

CURSO ONLINE

# Content Marketing

Desenvolvido por

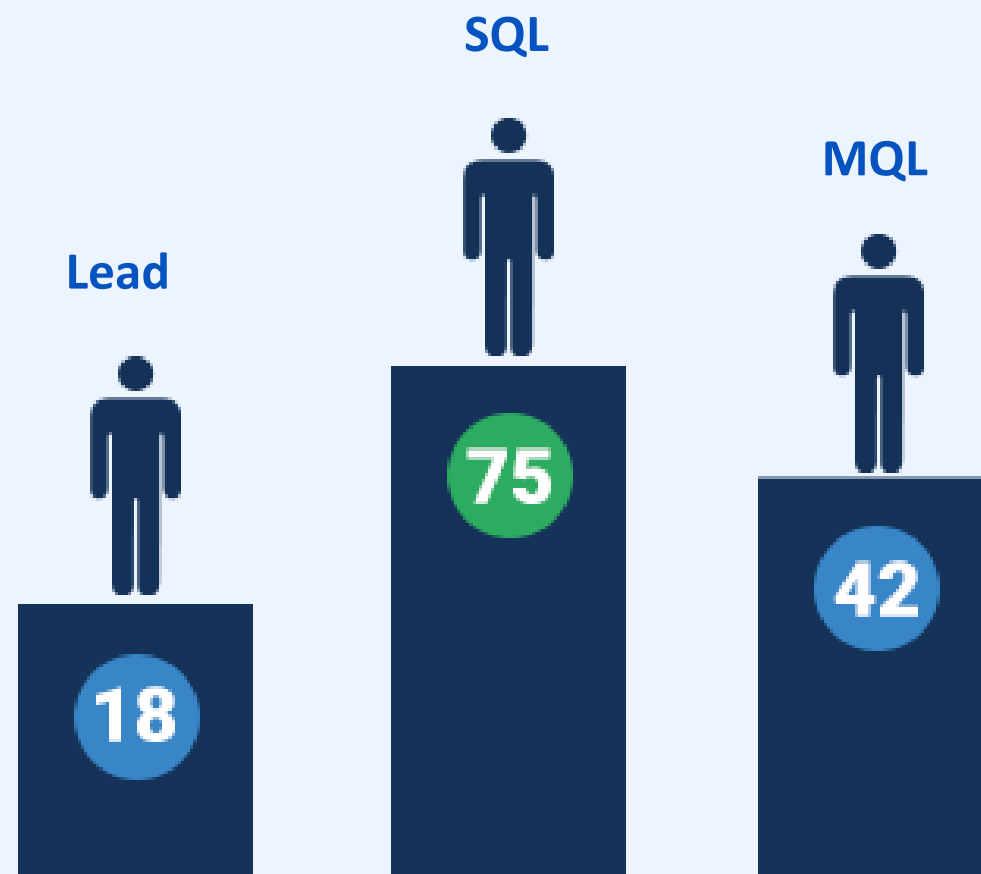
**Jesus Bardini**

Especialista em Inbound &  
Content Marketing



## Inbound Marketing – Lead Scoring

- ❑ lead qualificado, com muito interesse
- ❑ lead qualificado, com pouco interesse
- ❑ lead não qualificado, com muito interesse
- ❑ lead não qualificado, com pouco interesse



# Inbound Marketing – Nutrição de Leads

## Importância da Nutrição de leads

**50%** dos leads são qualificados, mas ainda não estão prontos para comprar.

Apenas **25%** dos leads estão prontos para comprar e devem avançar para o time comercial.

Empresas experts em nutrição de leads **geram 50% mais oportunidades** de venda, com custo **33%** menor.

**79%** dos leads nunca convertem em vendas **porque não recebem nutrição**.

O **ticket médio** de leads que recebem nutrição é **47% maior** do que os leads que não são nutridos.

Leads nutridos **aumentam em 20%** as oportunidades de vendas, contra leads que não são nutridos.

# Inbound Marketing – Nutrição de Leads

- ❑ Informações sobre o lead
- ❑ Conteúdo e personalização
- ❑ Tempo e intervalos
- ❑ Conversão ou não