

## Successen boeken met inbound marketing: de cijfers liegen niet

Als we denken aan inbound marketing, hebben we het dan over een nieuwe hype in marketingland? Of praten we over een serieuze vorm van marketing waarbij door een slimme inzet van content, resultaten doeltreffend gehaald kunnen worden? Marcommit ging het veld in en is op zoek gegaan naar de belangrijkste facts & figures. Wat blijkt? Inbound marketing leidt tot een serieuze toename aan kwalitatieve leads en geeft een boost aan jouw autoriteitspositie. De feiten vind je hieronder:

- ✓ De **grootste** uitdaging onder B2B-organisaties is het genereren van kwalitatieve leads
- ✓ In 2020 onderhouden klanten **85%** van hun relaties zonder te praten met mensen
- ✓ Er worden **54%** meer leads gegenereerd met inbound marketing dan bij traditionele marketing
- ✓ Organisaties die inbound marketing inzetten hebben **3X** zo veel kans op een hogere **ROI** dan outbound campagnes
- ✓ Nurtured leads spenderen **47%** meer dan non-nurtured leads
- ✓ Organisaties die leadmanagement automatiseren zien binnen 6 tot 9 maanden een **omzettoename** van **10%** of meer
- ✓ Organisaties die prioriteit maken van zakelijk bloggen, hebben **13X** zo veel kans op een positieve ROI
- ✓ Zakelijk bloggen versterkt de **autoriteit** en zorgt voor **engagement** met klant & prospect
- ✓ Contentmarketing genereert **3X** zoveel leads dan traditionele marketing en kost **62%** minder

De bovenstaande cijfers liegen niet. Diverse bronnen en onderzoeken wijzen uit dat inbound marketing bijdraagt aan een goedgevulde sales funnel en omzettoename. Last but not least versterken organisaties ook de autoriteitspositie. Niet alleen omdat inbound marketing organisaties dwingt om relevante content te maken, maar ook omdat deze content op een slimme en effectieve manier wordt verspreid onder prospects en klanten. Je slaat, met andere woorden, twee vliegen in één klap.