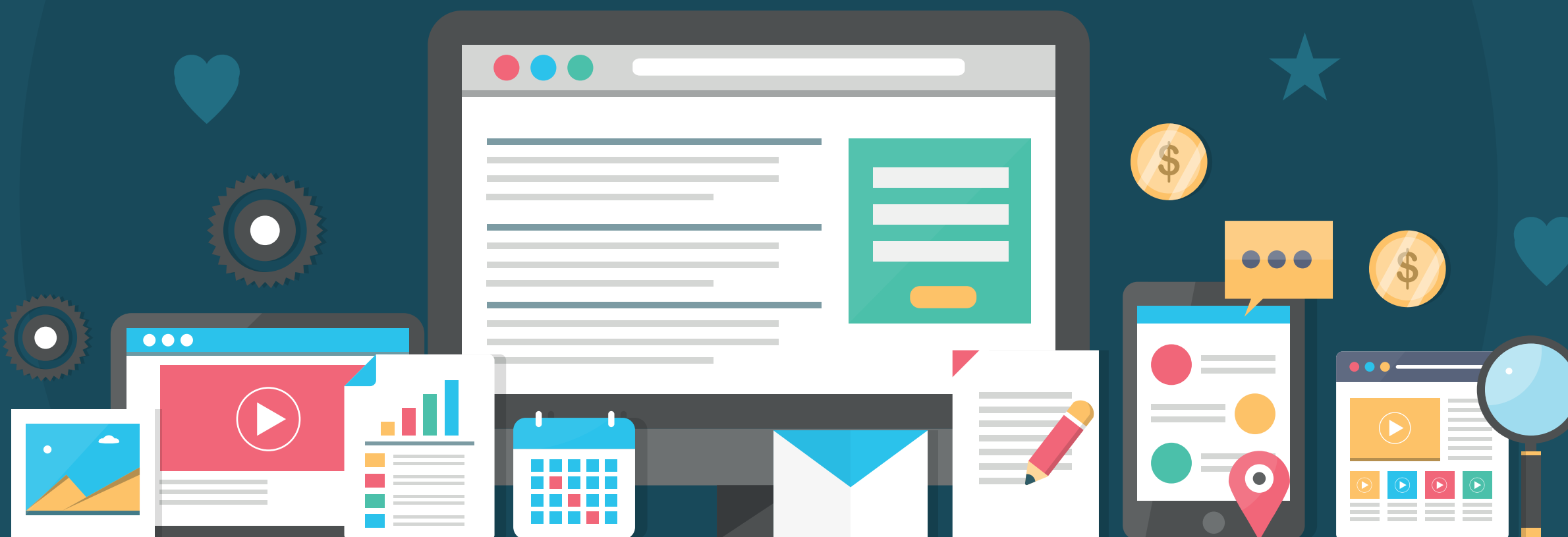




○ QUE É **INBOUND**
— MARKETING —





O termo **Inbound Marketing** pode ser definido como marketing de atração ou marketing de conteúdo. É um conjunto de estratégias para atrair clientes interessados em seu produto ou serviço por meio de conteúdos relevantes para eles. Estes conteúdos serão encontrados pelos clientes em blogs, redes sociais e buscas, entre outros canais.

No Inbound Marketing, o cliente procura pela empresa e não o contrário.



O Inbound Marketing serve para:

1. Aumentar a visibilidade do negócio

Sua empresa marca presença em diferentes canais de divulgação.

A estratégia pode prever blog posts nos sites e portais, posts nas redes sociais, vídeos no YouTube e anúncios tanto nas redes sociais quanto no Google (Google Ads).



2. Diminuir o custo de aquisição dos clientes

Reduzir o custo para se adquirir novos clientes é fundamental, especialmente para o pequeno negócio. Com as estratégias ligadas ao marketing digital e inbound marketing, os dados de cada ação e campanha ajudam a otimizar os custos e a investir no lugar certo e na hora certa.



3. Atrair clientes em potencial

Para atrair clientes é preciso conhecê-los bem, em suas dores e necessidades. Por meio de um exercício é possível encontrar sua “persona”, que são personagens que representam características e comportamentos do seu cliente.

É a representação fictícia do cliente ideal de um negócio baseada em dados reais sobre comportamento e características demográficas dos clientes, assim como suas histórias pessoais, motivações, objetivos, desafios e preocupações.



4. Gerar conteúdos relevantes

Ao produzir conteúdos de qualidade e focados na persona do seu negócio é bem mais fácil e garantido encontrar pessoas com interesse nos produtos ou serviços que você oferece.

É preciso entender as dores dos seus clientes e transformá-las em conteúdos úteis e chamativos para ele.

Ele reconhecerá que você já vai ajudá-lo a resolver alguns dos seus problemas e assim estará mais disposto para consumir um produto mais elaborado.





5. Otimizar o processo de vendas

Transformar os visitantes do seu site ou seguidores das redes sociais em cliente será mais fácil. Quando o cliente está pronto a venda é feita. O público chega mais preparado para receber uma abordagem de vendas, o que aumenta as chances de fechar uma compra. A partir daqui, a ideia é fidelizar o cliente e fazer com que ele seja um divulgador da sua marca e dos seus produtos.

QUER SABER MAIS?
Central de Relacionamento
0800 570 0800
www.sebrae.com.br



O QUE É **INBOUND**
MARKETING

