Chắc hẳn dù ít hay nhiều các bạn cũng đã nghe nói đến khái niệm marketing (tiếp thị). Marketing được hiểu nôm na là “nghệ thuật tiếp thị bán hàng”, trong đó, bạn tiến hành nhiều hoạt động tiếp thi khác nhau để tìm hiểu khách hàng của mình là những ai, họ cần gì và muốn gì, và làm thế nào để đáp ứng nhu cầu của họ đồng thời tạo ra lợi nhuận.



Hầu hết các công ty/doanh nghiệp khi muốn xúc tiến hoạt động bán hàng đều dùng đến các phương pháp như trade show để giới thiệu sản phẩm, các hội nghị chuyên đề, gửi thư giấy quảng cáo cho danh sách khách hàng, bán hàng qua điện thoại, đăng quảng cáo trên TV, radio, báo chí, các poster, banner, các blog, website, v.v… Các marketer hồ hởi tìm đủ mọi cách để gửi thông tin của họ đến khách hàng, hăng say quảng bá hình ảnh công ty nhưng không hề xem xét liệu người đọc có chịu đọc không, người nghe có chịu nghe không, và người xem có chịu xem không! Họ chủ động gửi đi thông điệp của mình với hi vọng khách hàng sẽ để ý và tìm hiểu về họ. Nhưng kết quả họ nhận được chỉ là ‘mò kim đáy bể’ mà thôi. Tại sao vậy?  
  
Tất nhiên các kĩ thuật này được gọi là Outbound Marketing và nó đã đem lại những thành công đáng kể trong thời gian đầu, nhưng chúng ngày càng kém hiệu quả vì hai lí do sau đây:  
  
- Thứ nhất, mọi người ngày càng chán nản trước lượng thông tin đồ sộ các marketer áp đặt cho họ, và họ ngày càng tỏ ra bất hợp tác: thư giấy bị vứt vào sọt rác khi còn chưa mở ra, chuyển kênh ngay khi TV/radio hiển thị chương trình quảng cáo, đăng kí chặn cuộc gọi, ngưng không truy cập website nào đó nếu chúng quá lạm dụng quảng cáo, v.v…  
  
- Thứ hai, chi phí người dùng bỏ ra để tìm kiếm/mua sắm một hàng hóa/dịch vụ mới trên internet (thông qua các công cụ tìm kiếm, các blog, mạng xã hội) rẻ hơn nhiều so với việc tham gia một hội nghị chuyên đề hay một trade show ở đâu đó.  
  
Với những thay đổi rõ rệt như vậy, doanh nghiệp nếu muốn tồn tại phải có những bước chuyển mình tương ứng. Bạn nên cuốn theo chiều gió, đừng ương ngạnh và cứng đầu đối mặt với cơn gió này vì bạn sẽ nhận lấy nhiều thua thiệt mà thôi. Đã qua rồi cái thời độc diễn trên sân khấu; khán giả không còn muốn lắng nghe đơn thuần nữa, họ muốn cùng bạn bước lên khán đài để nói lên tiếng nói của mình!  
  
**Giải Pháp Nào Dành Cho Bạn?  
  
Đó Chính Là Inbound Marketing !**

Thuật ngữ Inbound Marketing đã không thật sự được sinh ra cho đến khoảng đầu năm 2005 khi mà [HubSpot](https://www.hubspot.com/) tạo ra và đưa nó trở thành một khái niệm và xu hướng mới  trong marketing hiện đại.   
Inbound Marketing là một chiến lược marketing hai chiều nhắm đến khách hàng tương lai bằng cách cung cấp thông tin hữu ích thông qua các kĩ thuật viết nội dung, tương tác trên các mạng xã hội, tối ưu hóa công cụ tìm kiếm… Khách hàng sẽ tìm thấy bạn khi họ thực hiện qui trình tìm kiếm trên mạng. Ưu điểm tuyệt vời của Inbound Marketing là chúng không làm phiền đến khách hàng như chiến lược marketing truyền thống.  
 **Thành phần của Inbound Marketing**  
Thay vì gây phiền nhiễu cho mọi người với các mẩu quảng cáo trên TV, Inbound Marketing tạo ra các nội dung thỏa mãn khách hàng tiềm năng. Thay vì mua không gian quảng cáo trên báo giấy, Inbound Marketing giúp bạn tự tạo ra một trang web kinh doanh cho riêng mình, một nơi khách hàng tự nguyện đăng kí và mong chờ được đọc nội dung mới. Thay vì bán hàng qua điện thoại, Inbound Marketing giúp bạn tạo ra nội dung hữu ích cũng như các công cụ giúp khách hàng tiếp cận thông tin của bạn. Thay vì nã đại bác thông tin vào người dùng, Inbound Marketing giúp bạn nhẹ nhàng thu hút họ như một thỏi nam châm.  
  
Bạn không còn ngênh ngang quảng bá cho mình nữa, bạn đã chịu dừng lại, dành thời gian tìm hiểu sâu hơn về nhu cầu của khách hàng. Bạn đã biết coi trọng những đối tượng bạn gửi thông tin đến. Thay vì nhồi nhét thông tin vào đầu họ, bạn chỉ nên nhẹ nhàng cung cấp thông tin thật sự bổ ích cho họ!  
  
Người ta sẽ không thể làm ngơ trước một thông tin có giá trị cho bản thân! Họ sẽ cảm thấy thích thú và chủ động tìm hiểu, họ mê đắm trong những thông tin hữu ích bạn cung cấp và dần dần, một cách tự nhiên thôi, họ tiến đến gần bạn, rồi họ khám phá bạn, họ yêu thích bạn, và họ muốn làm bạn với bạn! Mọi sự tự nguyện đều mang tính chất lâu bền! Cuối cùng thì sao? Bạn đã có trong tay một lượng khách hàng trung thành!