

Inbound marketing

*Assolombarda Servizi in collaborazione con
Assolombarda, Area Industria e Innovazione*



ASSOLOMBARDA
Servizi

Soluzioni concrete
per lo sviluppo delle imprese.



Cos'è e perché può essere decisivo per il tuo business

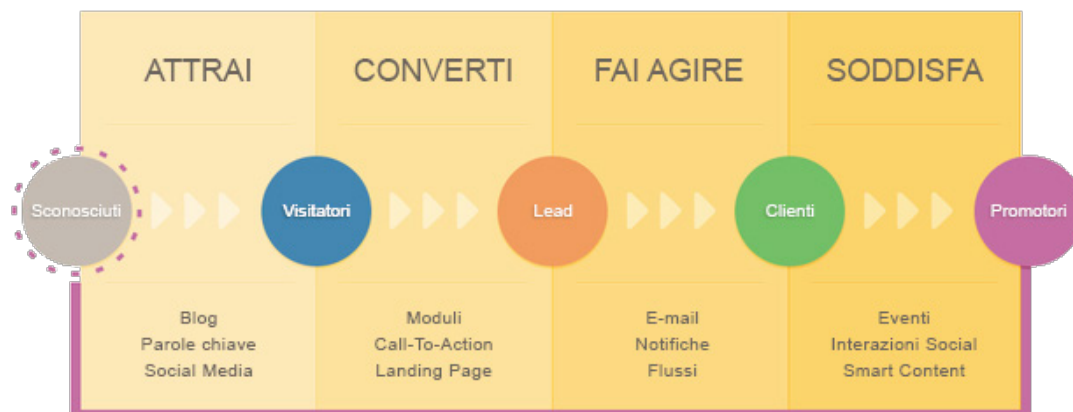
Il contesto sempre più competitivo e digitale in cui operano le aziende di ogni dimensione e di ogni segmento di mercato (sia B2B che B2C) impone di definire rapidamente strategie di marketing vincenti per **acquisire nuovi clienti, anche sui mercati esteri, e massimizzarne il valore.**

L'**Inbound Marketing** si concentra sulla creazione di **contenuti di qualità** che attraggono spontaneamente potenziali clienti verso il tuo prodotto o servizio.

Generando contenuti (blog, ebook, whitepaper, post sui social, parole chiave sulle pagine del sito) in linea con gli interessi dei potenziali clienti, il traffico in entrata sul sito stesso crescerà sia in termini di volumi che in termini di "qualità" dei visitatori, che potranno essere convertiti in contatti e successivamente in clienti reali più facilmente

L'Inbound Marketing è, dunque, una vera e propria metodologia, che si integra perfettamente con le mutate abitudini di acquisto dei consumatori (sempre più orientati a ricercare autonomamente informazioni online, anche nel B2B) e il loro percorso di conversione (da soggetto ignaro della nostra esistenza a cliente acquisito).

Ma quali sono, in sintesi, le principali fasi dell'Inbound Marketing?



- 1. ATTRAI:** attirare nuovi visitatori sul proprio sito. Non visitatori qualsiasi: devono corrispondere al profilo del proprio cliente ideale. Strumenti utili a questo scopo sono il blog, i social network, SEO.
- 2. CONVERTI:** creare una modalità di conversione del traffico in lead. Per ottenere le informazioni di contatto dei visitatori, si offre loro qualcosa di valore in cambio (e-book, white paper, webinar, ecc.)
- 3. FAI AGIRE:** trasformare i leads in clienti. Come? Creando una relazione fiduciaria, attraverso comunicazioni che mantengano acceso il loro interesse e che riducano i loro tempi decisionali: email marketing automatizzato e analisi di dati, indispensabili per conoscere abitudine e preferenze dei nostri leads
- 4. SODDISFA:** consolidare il rapporto creatosi tra l'azienda ed il nuovo cliente. Offrire a tutti gli utenti dei contenuti fruibili, puntando a farli salire di livello fino a raggiungere possibilmente quello di vero e proprio promotore del nostro brand

Assolombarda Servizi può aiutarvi a trovare la soluzione su misura per attivare questa strategia

Per informazioni:

Pier Paolo Poggini - Digital, Marketing & Sales Service Manager

pierpaolo.poggini@assolombarda.it

02 58370.614 - 346 8678533

www.assolombardaservizi.it



ASSOLOMBARDA
Servizi