



# Inbound Marketing, perché funziona per vendere di più?

Il successo nella vendita è tutto nel perché e come iniziare una relazione diversa con le persone. Costruendo una relazione che le persone apprezzano, l'Inbound Marketing attrae naturalmente nuovi clienti ed incrementa le opportunità di vendita.

## Perché è il momento di cambiare?

Il nuovo cliente da attrarre è già su internet: lavora, si informa e impara, gioca e condivide esperienze.

Come consumatori, il comportamento delle persone è cambiato: internet ha trasformato il modo in cui accedono all'informazione, ricercano prodotti e servizi, prendono decisioni d'acquisto e condividono le proprie opinioni ed esperienze.

**I clienti imparano da soli:** dal momento che chi acquista va su internet per raccogliere le informazioni che influenzeranno le sue decisioni, assicurarsi che il proprio contenuto sia **più visibile, informativo e rilevante** è essenziale per attrarre ed acquisire nuovi potenziali clienti.

L'inbound marketing svolge un ruolo attivo in questo processo di ricerca rispondendo alle domande del cliente, mettendo al centro la soddisfazione dei suoi bisogni.

## Perché la metodologia inbound è la risposta migliore?

Il marketing inbound **rispetta come le persone vogliono informarsi**, trovando risposte alle proprie domande e ai propri bisogni, **e come prendono le decisioni per comperare**.

Perché è diverso? L'inbound marketing è **utile e informativo**, non interrompe e non si impone. È "umano" e **sa parlare alle persone** come a degli individui.

## Come funziona?

Il metodo inbound ascolta l'interlocutore ed instaura una relazione, comprende i suoi bisogni e offre delle soluzioni efficaci.

Fonda l'efficacia dell'azione su questa semplice formula: PERSONA adatta + INFORMAZIONE adatta + MOMENTO adatto.



La metodologia inbound si impegna ad essere utile: porta informazione di qualità e personalizzata alle persone interessate **QUANDO e COME esse desiderano essere coinvolte**.

Il marketing inbound crea il contenuto informativo per aiutarle a trovare specifiche risposte nelle diverse fasi del loro processo decisionale d'acquisto.

## Perché la metodologia inbound attrae nuovi clienti?

Il marketing inbound intercetta l'interesse delle persone creando e condividendo contenuti utili che il potenziale o attuale cliente è disposto a leggere, con cui accetta di relazionarsi e a cui torna volentieri.

L'approccio inbound costruisce una relazione che le persone apprezzano e di cui desiderano fare parte.

Per farsi trovare e farsi scegliere dai potenziali clienti è indispensabile [adottare una strategia capace di interessarli, coinvolgerli e poi di vendere loro ciò che hai da offrire](#).

Per intercettare questo interesse, il proprio sito web deve avere i contenuti più visibili, informativi e rilevanti possibile.

La metodologia inbound orienta il lavoro del marketing su internet a queste due finalità primarie: **FARSI TROVARE**, portando visitatori qualificati sul sito e **CONVERTIRE**, generando contatti e clienti da questo traffico.

È un processo che il marketing inbound costruisce seguendo le attività fondamentali per attrarre, coinvolgere e vendere:

- creare contenuti informativi (blog post, ebook, video...) che offrono risposte a ciò che le persone cercano;
- ottimizzare i contenuti per intercettare la ricerca che le persone fanno online e condividerli sui social media;
- convertire i visitatori del sito in lead con offerte di valore e personalizzate;
- usare le pagine del sito per promuovere risorse informative di qualità;
- coinvolgere visitatori interessati con offerte trasparenti;
- aiutare i lead acquisiti a diventare clienti soddisfatti;
- raccogliere le informazioni che i lead decidono di condividere con te per poterli aiutare in modo personalizzato sui problemi che hanno più a cuore.

Per eseguire tutte queste attività in modo corretto ed efficace, l'inbound marketing offre un approccio metodologico solido, è decisamente [un altro modo di fare marketing che ti permette di acquisire clienti più velocemente](#) e fare più business.

Il [rapporto "State of Inbound 2015"](#) racconta cosa stanno facendo le aziende, perché, come e - soprattutto - con quali risultati eseguono la metodologia inbound marketing.

Approfondisci le risorse competitive che hai a disposizione su [nowhereagency.com](#) o sul [blog THINK-NEXT](#)

(Tommaso De Rosa)

Se ti interessa approfondire, segui [www.nowhereagency.com](#)