Come creare prodotti intramontabili da vendere on line

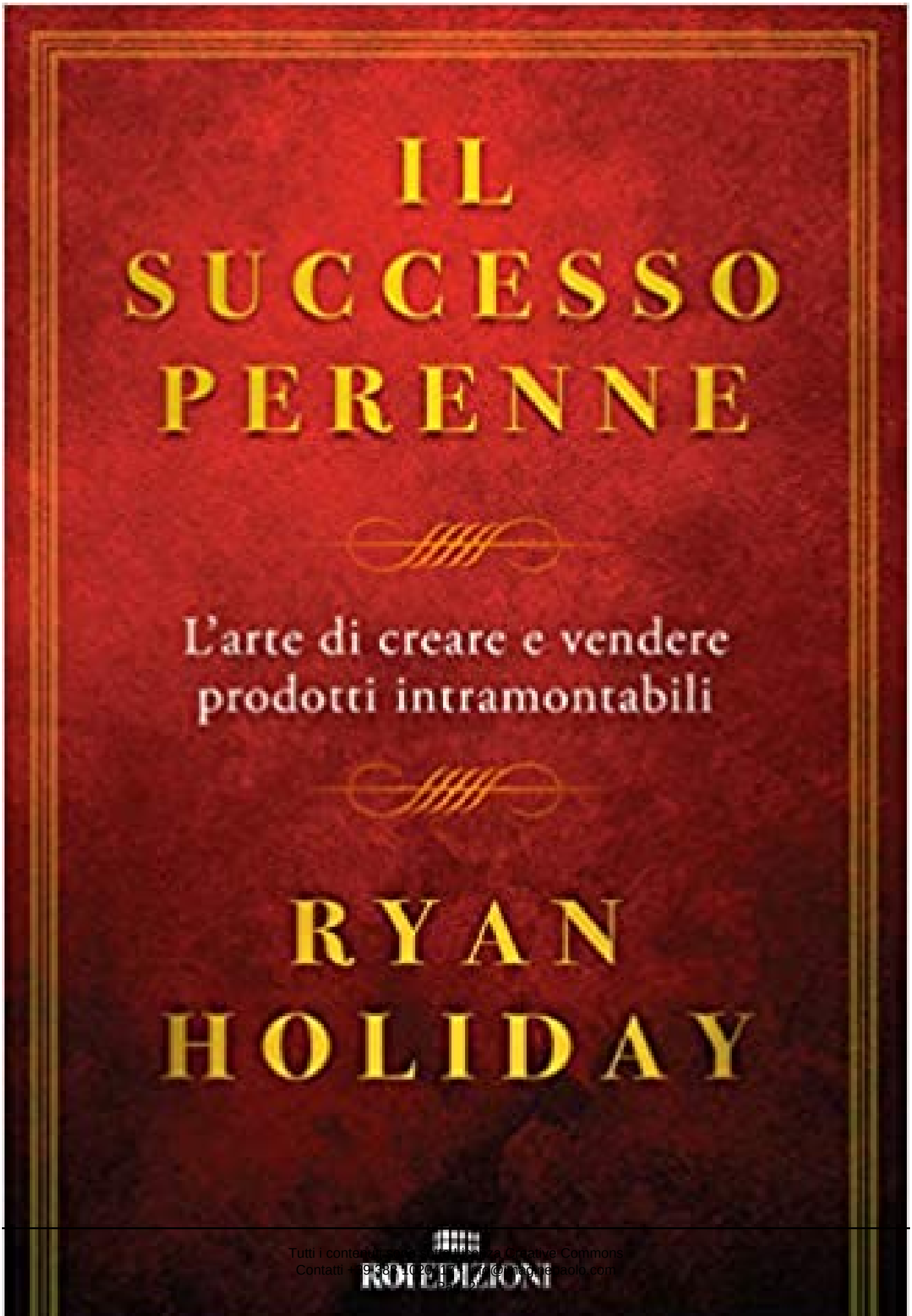
di Paolo Franzese



Come creare prodotti intramontabili da vendere on line? Oggi è il mio compleanno e per “***regalo***” ti ho confezionato questo articolo, fallo girare. Credo che solo il titolo “come creare un prodotto che si venderà per sempre e da solo” basti a stimolare la tua lettura.

Io mi sono regalato questo meraviglioso libro che ho divorato in una settimana:

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com



Tutti i contenuti sono distribuiti con licenza Creative Commons
Contatti: +39 388 1020 [illegible] info@imaginepaolo.com

vendere prodotti intramontabili

Come creare un prodotto da vendere? Studia, crea, sbaglia, correggi e riprova.

Come creare un prodotto intramontabile?

In questi giorni di quarantena ho avuto molto tempo per approfondire le mie letture, per essere più costante ho creato una vera e propria routine serale e mattutina per leggere, impostando l'app **Calendario** per avvertirmi quando è il momento di leggere.
Ho finito un altro libro e mi sto avventurando su un altro testo sacro del marketing, sto guardando anche molti video per approfondire questi temi e proporli a voi **IMAGINERS**.



Come creare prodotti intramontabili da vendere on line, segui i post nella community IMAGINERS.

Ci sono prodotti che si vendono da soli, sono classici, prodotti che **non hanno bisogno** di pubblicità.
Questa cosa mi ha incuriosito, come creare un "classico", la più grande ambizione. Ho scoperto che esiste una serie di passi ben precisa *per raggiungere un successo perenne*.
Riflettendoci bene, tutto quello che ci circonda è un prodotto della mente, tutti abbiamo delle idee, tutti vendiamo delle idee.
Per molti questa cosa è scontata e magari non ci facciamo caso più. Siamo circondati da "tutto" possiamo comprare "tutto", ma ogni tanto compare **un prodotto nuovo vincente, che altri creano**.
Dei visionari che utilizzano tanta **passione**, **sacrifici** e **pazienza** per alimentare il processo creativo.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Pensa se riuscissimo a creare un prodotto come la **CocaCola**, l'**iPhone**, la **Red Bull**, i **Beatles**, un prodotto straordinario, tutto sommato "carismatico".

Ma come può un'idea trasformarsi in un prodotto straordinario? Come creare un prodotto che si venderà per sempre e da solo?

Come creare un prodotto da vendere? Ti posso aiutare anche con questo video.

Come creare un successo perenne?

> @imaginepaoloCome creare un successo perenne?##imparacontiktok #
> #crescitapersonale ##psicologia ##formazione ##marketing ##italia #
> #weareimaginers? suono originale – Paolo Franzese

Come creare un prodotto da vendere? Resisti alla prova del tempo.

Come resistere alla prova del tempo?

Pensate come sarebbe meraviglioso realizzare un prodotto capace di **vendersi da solo e per sempre**. Un sogno! Creare un prodotto "differente" e che duri per sempre nel tempo.

Pensa se dopo questo articolo riesci a creare un prodotto da vendere on line!

Le aziende non vendono un prodotto famoso, ma è il prodotto che rende famosa l'azienda, il **marketing** lo fa un buon prodotto. Un prodotto giusto, per le persone giuste, un prodotto che risolve un problema.
Cosa vogliamo per le persone veramente? Se approntiamo la nostra attività sull'aiutare gli altri, avremo un sacco di lavoro.

Un prodotto che offra più:
amore, conoscenza, soldi, consenso, tempo libero;
E meno:
stress, conflitti, litigi, incertezza;

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Impegnarsi per creare un buon prodotto, impegnarsi per creare un prodotto giusto, che sia di successo perenne, un classico.
Impegnarsi a sviluppare dei canali commerciali che resistano alla prova del tempo.
Concentriamoci su come creare un prodotto che possa "cambiare il mondo", concentriamoci sulle cose che non cambiano mai, concentriamoci su un fattore che **non cambia mai**.
Pensa alla **CocaCola** non cambia mai e non si può sostituire.
Ad esempio in borsa bisogna fare attenzione alla **tecnologia** e alla **moda** (*cambiano velocemente*) e concentrarsi sui **minerali preziosi**.
C'è chi in periodi di **trend** si dichiara esperto di un settore esclusivo, bisogna stare attenti, mai essere aperti di trend, ad esempio chi si è dichiarato **esperto di Snapchat** ora sta avendo difficoltà.
Bisogna cercare di avere una competenza che non cambi mai.

Se ti interessa questo argomento iscriviti gratuitamente alla mia newsletter.

Come creare un prodotto da vendere? Inizia a diffondere una versione "leggera.

Testare subito una versione "light"

Una volta che abbiamo avuto un'idea bisogna testare, testare, testare.
Se avete un'idea, prima di investire, sviluppatene una versione piccola, **light**.
Stiamo parlando del prodotto minimo funzionante (**Minimum Viable Product "MVP"**), il prodotto con il più alto ritorno sugli investimenti rispetto al rischio.
Investite il meno possibile e fatelo testare per un target, una piccola idea da far testare e che poi si evolve una volta passati i test.
Dare un prodotto agli "**Early Adopter**", i pionieri nell'utilizzo di un nuovo prodotto.
Quando hai un'idea tieni presente questa frase:

> Se avessi a disposizione otto ore per abbattere un albero, ne passerei sei ad affilare l'ascia.
> – Abraham Lincoln

Investi tempo per definire bene il prodotto per chi è e per chi non è. Inquadra le **Buyer Personas**: per chi è questo prodotto? Per chi è questo servizio?
Il modello di potenziali clienti, personalità le "**Buyer Personas**" sono personalità immaginarie, prototipi di alcuni gruppi di utenti.
Cerca di fare la cosa giusta per le persone giuste, il target della tua azienda, il "**per chi**" è fondamentale per capire se stai facendo bene.
Questa frase mi ha fatto molto riflettere: "*un prodotto per tutti non è per nessuno*".

? **Esempio**: La frase "*Questo corso è per tutti*", **non va bene**! Non va bene! Il mercato si costruisce con domanda e offerta. **Per chi!!!! Per chi!!!!**

Come creare un prodotto da vendere? Sii chiaro.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Come e a chi vendere?

Ancora di più se riesci a risolvere un *problema eterno*, otterrai un prodotto eterno. Concentrarsi su ciò che non cambia, su ciò che è legato alla natura umana. Ci sono esigenze dei tuoi futuri clienti che ancora nessuno ha mai capito, cerca cerca il “non detto”, ma che esiste già, **scopri**!

Se un prodotto esiste già è inutile arrivare secondi o terzi, le “**22 immutabili leggi del marketing**” insegnano.

Una riflessione, **tutti hanno ragione, la miglior arte divide il pubblico**, Apple VS Samsung, CocaCola VS Pepsicola, etc… etc…
Se il tuo prodotto è **carismatico** avrà un pubblico a cui piace ed un pubblico a cui non piace. Va benissimo! Se poi il tuo prodotto **aiuta le persone**, ancora di più, è una gran cosa. Più persone provano il prodotto e meglio è.

Quando stai pensando, ideando, creando, fermati a trovare le risposte alle seguenti domande:

- Questo è …
- Che fa …
- Per …

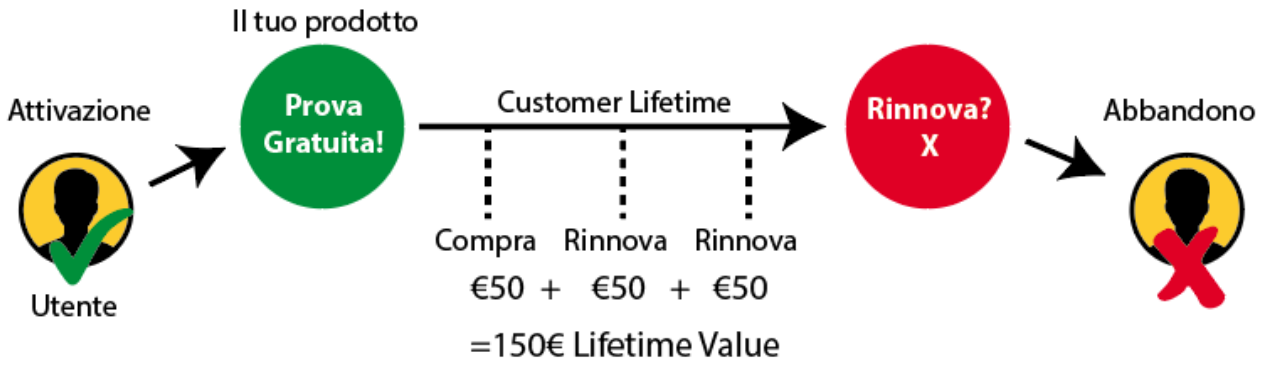
La risposta a queste domande deve essere chiara, devi essere capace di **raccontare il tuo prodotto**, è fondamentale, ricordati che la **copertina vende**, per questo i libri ne hanno una.

La fortuna di un buon prodotto è il *passaparola*, lavora per generarlo, ad esempio può essere utilissimo offrire un **assaggio gratuito**.
Ora sei nella fase di costruire una **campagna di Marketing** per il tuo prodotto allora poni l’attenzione su:

CLV Customer Lifetime Value

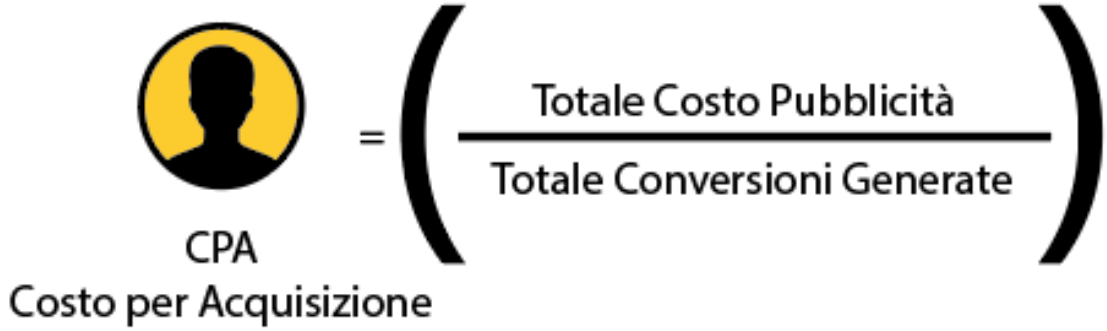
Quanto vale un cliente. Ad esempio spesa mensile del cliente x numero di mesi che ha il rapporto con noi;

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons



CPA Costo per Acquisizione

Quanto costerà acquisire un cliente. Ad esempio, si ottiene dividendo il costo dell'azione pubblicitaria per il numero di conversioni generate dalla campagna.



In sintesi devi investire dove riesci a produrre risultati (**La Legge di Pareto**).
Per pubblicizzare come si deve il tuo prodotto oggi hai internet, devi pensare a costruire una buona "**landing page**", immaginiamola divisa in **5 blocchi fondamentali**:

PAGINA PRODOTTO

1. **Per chi è?**
2. **Per chi non è?**
3. **Perché è speciale?**
4. **Cosa farà?**
5. **Perché dovrebbe interessare?**

Utilizzando un buon **copy**, ed una buona "**scrittura persuasiva**", per esempio:

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com

“Cosa ti propongo, Vantaggi, Chi sono io, Azione da compiere, Reciprocità, Impegno e Coerenza, Riprova sociale, Gradimento, Autorità, Scarsità”

di cui ne parlo per bene nell’ultima parte dei miei seminari.

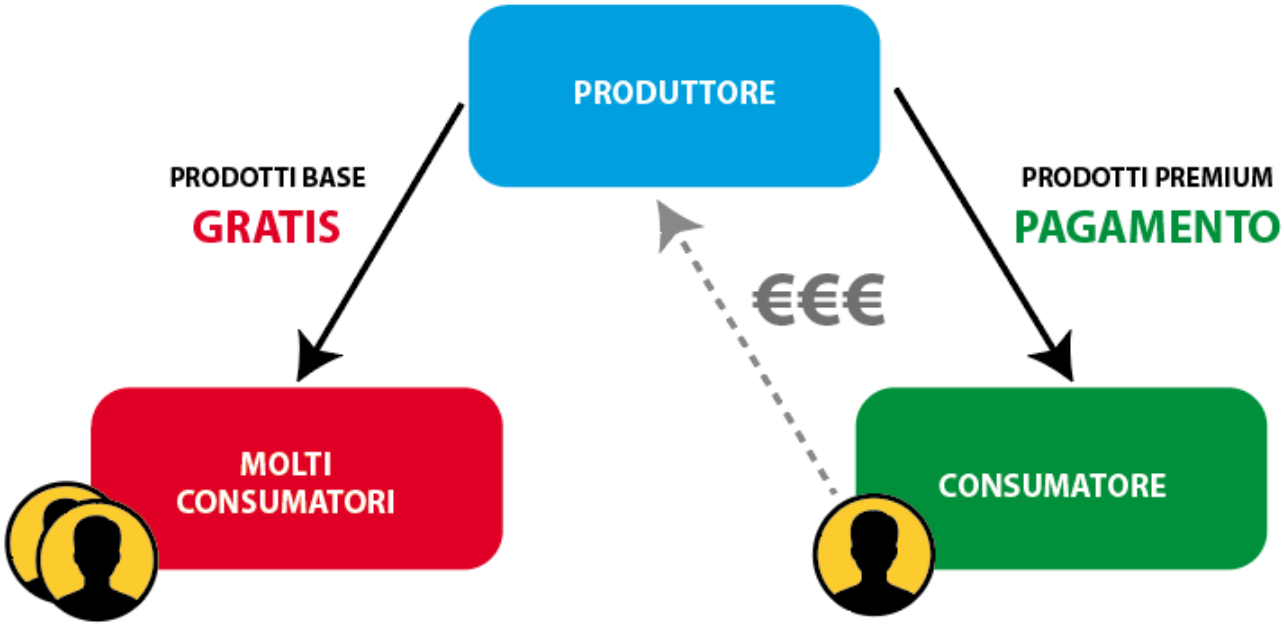
CRO Conversion Rate Optimization

Presta attenzione al **CRO Conversion Rate Optimization** e al COPY



Presenza sui Social Media

Utilizza i **social** per proporre il tuo prodotto con una buona base di follower, **bastano 1000 veri fan che hanno ben chiaro ciò che fai per farti monetizzare tantissimo**.
Un piattaforma, una **community**, è di grande valore, inizia con l'offrire qualcosa di gratuito, oggi ci troviamo in piena **Freemium Economy**.



Tutto questo lavoro per aiutare il prossimo a farsi scegliere, ricordiamoci che le persone **non hanno tempo**.

Come creare un prodotto da vendere? Conquista l'attenzione.

Attention Economy

Abbiamo un grande problema, farsi notare, tutti lottano per l'attenzione, i **brand lottano per l'attenzione**, ormai è certo, possiamo chiamare questo periodo assurdo "**Attention Economy**".

Ogni espediente è buono per catturare l'attenzione, c'è una famosa legge che dice:

> Per vendere un prodotto devi comparire almeno 7 volte.

Ricordiamoci che oggi è facile acquisire "**clienti**", pagando ma anche attivandosi sui social con Facebook ADS e lavorando molto con i gruppi.
Mentre comparire nei motori di ricerca bisogna fare una buona **SEO**.

Mi raccomando, facciamoci vedere e sentire nel momento dell'acquisto, il momento più delicato.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com

Le persone in un attimo vanno via, si *dimenticano*.
Pensa anche al pubblico del tuo pubblico, per alimentare il **passaparola**, il tuo prodotto deve essere trasferibile, facile da raccontare.
Diffondi il tuo valore all'interno di una **community**, è forte in noi il desiderio di appartenenza.

Appartenere ad una **tribù**, **famiglia**, la tecnologia ci ha **distratti** facendoci dimenticare quella sensazione di familiarità.

Il **vero marketing è un prodotto forte**, il marketing è un grande lente di ingrandimento che può far venire fuori anche se il tuo prodotto è scadente, portandoti velocemente al fallimento.
Sii onesto.

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 25 Maggio 2020

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com