

## STRUMENTI DI INBOUND MARKETING



Ci sono molti modi per portare al successo una strategia completa di **inbound marketing**. Ma tutti richiedono la presenza *online* dell'azienda, dei prodotti o dei servizi da presentare.

### a) Creazione di contenuti

Utilizzando i *social network* come Facebook, Twitter o LinkedIn, puoi postare articoli di aiuto o supporto, collegati ai prodotti o ai servizi della tua azienda. Questi contenuti non devono pubblicizzare la tua azienda, ma proporre un contenuto interessante e utile per i tuoi consumatori.

Creare contenuti originali, ottimizzandoli dal punto di vista **SEO**, e poi distribuirli tramite i social media, è un esempio di come si possa organizzare un flusso di informazione in piena aderenza alla filosofia dell'inbound marketing.

Non solo state attirando i consumatori verso di voi con la carota, ma state dando anche loro la possibilità di condividere questi contenuti non promozionali alla loro rete (decisamente più facili da condividere se il vostro potenziale cliente ha una rete d'amici con interessi simili), per far crescere sempre di più il traffico alla vostra pagina.

### b) Offerta di incentivi

Dare alle persone degli incentivi per seguirvi, come per esempio offrire un **e-book** o un'offerta speciale sui vostri prodotti/servizi, è una strategia che utilizza una **landing page**, destinata a questo scopo, che attira persone interessate a quell'argomento o a quella offerta. Qui puoi offrire ai consumatori l'iscrizione alla newsletter, lo scaricamento di un e-book o altro in cambio della loro email e i loro dati.

E sapete quanto valgono questi dati, soprattutto se sono profilati attorno all'argomento d'interesse e se possono venire trattati da una piattaforma per la gestione di tutte le tattiche dell'inbound marketing, come la piattaforma **Hubspot marketing**.

### c) Comunicazione

Un'altra differenza tra inbound ed outbound marketing sta nel fatto che con il primo potete avere una comunicazione diretta con il consumatore. Utilizzando la vostra pagina web con i commenti, o la vostra pagina di Facebook, potete chiedere a chi vi segue di interagire con voi con domande o richieste. Una dimostrazione che ci tenete a loro e vi preoccupate di quello che pensano. Questo non può che fare bene al vostro *business*.