MARKETING *INBOUND* E *OUTBOUND*: ANÁLISE EM DUAS EMPRESAS DE MÉDIO PORTE NO MUNICÍPIO DE ITAITUBA/PARÁ.

Maycon Douglas Alves da Silva[1]; Ana Paula Maffezzolli[2].

RESUMO: Tema: A pesquisa sobre a temática marketing *inbound* e *outbound,* é uma pesquisa concluída e realizada para Trabalho de Conclusão de Curso, e esses tipos de marketing estão voltados para as empresas que buscam a cada dia se tornar referência em seus segmentos e manter uma relação boa e duradoura com o cliente e tornar fidelizado a empresa. **Justificativa:** A pesquisa justifica-se pela importância do marketing *inbound* e *outbound* no contexto empresarial atual, considerando que essas estratégias são fundamentais para atrair, conquistar e fidelizar clientes. **Objetivo:** O objetivo geral do estudo é analisar os reflexos de como o Marketing *Inbound* e *Outbound* pode ajudar o empresário a alavancar suas vendas e a fidelização de clientes. Especificamente, os objetivos são: identificar as ferramentas para captação de clientes utilizando o Marketing *Inbound* e *Outbound*; verificar a importância da implementação e utilização desses marketings no processo de compra e venda; demonstrar como as ferramentas *Inbound* e *Outbound* podem auxiliar no desempenho estratégico de uma empresa. **Metodologia:** A pesquisa tem natureza a descritiva e utilizou a abordagem qualitativa, sendo realizada por meio de pesquisa bibliográfica com a utilização de livros e artigos científicos e com pesquisa de de campo, com aplicação de entrevistas em duas empresas de Itaituba, uma no ramo de venda de combustíveis e outra no ramo de venda de ferramentas e máquinas. **Resultados:** Observou-se que o *Inbound*, por meio de conteúdos digitais e estratégias de relacionamento, tem se mostrado mais eficiente, acessível e duradouro para empresas de médio porte, permitindo maior proximidade e fidelização do cliente. Já o *Outbound*, embora ainda presente em algumas ações, vem perdendo espaço por se basear em comunicações unilaterais e de difícil mensuração de resultados. **Considerações Finais:** ficou claro que ambas as empresas entendem a

[1] Bacharel do Curso de Administração da Faculdade de Itaituba. E- mail: mayconmxxt2015@gmail.com
[2] Orientadora: Professora da Faculdade de Itaituba. E-mail: anaitb@hotmail.com

importância do marketing para o seu crescimento. A pesquisa mostrou ainda que, mesmo as empresas não tendo um planejamento formal e estruturado de marketing ainda estão tentando se adaptar às tendências atuais usando redes sociais como Instagram Facebook WhatsApp para divulgar produtos interagir com clientes. Essa prática mostra uma aproximação com os princípios do *Inbound* Marketing onde o público é atraído espontaneamente, sem necessidade abordagens invasivas. Outro ponto que chama atenção, é a substituição gradual das ferramentas de *Outbound* pelas estratégias de *Inbound*. Isso acontece, por conta da facilidade de mensuração, do custo mais acessível e da maior efetividade do marketing digital quando comparado aos meios tradicionais. A pesquisa deixa claro que o *Inbound* Marketing tem se mostrado mais eficaz e viável para essas empresas. Em resumo, o marketing seja *Inbound* ou *Outbound* continua sendo um pilar essencial para o sucesso de qualquer negócio. Não se trata apenas de vender, mas de conectar, gerar valor, proporcionar experiências e construir lealdade.

Palavras-chave: Marketing. *Inbound*. *Outbound*.