

Instituto Universitário da Maia  
Department of Business Sciences

FROM OUTBOUND INTO INBOUND A MARKETING PARADIGM SHIFT  
METHODOLOGY, TECHNIQUES, AND RESOURCES TO BE FOUND  
ONLINE

João Carlos Silva Félix

Master thesis in  
Marketing

Guidance:  
José Manuel Carvalho Vieira, Ph.D



June 2017

Avenida Carlos de Oliveira Campos | Castelo da Maia | 4475-690 Maia

## **Resumo**

Hoje, a forma como as pessoas fazem compras e adquirem informação mudou completamente: a internet operou uma verdadeira transformação nos comportamentos e hábitos de consumo. A par desta mudança, os marketers atuais devem adaptar-se às novas necessidades do mercado e consumidores, ou estarão a arriscar a sua existência, pois a presença na web tornou-se fundamental para as empresas.

Esta foi a questão de partida para a presente dissertação, que detalha uma metodologia (Inbound Marketing) e o conjunto de técnicas e ferramentas que tornam possível que empresas e marketers sejam facilmente encontradas online, por prospects e clientes.

Pretende-se assim ilustrar o conceito do novo marketer, cujas competências digitais lhe permitem desenvolver uma presença na web, gerir plataformas CMS e otimizar as ações de marketing.

Palavras-Chave: Mudança de Paradigma; Inbound Marketing; Remarkable Content; Não-Consumidores; SEO; Blogging; Social Media; Técnicas de Conversão e Análise; DARC Framework.