Ferramentas do Inbound Marketing Vol.1

vamos falar sobre as principais ferramentas que você deve utilizar em sua jornada. O entendimento mínimo desses conceitos é base primordial para a implantação satisfatória de uma estratégia de Inbound Marketing.

Blog

O blog nada mais do que um site em que a estrutura permite a atualização de conteúdo muito mais rápido do que em websites tradicionais, por meio de artigos ou, como são mais conhecidos, os posts. Cada blog deve ter uma temática única, diferente dos sites e portais que podem ter até centenas de assuntos diferentes em seu conteúdo. O blog deve abordar um tema específico e "circular" por meio dele. É no blog que o conteúdo interessante, informativo e até educativo de sua marca deve ser apresentado aos visitantes, com o intuito de despertar sua curiosidade e transformá-los em leads.

Web vídeo

Web vídeo nada mais é do que um vídeo gravado e distribuído na internet. O ano de 2014 representou uma verdadeira "explosão" dos web vídeos na internet. Antes confinados a sites como o "Youtube", agora qualquer pessoa pode criar um vídeo com conteúdo interativo para seduzir os visitantes de seu site, blog e página em rede social.

Podcast

O podcast é, de certa maneira, um blog, mas que não é feito com palavras escritas e sim com a voz. No podcast é possível transmitir arquivos multimídia pela internet, cujo conteúdo pode ser uma lista sobre variedades, seleção de músicas e filmes ou simplesmente falar e expor sua opinião sobre diversos assuntos.

White Papers

O White paper é uma ferramenta de comunicação online utilizada para divulgar dados, ações, cases de sucesso e produtos de uma empresa. Mais curto do que os e-books, de leitura mais simplificada e sempre com um único assunto em seu conteúdo, o White paper é uma ótima forma de transmitir informações educativas a respeito da sua marca e do seu negócio.

SEO Search Engine Optimization, ou simplesmente"SEO" como é mais conhecido, é um instrumento do marketing digital que reúne várias técnicas para melhorar a acessibilidade do site e melhorar seus resultados nos sites de busca. Ou seja, a função do SEO é otimizar um site, blog, página de rede social em toda internet e torná-la mais visível para seus usuários quando estes buscarem o assunto que seu negócio aborda. Para isso, o SEO utiliza diversas técnicas para melhorar o posicionamento por meio dos mecanismos de busca que todos os sites possuem, aumentando, assim, o crescimento em número de acessos.

Infográficos

Muito bem, todos já viram um gráfico na vida e sabem que eles servem para ilustrar vários dados, o máximo possível de informações, em uma única imagem que se explica por si mesma e com o auxílio de algumas legendas. Pois os infográficos digitais têm atraído um público cada vez maior para os sites que usam esta ferramenta. Os infográficos digitais não são limitados pela falta de mobilidade da imagem, mas movimentos e outras formas de interação com o público podem ser acrescidos aos infográficos digitais perfeitamente. Para aqueles que gostam do tradicional, os programas de design gráfico – em constante evolução – também podem proporcionar uma experiência única ao visitante ao desfrutar de dados e informações em uma imagem autoexplicativa e admirável.

Webinars

Webinars são conferências realizadas por via online, mas de apenas uma via. Ou seja, apenas uma pessoa fala sobre o assunto em questão, enquanto as demais assistem pela internet. Evidentemente, há meio de interagir com o palestrante. Entre os principais estão os e-mails com perguntas que são solicitadas antes do horário marcado para o webnar e por meio de chat ao vivo, feito durante ou depois da palestra.

Fóruns

Os fóruns são centros de discussões criado por páginas, sites e blogs dos mais variados produtos e serviços com o intuito de promover debates entre os interessados sobre o assunto abordado. Os fóruns também são conhecidos como "grupos de debate" e por "comunidades". A finalidade de todos é mesma. Conversar sobre o que gosta, promover informações úteis (como um grupo de site de emprego que fornece dicas sobre oportunidades de trabalho para seus membros) e fidelizar os usuários.

Redes Sociais

O marketing de mídia social é constituído por ações que visam construir uma imagem poderosa para a empresa nas redes sociais e na internet como um todo. Essas ações incluem, não apenas conteúdo feito por você, mas aqueles que também são oferecidos pelas principais plataformas de mídia social, como o Google Adwords e as ferramentas de divulgação que o Facebook oferece para alavancar uma página comercial. O diferencial do marketing de mídia social para as demais formas de publicidade é a interação direta com o internauta. Cada movimento do marketing de mídia social procura identificar o que esse cliente deseja e quais as visões e opiniões ele nutre pelo seu negócio. Com a velocidade da internet, a resposta das ações é praticamente imediata, permitindo alterações no curso do negócio e a manutenção, ou até mesmo expansão, do que está funcionando.

E-books

O eletronic book, livro eletrônico ou somente "e-book", é uma obra mais extensa da mídia digital que possui o mesmo conteúdo que um livro impresso. As vantagens óbvias do e-book são a não ocupação de espaço físico em sua casa e biblioteca (apesar de ocupar espaço no HD de sua máquina) e no fato de que pode ser feito sem pensar muito nos custos, uma questão fundamental na escrita de um livro tradicional. Por exemplo, um e-book pode integrar pouco mais de duas ou três mil palavras. Dificilmente um livro impresso com tão pouco é feito confeccionado. Não vale a pena. Porém, na internet, onde a leitura precisa ser ágil e sofisticada, um e-book pode comportar diversos formatos e tamanhos. Com poucas ou muitas palavras. Imagens, gráficos e até mesmo funções interativas. Os formatos tradicionais de um e-book são pdf, doc, lit, txt, opf e odt. Tamanha variedade motivou a criação de programas específicos para a leitura dos e-books e que permitem melhor interação do usuário com a tela de seu PC, tablet ou celular.

Newsletter Também conhecido como boletim informativo, a newsletter tem a função distribuir regularmente informações interessantes e didáticas a respeito de tudo que engloba o conteúdo que uma empresa oferece para seus assinantes e clientes cadastrados. A newsletter pode ser enviada por e-mail, assim como SMS, MMS e outras formas de comunicação eletrônica à disposição dos cadastrados.

E-mail marketing

Ferramenta do marketing mais direto e agressivo, o e-mail marketing é um simples enviado para inúmeros internautas com conteúdo publicitário. O e-mail marketing deve seguir uma série procedimentos e requisitos, assim como a obtenção do consenso do usuário. Isso serve para permitir o rastreamento e a efetividade dos e-mails e a otimização e potencialização das campanhas de e-mail marketing, assim como para diferenciá-los do spam, detestado pela maioria dos internautas. Cuidar para que seu e-mail marketing tenha qualidade e conteúdo apropriado e que nunca, em hipótese alguma, seja confundido com spam, é fundamental para o sucesso do e-mail marketind no inbound.

CRM

O Customer Relationship Management, ou CRM, é um termo do marketing utilizado no gerenciamento do relacionamento com o cliente. O CRM se divide em três partes: na criação de canais operacionais com as empresas e clientes, análise de suas necessidades, na antecipação de seus problemas e na busca por soluções antes mesmo que eles aconteçam e na colaboração de conteúdo, atenção e interação com o cliente. Sua estratégia busca fidelizar o cliente e fazer com que ele se torne um canal de publicidade, incentivando a divulgar os serviços prestados pela marca aos amigos, parentes e empresas que tenha contato. Agora você sabe tudo sobre inbound marketing. O que é, como implementá-lo em sua empresa como estratégia de marketing, o que é lead e sua importância, além das ferramentas de publicidade digital que tornam o inbound marketing possível. Não perca tempo e comece agora sua estratégia de Inbound Marketing e veja seus negócios decolarem!