

# Inbound Marketing

Inovação na web



Estamos vivendo  
um **NOVO**  
**MOMENTO**  
da comunicação.

A Internet e  
suas diversas  
plataformas em  
constante  
transformação  
exigem  
também um  
**NOVO**  
**PENSAMENTO.**

A publicidade tradicional acredita na estratégia de

# interromper

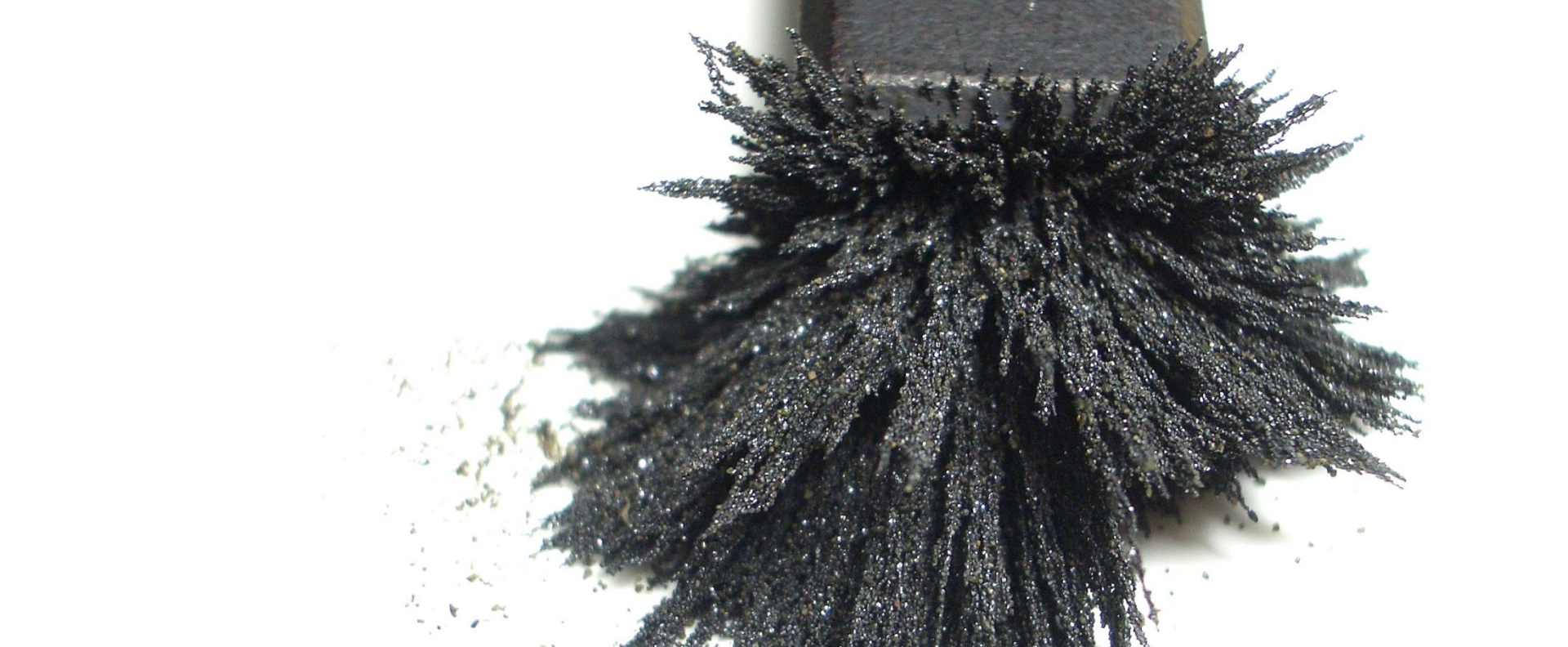
o conteúdo transmitido para atrair a atenção do consumidor.



É nesse ambiente de frustração  
que surge o

**Inbound Marketing**

MAS  
O QUE É  
INBOUND  
MARKETING?



Trata-se de um  
**CONCEITO**  
que busca **ATRAIR** o  
público de forma  
qualificada e relevante.

Para isso, a publicidade também precisa ser  
**VISTA COMO CONTEÚDO.**





Enquanto o  
**TRADICIONAL**  
interrompe,  
o **INOVADOR** atrai.

E COMO  
FUNCIONA?



○ Inbound Marketing funciona com base em uma estrutura de 4 componentes básicos:





O conteúdo é a energia de qualquer ação de *Inbound Marketing*. É o que realmente atrai os clientes para o seu site e os incentiva a realizar negócios.



Uma forma de ampliar o impacto dos conteúdos. Quando ele é propagado e discutido, resulta em algo mais autêntico e diferenciado. A atração de clientes realmente qualificados se torna muito mais provável. Lembrando: o e-mail marketing também é uma valiosa ferramenta de *social media*.



Do Inglês, *Search Engine Optimization*, SEO é um conjunto de técnicas e procedimentos que buscam otimizar o page rank dos websites. Ou seja, o objetivo é fazer com que a página apareça entre os primeiros resultados de buscadores como Google, Yahoo! e Bing.



O planejamento é a força motivadora, a concepção do projeto. Nesse ponto, é preciso estipular diretrizes gerais, traçar metas e identificar os envolvidos no processo.

A estratégia é

**CRIAR**

**VALOR** para

que o conteúdo

seja buscado

pelo consumidor,

e não

somente

imposto a ele.

POR QUE FAZ  
TODA A  
DIFERENÇA?



Há uma grande **eficiência** com relação ao retorno sobre os investimentos, ou ROI.

OK.  
MAS ONDE  
ESTÁ  
A INOVAÇÃO?

NO MODO DIFERENCIADO  
de formatar e apresentar as  
informações;

NA CRIAÇÃO de uma série  
de posts inter-relacionados;

NO DESENVOLVIMENTO de  
conteúdos inusitados e com  
alto valor agregado.





## Foco no público-alvo:

aproximação com quem está, de fato, interessado.



Anuncie aqui.

## Investimento em lugar de despesas constantes:

foca-se em um conteúdo relevante que, com boa propagação, repercutirá sozinho, sem custo algum e sem prazo de validade.

É assim

que

○ PLANEJAR

E ○ PENSAR

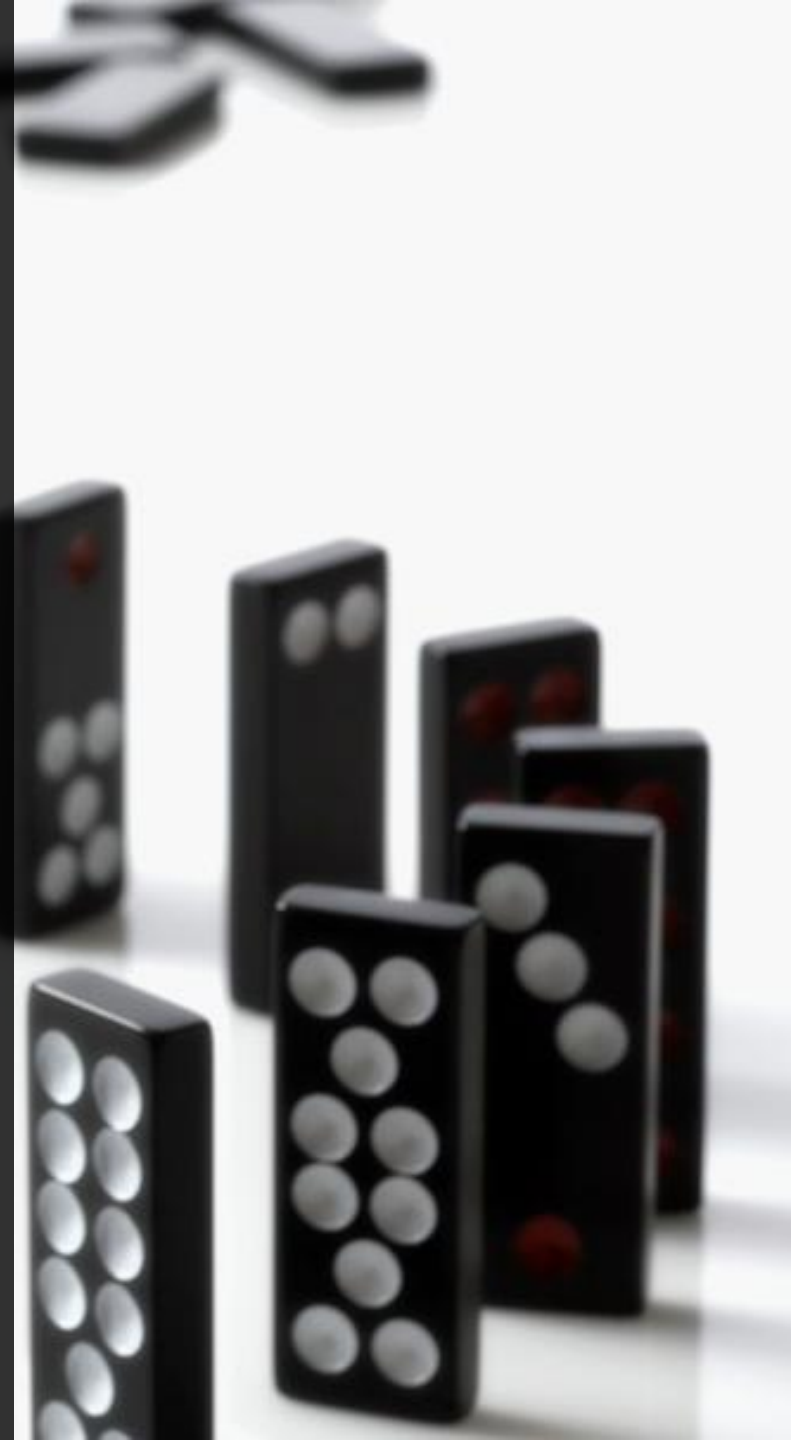
podem

vencer a

necessidade

de verbas

exorbitantes.



# A INTERNET

NÃO É

UMA REDE DE

COMPUTADORES,

É UMA REDE

# DE PESSOAS.

Este conteúdo possui ainda as versões de eBook e artigo publicado na Revista Amanhã.