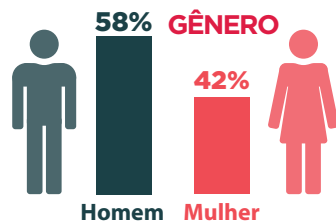
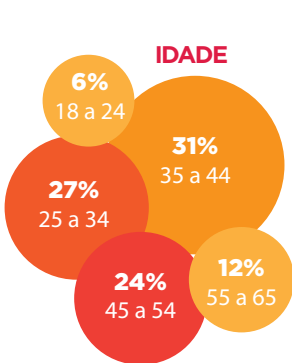
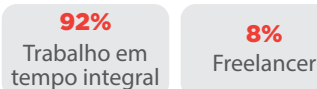




## PERFIL DO ENTREVISTADO



### Qual é a sua situação de trabalho?



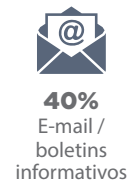
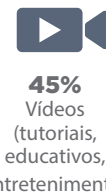
## COMO OS BRASILEIROS INTERAGEM COM AS MARCAS



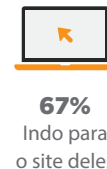
Em quais canais ou plataformas você descobre novos produtos ou empresas?



Que tipo de conteúdo você gosta de ver das marcas ou empresas que você segue?



Se você gosta de uma determinada marca, como você prefere se envolver e aprender mais sobre ela?



**62%**

dos entrevistados acreditam que o atendimento ao cliente torna-se cada vez mais relevante na decisão de compra e que as empresas não se importam mais com seus clientes depois que já compraram seus produtos

**88%**

dos entrevistados deixam de comprar em uma empresa que tem uma reputação de mau atendimento ao cliente



## USO DAS MÍDIAS SOCIAIS NO BRASIL

As redes sociais que os brasileiros mais gostam



As redes sociais que os brasileiros menos gostam



## A EFICÁCIA DO INBOUND MARKETING E SUA ADOÇÃO NO BRASIL



O BRASIL É INBOUND

### Marketing nas empresas



**75%**  
utilizam o Inbound Marketing



**25%**  
utilizam o Outbound Marketing



### Origem dos Leads

**63%**  
Práticas de Inbound

**25%**  
Equipes de venda

## MARKETING + VENDAS

Alinhamento entre as áreas  
Relações entre as vendas e o marketing na sua empresa

**15%**  
Não ALINHADAS

**17%**  
Raramente ALINHADAS

**40%**  
Geralmente ALINHADAS

## PROJETOS DE INBOUND MARKETING

### Prioridades

Aumento de presença orgânica/SEO .....**73%**  
Automação de marketing .....**67%**  
Criação de conteúdo de blog .....**63%**

Por que não adotam o Inbound Marketing?

Demora muito para ver os resultados .....**39%**  
Você não tem o recursos adequados .....**17%**  
Custo .....**7%**

Canais de distribuição de conteúdo que as empresas planejam adicionar a seus esforços de marketing\*



\*Nos próximos 12 meses