



# Inbound Marketing e Conteúdo

Como atrair clientes e vender com baixo custo?

- Cesar Ribeiro -

# ■ Índice

Apresentação	3
Sobre os autores	4
Introdução ao Inboud Marketing	5
Principais ferramentas de marketing de conteúdo	13
O marketing de conteúdo e sua persona	20
Funil de marketing de conteúdo	26

# ■ Apresentação

A velha guarda do marketing faliu, ninguém mais acredita em propagandas. Como sua empresa pode continuar aparecendo e atraindo clientes?

O inbound marketing é a resposta para todas as suas orações, uma atração natural e eficaz de novos clientes e prospectos, sem que você precise se humilhar por míseras vendas ou acessos em seu site.

Aliando experiência e conhecimento de sua empresa a curiosidade natural de seu cliente as vendas se tornarão um objetivo real e de fácil escalagem. Mas, eu não disse que seria fácil!

Acompanhe neste Guia sobre Inbound Marketing e Conteúdo as melhores técnicas para impulsionar a sua empresa gastando muito pouco e ainda manter o seu banco de dados de cliente cada vez maior e com alta taxa de conversão. Eu espero que a leitura seja tão prazerosa quanto a escrita e, que ao final, você seja capaz de conhecer por si mesmo os resultados possíveis com o marketing de conteúdo e a atração inbound.

Ao final da experiência, diga-me o que achou da aventura. Ficarei honrado em conhecer o seu ponto de vista.



Cesar Ribeiro

*Oferecido por:*



# ■ Sobre o autor

César Ribeiro atua com Inbound Marketing desde 2010, responsável por diversos projetos na internet. Sua experiência relacionada ao marketing digital e conteúdo, proporcionou a alavancagem de diversas empresas e negócios.

Atualmente, o CEO responsável pelo RedatorOnline.net, uma das agências de marketing de conteúdo pioneiras em geração de conteúdo instantânea. Também é o diretor responsável pelo projeto MarketingInbound.org

Cursando bacharelado em administração, já se especializou em marketing de conteúdo, gestão de marketing digital e internet.

Autor de diversos eBooks, blog posts e conteúdo de maneira em geral. Compartilha seus conhecimentos e melhores técnicas sobre atração neste, o seu mais novo eBook.

Confira!

# ■ Uma Introdução ao Inbound Marketing

Essa contextualização não é tão nova quanto parece, ou quanto alguns profissionais teimam em afirmar.

O Inbound Marketing ou **Marketing de conteúdo** já existe a um bom tempo, porém, o crescimento exponencial da internet (**CIBERCULTURA**) promoveu o seu desenvolvimento de forma mais rápida e o tornou mais comum nos dias de hoje.



Você ainda deve se lembrar, e provavelmente ainda passa por isso, quando o seu filme/ programa de TV favorito é interrompido bruscamente para exibição de um comercial por alguns segundos. O tempo é relativamente pequeno, mas perturbador do mesmo

Essa prática conhecida como **outbound marketing** não está totalmente morta, mas com o passar do tempo ela se torna cada vez mais incomum. Sabe porque?





## ■ O que é outbound marketing?

Esta velha escola questionada pelos profissionais de marketing e até profetizado o seu término, era a forma mais ativa com que as empresas abordavam os seus clientes e prospectos.

O objetivo nesta prática era alcançar os seus clientes onde eles estavam, a organização neste caso literalmente "corria atrás do bonde", o bonde figurado na percepção de seu cliente.

Um dos exemplos mais comuns de outbound marketing está nas tradicionais propagandas de TV, embora o alcance seja muito amplo, não existe nenhuma segmentação para garantir o interesse no produto anunciado

## ■ Vantagens e desvantagens

Em linhas gerais é "um tiro no escuro", a sua persona (potencial cliente) não foi educada em nenhum ponto para reconhecer a sua empresa como a solução para os seus problemas, então, é provável que ela ainda nem saiba da existência desta dificuldade e, talvez, não esteja interessada em solucionar - lá.

Além disso, o outbound marketing pode trazer consigo um imenso investimento na estrutura para receptividade dos clientes provenientes da publicidade. Imagine o caso da empresa Natura, por exemplo, ela anuncia em pleno horário nobre Global, isso quer dizer que ela precisa se "preparar" para receber inúmeras ligações e mensagens sobre os seus produtos.



Percebe como financeiramente, o outbound marketing pode ser menos favorável para sua empresa?

Afinal, mesmo anunciando em horário nobre não há nenhuma garantia que os telespectadores estejam aptos a comprar o seu produto.

## ■ O que é Inbound marketing?

Está certo, se o outbound marketing não traz tanto resultado quanto sua empresa precisa, devemos abandonar o marketing e voltar a época das trocas? É lógico que não! Se existe algo a ser admirado no ser humano é sua capacidade de adaptação e de dar a volta por cima quando se depara com dificuldades.

O inbound marketing é um exemplo de adaptação, as empresas notaram que correr atrás de seus clientes pode se tornar muito caro e pouco efetivo. Com isso, criaram uma maneira para inverter a situação, ou seja, aguardar em quanto o potencial cliente busca pela empresa para solucionar o seu problema.

Este formato pode parecer passivo demais, acomodado, mas é perfeito, pois as empresas ainda possuem um papel fundamental para atrair clientes, no entanto, o poder de escolha permanece nas mãos dos consumidores.

O inbound marketing pode ser definido como o marketing de atração, mostre ao seu cliente que sua empresa pode ajudá-lo e ele irá lembrar-se de você quando for comprar de fato. Eu costumo dizer:



“Esteja com seu cliente para solucionar os problemas e ele vai lhe trazer lucro mais cedo, ou mais tarde”.

– César Ribeiro

## Marketing de conteúdo

Onde o marketing de conteúdo entra em tudo isso? Ele será a ferramenta para fazer esta atração e fidelização, sua responsabilidade é levar informação útil em troca de reconhecimento e admiração.

Pense comigo, qual a chance de você comprar algo de alguém que lhe trouxe conteúdo útil durante toda a vida que interagiu com a marca? A probabilidade é muito grande! É isso que o profissional de marketing de conteúdo busca!

## O que é Marketing de conteúdo?

Podemos dizer que o marketing de conteúdo é toda forma de divulgação ou promoção que utiliza conteúdo qualificado para atrair seu potencial cliente. Esta informação pode atingir diversos formatos, entre eles: texto, vídeo, imagem, áudio, etc.

*Marketing de conteúdo é toda forma de divulgação ou promoção que utiliza conteúdo qualificado para atrair seu potencial cliente.*







## ▼ Objetivos do marketing de conteúdo

Entre os principais objetivos do marketing de conteúdo estão:

1. Gerar autoridade e reconhecimento
2. Criar base de contatos (leads)
3. Educar o cliente

Vamos ver alguns deles adiante.

## ▼ Gerar autoridade e reconhecimento

Em primeiro lugar está a geração de autoridade e reconhecimento, uma empresa não pode ser nada sem sua audiência, seus seguidores e fãs.

O Facebook identificou isso na criação da maior rede social do mundo, e por isso as páginas possuem fãs e não amigos.

O que quero dizer, não irá existir uma boa empresa sem uma base de pessoas dispostas a seguir os seus direcionamentos e, inclusive, comprar aquilo que vende. Todas as organizações precisam de clientes e seguidores para ter uma visão clara de sua existência.



Todas as organizações precisam de clientes e seguidores para ter uma visão clara de sua existência.

Você pode gerar isso posicionando a sua marca como autoridade no seu mercado de atuação, em outras palavras, compartilhe conteúdo inédito e eficaz com sua audiência e eles irão respeitá-lo como autoridade no assunto.

Este objetivo global pode ser traduzido no cenário empresarial com sub objetivos, por exemplo, trazer mais visitas para o seu site, atrair mais fãs/ seguidores na rede social, na verdade é fruto do esforço para reconhecimento e aumento da autoridade da empresa.

## ■ Criar base de contatos (leads)

Uma lista de emails é o bem mais precioso de uma empresa, pois os integrantes deram permissão para receber o seu conteúdo, da mesma forma, é um patrimônio significativo, pois sua empresa tem o controle total sobre estes contatos.

Você decide como e quando aplicar o seu funil de vendas, quais os níveis que ele terá e o formato de sua comunicação com sua lista. Ao contrario do que acontece no Facebook, por exemplo, a maior rede social do mundo pode alterar os seus algoritmos (a forma como as pessoas veem o seu conteúdo) na hora que ele bem entender e você não pode fazer nada a respeito.



## Gracias por visitar este Libro Electrónico

Puedes leer la versión completa de este libro electrónico en diferentes formatos:

- HTML(Gratis / Disponible a todos los usuarios)
- PDF / TXT(Disponible a miembros V.I.P. Los miembros con una membresía básica pueden acceder hasta 5 libros electrónicos en formato PDF/TXT durante el mes.)
- Epub y Mobipocket (Exclusivos para miembros V.I.P.)

Para descargar este libro completo, tan solo seleccione el formato deseado, abajo:

