

INBOUND MARKETING:

CONVERTENDO VISITANTES EM LEADS E LEADS EM VENDAS

Pesquisador(es): BÊZ Marcelo Antônio ; BASSO, Carla de Almeida Martins, PAVAN, Daaine.

Curso: Administração

Área: Marketing

Resumo: A tecnologia vem mudando com o passar do tempo e com o marketing não poderia ser diferente. Muitas empresas estão habituadas com o famoso Outbound Marketing, mais conhecido como Marketing de Interrupção e como o próprio nome diz, é o tipo de marketing que interrompe as pessoas e não pede licença para apresentar um produto ou serviço, como por exemplo comerciais de televisão ou anúncios em revistas ou jornais. No entanto, hoje o consumidor está mais seletivo e gosta de escolher o que deseja ver. Neste contexto começou-se a introduzir nas empresas o Inbound Marketing, ou então, o marketing de permissão. O seu intuito é mostrar conteúdos de forma certa e na hora certa, para um público alvo que são os seus potenciais clientes. Nesse sentido, as pessoas começam a receber conteúdos nos quais deseja de fato ver e escolher o seu momento para isso. Pensando nisso, foi aplicado a estratégia de Inbound Marketing na Startup Belasis, cujo seu objetivo é facilitar o dia-a-dia do seguimento de beleza e bem-estar através de um software de gerenciamento. A técnica começou a ser aplicada a partir do mês de outubro de 2016. Desde então, foram feitos acompanhamentos para validação das estratégias aplicadas. Verificou-se que a cada resultado, a startup melhorava o seu Inbound Marketing e conseqüentemente, houve um aumento de mais de 600% nos acessos em apenas um ano após iniciar o processo do marketing de permissão.

Palavras-chave: Inbound Outbound Marketing. Marketing de Permissão. Marketing de Interrupção.

E-mails: marcelo@marcelobez.com; carla.basso@unoesc.edu.br