Hoy el día el marketing es una pieza indispensable cuando hablamos de comercio electrónico. Tener una buena estrategia de marketing es fundamental para poder aumentar las ventas. Sin embargo, como cada vez existe más competencia, las técnicas y tipos de marketing se vuelven más complejas.

Al adentrarte al mundo del marketing, te darás cuenta de todo lo que representa, que no es tan fácil como muchos dicen. Cada vez es más común encontrarse con el término Inbound Marketing, pero ¿qué es?

Es básicamente una metodología que combina técnicas de marketing y publicidad no intrusivas, con el fin de poder atraer clientes potenciales y evitar la difusión de spam.

Si traducimos el término Inbound, cualquier diccionario especifica que se trata de una técnica para atraer clientes a los productos y servicios por medio del marketing de contenido, en redes sociales, optimización en motores de búsqueda y desarrollo de marca.

El Inbound Marketing y el marketing tradicional se diferencian en que el primero no se centra en la venta, por el contrario, se basa en la atracción del usuario por sí solo sin necesidad de que sea el usuario el que tenga que encontrarte.

La metodología del Inbound Marketing es interactiva y bidireccional, empleando técnicas de comunicación no intrusivas y contenidos de valor.

Por ejemplo, una tienda online de ropa, envía millones de correos electrónicos ofreciendo sus productos a personas que no han solicitado la información, esta podría ser una técnica de marketing intrusiva, pues se está manejando una intrusión de correos electrónicos basura.

Por otro lado, si la misma tienda aplica una técnica de marketing no intrusiva (Inbound), como uno de varios ejemplos, podría tener un buen sistema SEO en su sitio web, con palabras clave adecuadas, para que cuando el usuario busque cierto artículo, aparezca el producto en la tienda online en los primeros resultados.

Siguiendo en el tema de los correos electrónicos, el envío de newsletter es muy bueno desde hace muchos años, para poder atraer visitantes o clientes. Crear una newsletter por primera vez podría resultar tedioso, pero se vuelve algo simple cuando lo haces varias veces, especialmente cuando implementas una forma automatizada.

El newsletter puede ser enviado cada determinado tiempo, ya sea semanal, quincenal o mensual, cuando se lance un nuevo producto, etcétera, depende de las funciones de la compañía.

Te puede servir para mantener a tus clientes o visitantes al tanto de tu contenido o productos, promocionar los mismos y generar tráfico a tu sitio web o blog.

Existen también algunas herramientas que te permiten crear boletines, o puedes investigar por tu cuenta las mejores formas de escribir un newsletter sin que se convierta en correo no deseado (spam).

Esto, combinado con otras estrategias de marketing, podrían ayudarte a mejorar el posicionamiento de tu sitio web ya sea personal o empresarial, en Internet, con el fin de que aparezca en los principales resultados de búsquedas relacionadas, tenga más tráfico, entre otras características importantes.

Para ayudarte a contar con una buena estrategia de marketing, puedes apoyarte en profesionales, empresas que se dedican al Inbound Marketing que te guiarán con el debido proceso, como TheGist.

Gracias al uso de técnicas de marketing y publicidad, se puede atraer a un usuario a una página web, mediante información útil para comprender la necesidad de dicho usuario. Para lograr esto, se debe diseñar una buena estrategia de atracción, mediante el contenido que circula en el sitio web, redes sociales y otras partes que con el tiempo forman parte de la indexación en los buscadores como Google, Bing, Duck Duck Go, entre otros.

Logrando todo esto, puedes tener un final exitoso, mediante una fase de cierre comúnmente

llamada inbound sales, logrando obtener clientes satisfechos, circulación de información útil para tus clientes o usuarios y mantener un registro de la información y contenido útil que puedes seguir aprovechando y mejorando.

Con el Inbound Marketing podremos saber qué es lo que necesitan las personas en determinado momento, ayudándolos en el proceso de compra para que su experiencia sea única, confiable y exitosa.