

Aula 2

INBOUND E OUTBOUND MARKETING

ATRAINDO E CONVERTENDO
LEADS COM DADOS

MATERIAL COMPLEMENTAR



Digital
Marketing
Institute

+ **ESPM**

Inbound e Outbound Marketing: descubra como integrar essas metodologias e potencializar seus resultados



Diferenças e complementaridade

Inbound e Outbound Marketing são duas estratégias diferentes para bombear o marketing de uma empresa. O Inbound Marketing é o cara que quer conquistar o cliente oferecendo um conteúdo que faça os olhos dele brilharem até chegar no produto.

Já o Outbound Marketing é mais tradicional, usando propagandas que aparecem na tela do celular ou até na rua, como quem chama sua atenção quando você está distraído.

E olha só, essas abordagens não são inimigas, muito pelo contrário. São melhores amigos estratégicos! Juntos, eles formam um time poderoso que atrai, convence e mantém o público fiel. Combinando os dois, dá para alcançar mais gente, do tipo que realmente se interessa e se joga na sua marca.

Sem dúvidas, é uma espécie de jogo ganha-ganha para todo mundo!

Funil de conversão integrado

O funil de conversão funciona como um mapa das fases que um cliente passa, desde o "Oi" até virar fã número um da empresa. Agora, integrar Inbound e Outbound Marketing nesse funil é como escolher a melhor trilha sonora para cada momento dessa jornada.

Dá só uma olhada nesse exemplo de funil de conversão integrado, mostrando como as táticas de Inbound e Outbound fazem um combo incrível, resultando em números que fazem a diferença:

- **Topo do Funil**

Aqui, é o momento de chamar o público para o seu site ou blog. Inbound entra em cena com conteúdo legal, SEO e redes sociais. Enquanto isso, Outbound dá o ar da sua graça com anúncios pagos, e-mails e eventos.

- **Meio do Funil**

Agora, queremos transformar os visitantes em possíveis clientes. Inbound entra com ofertas irresistíveis, páginas especiais e formulários. Já o Outbound se joga na prospecção ativa, fazendo aquele contato mais direto, com ligação e e-mails diretos.

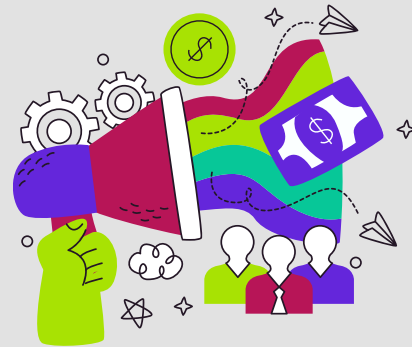
- **Fundo do Funil**

É a hora de fechar negócio! Inbound continua nutrindo os leads com informações relevantes, automação e conteúdo personalizado. Enquanto isso, Outbound usa a abordagem consultiva, mostra o valor do produto e parte para a negociação.

Finalizado, o funil se assemelha a um evento com a harmonia ideal, onde cada tática realiza sua apresentação para instigar o interesse contínuo do cliente

Exemplos práticos

Estudos de verdade mostram que misturar de maneira esperta as duas estratégias faz um impacto estrondoso. As empresas que estão ligadas já estão colhendo os frutos dessa simbiose.



Dá uma olhada em algumas dessas empresas que mandam ver na mistura de Inbound e Outbound Marketing:

- **HubSpot**

Investem em coisas como conteúdo educativo, redes sociais, webinars e até podcast para conquistar o público. E não para por aí, eles também fazem eventos, anúncios pagos e aquele contato mais direto para garantir o sucesso.

- **Hotmart**

Eles são uma empresa de tecnologia que ajuda produtores e afiliados digitais. A Hotmart usa o Inbound para atrair e educar sua galera, com blog, redes sociais e tudo mais. E olha só, eles também mandam muito bem no Outbound, usando anúncios pagos, eventos e até indicações para conquistar os clientes. Um verdadeiro show de equilíbrio entre as duas estratégias, viu?

Prepare-se para dominar o marketing moderno! Este material de apoio é o seu aliado para conquistar o sucesso. Explore as nuances do marketing e aplique estratégias inovadoras para alcançar resultados significativos. **Bons estudos na Imersão em Marketing Inteligente!**