Como alavancar suas vendas utilizando Inbound Marketing

O Inbound Marketing - que significa “marketing de atração” - é uma estratégia de marketing digital extremamente eficaz utilizada para atrair novos clientes e fidelizar ainda mais os que já são.

O objetivo dessa estratégia é educar os clientes a respeito de algo que ele esteja buscando para que entenda o produto ou o serviço que busca e, assim, ter o seu problema solucionado.

Você deve estar se perguntando: mas, como isso é possível? No Inbound Marketing, a principal ferramenta é a criação do conteúdo, que deve ser feito de maneira atrativa e ter informações relevantes, visando estabelecer um vínculo entre a empresa e o público-alvo, mas sempre de maneira sutil.

# Como colocar o Inbound Marketing em prática?

O primeiro passo para colocar a metodologia [**Inbound Marketing**](https://www.idealmarketing.com.br/blog/o-que-e-inbound-marketing/) em prática é entender que é necessário produzir conteúdos relevantes. Para isso, uma ótima alternativa é essencial contar com uma equipe de profissionais especializados em produzir conteúdos com as estratégias necessárias para chegar no resultado desejado.

Reunimos, a seguir, dicas para colocar o método em prática e, com isso, ter as vendas do seu negócio aumentadas.

## Saiba quem é seu público

Para colocar a estratégia em prática e colher bons frutos é essencial saber quem é o seu público-alvo. A partir disso, é recomendado criar uma persona - termo usado para determinar um cliente ideal considerando seus interesses, gênero, renda, características, hábitos, cargo, entre outras informações importantes.

A persona é essencial para determinar com quem você está falando e quais medidas adotar para atrair esse público em especial e conseguir, então, realizar as [**vendas online**](https://www.idealmarketing.com.br/blog/vendas-on-line/).

## Crie um site ou um blog

Seja sua empresa pequena, média ou grande, criar um site ou um blog é a melhor alternativa para colocar o Inbound Marketing em prática.

Através da divulgação e engajamento digital é possível aumentar consideravelmente as vendas, uma vez que as estratégias serão melhor aplicadas em uma página específica do seu negócio.

O Inbound Marketing pode ser aplicado em um blog de diversas formas, como por exemplo: [**landing page**](https://www.idealmarketing.com.br/blog/como-criar-uma-landing-page-2/), CTAs, e-mail marketing, newsletters, dentre muitas outras estratégias utilizadas para converter os clientes em leads e, assim, gerar vendas.

## Utilize técnicas de SEO

É impossível pensar em Inbound Marketing e não associá-lo às técnicas de SEO.

O SEO, que significa Search Engine Optimization, é uma junção de técnicas que tem como objetivo de posicionar o seu site ou blog nos maiores buscadores da internet.

Ou seja, trata-se de uma estratégia essencial para engajar sua empresa na internet e realizar vendas online e, portanto, deve estar presente no [**plano de marketing**](https://www.idealmarketing.com.br/blog/plano-de-marketing/) do seu negócio.

## Produza conteúdos relevantes

Como pontuado no início desse post, a produção de conteúdos é essencial para que a estratégia do Inbound Marketing dê certo e, para isso, seu blog deve ser alimentado de forma constante para que se mantenha ativo.

Os conteúdos devem ser educativos e atrativos, por isso é importante sempre desenvolver temáticas abordando pontos como a dor do cliente e como solucioná-la.

### Funil de vendas e a produção de conteúdo

O funil de vendas é um modelo que ilustra o caminho que o cliente segue até realizar uma compra e os conteúdos de um blog que utilize da estratégia do Inbound Marketing são divididos dessa forma: topo, meio e fundo de funil, ou seja, acompanhando a jornada de compra do consumidor.

No topo do funil o cliente ainda não tem muita ideia sobre o que está pesquisando, ou seja, é o primeiro contato que ele tem com determinado produto ou serviço. Por isso, nessa etapa do funil o conteúdo deve ser o mais detalhado possível sobre o tema.

Já no meio o funil, o cliente possui um certo conhecimento sobre o assunto e sua busca é mais detalhada. Portanto, nessa etapa o conteúdo deve ser desenvolvido com mais especificidade.

O fundo do funil é o tipo de conteúdo que refere-se à última etapa do funil de vendas. Aqui, o cliente sabe exatamente o que procura e está certo de que vai realizar uma compra, ele só está buscando uma empresa ou o produto específico. Por isso, nessa etapa, é importante desenvolver um conteúdo completamente voltado ao serviço ou produto em especial, elencando os benefícios que ele proporciona, por exemplo.

## Alie o marketing com a equipe de vendas

Aliar o marketing - que é o setor responsável pela estratégia de inbound - com a equipe de vendas é uma alternativa extremamente importante para potencializar essa ação.

A partir do momento que você entende que o Inbound Marketing aumenta suas vendas, é imprescindível colocar uma equipe preparada para que o lead consiga realizar as compras com auxílio e acompanhamento qualificado.

Além disso, uma equipe de vendas bem preparada e alinhada com os processos da área de marketing é capaz de quebrar qualquer tipo de objeção que o cliente possa pontuar.

# Coloque as dicas em prática e boas vendas!

Neste conteúdo você conferiu como aumentar as vendas utilizando o método de Inbound Marketing e como ele pode ser efetivo para sua empresa e seus negócios!

Também conferiu que a técnica do Inbound Marketing pode ser aplicada em qualquer tipo de empresa, indo desde empresas pequenas, médias e grandes, bem como empresas de ramos variados.

Portanto, se você possui um pequeno negócio ou se faz parte de um grande negócio como [**empresa de marketing multinível**](https://blog.patrocinioideal.com.br/marketing-de-relacionamento/melhor-empresa-de-marketing-multinivel-do-brasil/), por exemplo, saiba que pode começar a colocar o Inbound Marketing em prática.

Para isso, lembre das dicas que compartilhamos nesse post: defina sua persona, tenha um blog, produza conteúdos relevantes, utilize as estratégias de SEO e tenha equipes de marketing e vendas bem alinhadas.

 Portanto, não perca tempo, monte seu plano de marketing e comece a colher ótimos frutos de seu trabalho o quanto antes!

*Conteúdo produzido por Tarsila Serafim - redatora na empresa Ideal Marketing.*