

Diagnóstico

A primeira etapa de um processo consistente de inbound marketing é um diagnóstico, que dentre outros atributos deve identificar:

Selecione uma alternativa

- A** As ações que a empresa já fez que deram bom resultado para que sirvam de ponto de partida para a criação de conteúdo.
- B** O momento presente da empresa, seus objetivos, dificuldades, proposta de valor, suas personas e canais de interação.
- C** Quem são os concorrentes e o que eles fazem, para conhecer a estratégia e acrescentar seus diferenciais.
- D** Quais conteúdos devem ser criados o mais rápido possível para que os resultados sejam acelerados.