

4 Dicas para arrasar no Inbound Marketing

Saiba como utilizar conteúdo relevante e gratuito para promover sua marca

30/09/2016 15:30:11

Sabemos que o mercado digital é sempre a grande aposta para empresas que querem planejar, agir e mensurar resultados, mas uma grande ferramenta tem ajudado muito na captação de novos leads altamente segmentados: o Inbound Marketing. Essa prática consiste em ganhar o interesse das pessoas por meio da geração de conteúdos altamente engajados e segmentados para um determinado tipo de público.

As técnicas de Inbound Marketing consistem em quatro simples etapas: atrair, converter, fechar e encantar, que, no entanto, precisam ser bem planejadas e executadas. Para isso, vamos usar como exemplo uma empresa que presta consultoria no ramo de casamentos:

Como atrair clientes?

Nesta etapa é fundamental gerar conteúdos de qualidade que atraiam seu público-alvo. Após a geração destes conteúdos, é necessário divulgá-los de forma gratuita em blogs, grupos, redes sociais ou qualquer outro meio de comunicação que faça a captação desse público.

E-book (livros digitais), whitepapers são boas alternativas para publicar um conteúdo falando sobre “10 dicas fundamentais para organizar o casamento dos sonhos”.

Como converter clientes?

Nesta etapa é necessário utilizar alguma forma de captação dos dados das pessoas interessadas no conteúdo com o chamado CTA, “Call to Action”, por meio de formulários, Chat Online, Landing Pages, entre outros. É possível ainda criar diversos conteúdos, com uma sequência de materiais que farão o “lead” ficar mais qualificado à medida que ele baixar os conteúdos disponíveis.

Uma maneira eficiente é colocar no ar uma landing page no site ou blog com captação de dados como nome, telefone e e-mail.

Como fechar negócios com seus clientes?

Quanto maior for o caminho de consumo de conteúdos, maior será a oportunidade de transformá-lo em cliente.

E-mail Marketing, Contato via telefone, Whatsapp ou Skype são algumas das possibilidades de

relacionamento com este Lead, ou seja, seu cliente direto. Todo o percurso que seu cliente em potencial seguir até este contato final é fundamental para que você tenha êxito em transformá-lo em cliente de fato.

Como se relacionar com seus clientes?

Após a captação e entrega de seus produtos/serviços para este cliente, é fundamental manter um relacionamento para retenção, novas vendas ou até mesmo futuras indicações.

A dica é manter-se presente através de redes sociais, e-mail marketing, comunicação direta ou qualquer outro tipo de meio social, procurando entender as preferências desse consumidor e apresentando ofertas relevantes de acordo com suas necessidades.

*Thiago Regis é diretor de novos negócios da agência de marketing digital Pílula Criativa