

OUTBOUND MARKETING



L'**outbound marketing** è un modo di fare pubblicità ad un qualche tipo di **business**, presentando i suoi prodotti e servizi a dei consumatori anche se questi non li stanno cercando. Anche per questo è stato denominato "**interrupting marketing**", il marketing dell'interruzione, perché interrompe l'attenzione delle persone con qualcosa che potrebbe essere completamente fuori contesto rispetto a quello che stanno facendo o pensando.

L'**outbound marketing** è una metodologia di marketing con la quale si avvia una conversazione con l'utente a senso unico, alzando il volume e il tono, nella speranza che il messaggio arrivi lontano e venga ricordato. L'obiettivo è quello di far arrivare il messaggio ad una

grande folla, sperando di convincere qualcuno di questi a diventare cliente di chi lancia questo messaggio.

Lo stile è questo: **si urla addosso a persone a caso**, cercando un canale dove si possano ipoteticamente trovare persone più interessate a quello che si dice.

L'**outbound marketing** è considerato "marketing tradizionale". I metodi più conosciuti di questa maniera di fare comunicazione sono:

- spot televisivi
- spazi sui giornali
- passaggi in radio
- volantini pubblicitari
- pop up che si aprono sul sito che state navigando
- e-mail marketing a freddo

Il modo "vecchia scuola" di raccontare alla gente cose sul tuo business o sul tuo prodotto, è decisamente costoso. Gli spot televisivi, le pubblicità sui giornali e gli spot radiofonici, sono costosi. Hanno senso per inserzionisti che hanno un grande budget e vogliono comunicare con quante più persone possibili. **Nell'outbound marketing il successo è proporzionale alla semplicità del messaggio e alla ripetizione dello stesso.** La ripetizione continua porta ad aumentare in modo verticale la spesa della campagna pubblicitaria di outbound marketing.