão pela metodologia e da vontade de oferecer um guia prático para gestores, profissionais de marketing e equipas de vendas que queiram implementar ou otimizar estratégias de ABM em Portugal. Aqui partilho fundamentos, lições aprendidas e experiências reais, ajudando empresas a evitar armadilhas comuns e a alcançar resultados sustentáveis e lucrativos.

Introdução do Autor:

O marketing B2B atravessa uma fase de transformação. A personalização, a integração de dados e o alinhamento entre marketing e vendas deixaram de ser conceitos futuristas e tornaram-se pilares essenciais. Ao explorar o Account-Based Marketing (ABM), percebi que muitas empresas em Portugal ainda o veem como algo distante ou reservado apenas às grandes multinacionais. A verdade é que o ABM pode e deve ser aplicado sempre que existam relações comerciais baseadas em valor e confiança.

Este livro nasceu para preencher essa lacuna, desmistificar o ABM e adaptá-lo à realidade portuguesa, tendo em conta o mercado, a cultura empresarial e o ritmo de transformação digital. Ao longo dos capítulos, encontrará princípios estratégicos, exemplos práticos e ferramentas acionáveis para identificar as contas certas, criar campanhas relevantes e construir relações duradouras que promovam crescimento sustentável.

Convido-o a encarar este livro não apenas como uma leitura, mas como um roteiro de ação, capaz de inspirar novas ideias, desafiar paradigmas e tornar o marketing B2B mais estratégico, humano e eficaz em Portugal.

Bruno Oliveira

Braga, 2025

Sumário:

Fundamentos do Account-Based Marketing.....	16
De ABM para ABX:.....	32
A Evolução para a Experiência da Conta.....	32
Desenhando a Estratégia.....	50
A Equipe dos Sonhos:.....	69
Estruturando o Time de ABM para o Sucesso.....	69
Mãos à Obra.....	95
Amplificando o Alcance:.....	117
Ferramentas, Automação e Marketing Digital.....	117
Gestão e Otimização.....	131
Conclusão e Próximos passos.....	153

ABM: O Guia Definitivo para o Marketing B2B

*Como atrair, conquistar e expandir as contas
mais valiosas para o seu negócio*

Parte 01:

Fundamentos do Account-Based Marketing

A Revolução do Foco no Cliente:

Quando iniciei a minha carreira em marketing digital em 2019, primeiro no Brasil e depois aqui em Portugal, uma verdade tornou-se cristalina: o marketing B2B tradicional está ultrapassado.

Ao longo do tempo, vi empresas investirem centenas de euros em campanhas genéricas, eventos massivos e estratégias de funil que tratavam todos os potenciais clientes da mesma forma, como se fossem consumidores numa prateleira de supermercado. O resultado? Taxas de conversão miseráveis, ciclos de vendas intermináveis e equipas comerciais frustradas com leads de baixa qualidade.

Foi neste contexto de frustração generalizada que descobri o Account-Based Marketing (ABM), uma metodologia que viria a revolucionar não apenas a minha perspetiva profissional, mas toda a

forma como enxergo o marketing B2B moderno. Ao contrário do marketing tradicional, que funciona como uma rede de pesca lançada ao mar na esperança de apanhar qualquer peixe, o ABM é como a pesca com arpão: identifica exatamente o peixe que queres, estuda os seus hábitos e ataca com precisão cirúrgica.

Como CMO e especialista em marketing digital com experiência sólida em SEO, Inbound Marketing, Google Ads e Meta Ads, tenho aplicado estratégias ABM tanto no mercado brasileiro quanto no português, e posso afirmar categoricamente que estamos perante a evolução natural do marketing B2B.

Enquanto o Brasil já abraçou esta metodologia com algum entusiasmo, Portugal mantém-se ainda cauteloso, perdendo oportunidades valiosas de modernizar os seus processos comerciais e aumentar