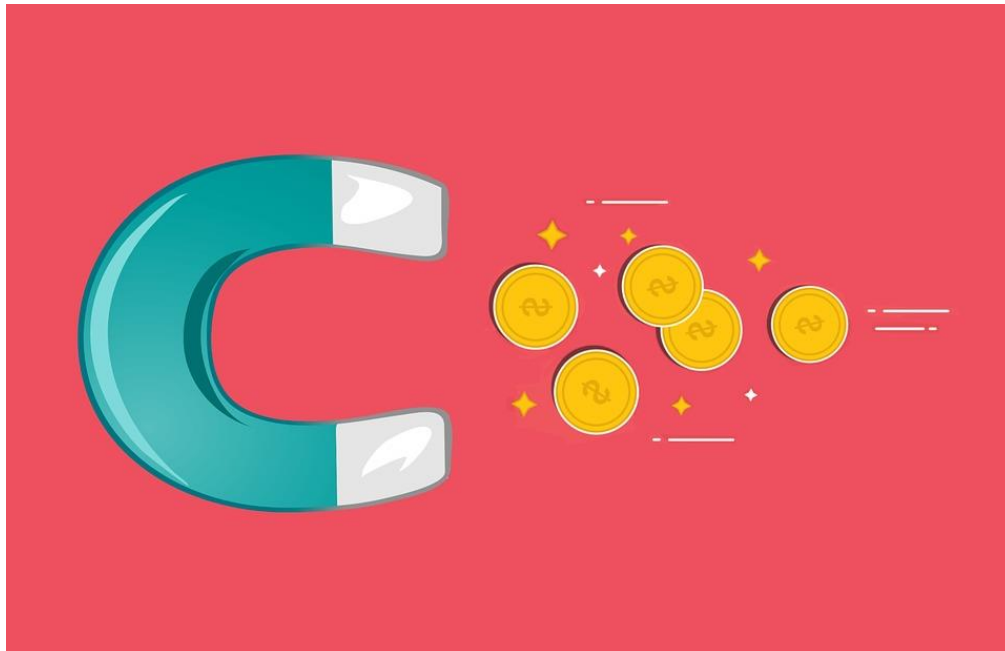


Por que o Inbound Marketing é um ímã de atrair clientes?



Sabe quando você está pesquisando um assunto, normalmente para resolver um problema, e se depara com um blog muito legal com as 10 dicas de sei-lá-o-quê e depois percebe que quem criou o conteúdo foi uma empresa de consultoria que faz EXATAMENTE o que você estava precisando? Pois é, isso é Inbound Marketing!

A empresa provavelmente já fez o dever de casa analisando seus potenciais clientes, criando “personas” para determinar perfis que provavelmente comprariam seus produtos ou serviços, para depois provocá-las com sábios conteúdos que estimulem suas necessidades e desejos.

Claro que não se resume a apenas isso, mas o Inbound é uma das ferramentas mais poderosas para criar uma conexão com os clientes de maneira *quase* intuitiva, sem forçar a barra, afinal, ele é quem estava procurando aquele conteúdo, não é mesmo? ;)

E esse é o *catch*: tornar o conteúdo tão interessante e "despretencioso" que o cliente tenha a **sensação** de que te achou de forma **orgânica. Quase como um ímã.**

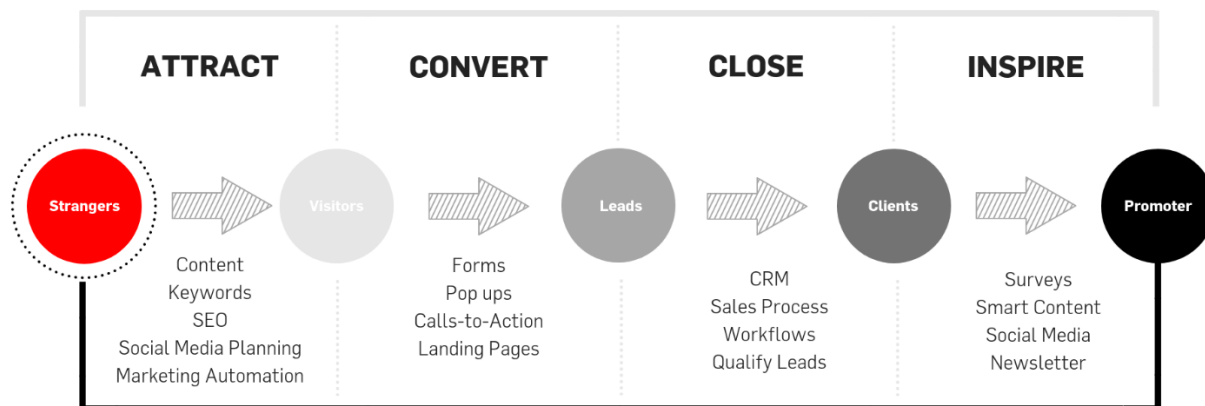
Esse tipo de Marketing pode ser feito de diversas formas. É uma publicidade on-line na qual a empresa se promove através de **blogs, podcasts, vídeos, e-Books, newsletters, whitepapers, SEO e outras formas de marketing de conteúdo.**

Nos últimos anos, a mudança no comportamento de compra alterou toda a experiência do cliente. Hoje as pessoas se comunicam de formas diferentes e o que elas esperam da sua empresa também mudou.

O consumidor deixou de ser expectador para ser protagonista da sua própria experiência de compra.

O maior desafio do Inbound Marketing é estar lá, com o conteúdo certo, na hora certa e depois oferecê-lo quando seu cliente estiver procurando por ele.

No método tradicional de marketing, a EMPRESA usa ferramentas para encontrar potenciais clientes. O Inbound Marketing segue o caminho oposto: aqui, o CLIENTE é quem deve encontrar a sua empresa, seu conteúdo e suas soluções.



Fonte: LEAD Innovation Management.

Ao invés de lutar pela atenção dos clientes em potencial, como faz o Marketing clássico, o *inbound* gera conteúdos sob medida para os problemas e necessidades de seus clientes ideais. O objetivo é que um total ESTRANHO vire um PROMOTOR da sua marca, fale bem de você para os amigos e influencie outros possíveis clientes.

Marketing Tradicional



Cold Calling
Spam
Marketing de Interrupção
Centrado no profissional de Marketing



Inbound Marketing



SEO
Produção de conteúdo
Marketing de Atração
Centrado no Cliente

Fonte: LAHAR.

E você, o que funciona para o Marketing da sua empresa?

Uma coisa é certa, não importa se seja o Marketing clássico ou *inbound*, **o importante é entregar um conteúdo de qualidade, sempre!**

Juliana Burza é publicitária com MBA em Marketing e Relações Internacionais. Apaixonada por Design Thinking. Trabalha com Inovação e Tecnologia. Acredita que a Transformação Digital começa nas pessoas. <https://www.linkedin.com/in/juliana-burza/>