Come promuovere in modo efficace la tua attività nel 2020

di Paolo Franzese



Vuoi sapere come **promuovere in modo efficace** la tua attività nel 2020? Qui trovi una buona lista di suggerimenti da seguire.

La rete è satura, tutto è saturo

Saturo, la parola più ricorrente in questi ultimi periodi, tutti giorni, quando si tratta di pubblicare contenuti. E come si fa? Il tuo contenuto deve zittire tutti gli altri contenuti, così come questo articolo si farà spazio tra gli altri.

Benvenuti su questo luogo per imprenditori e creatori di contenuti che cercano di costruire un business, in questo articolo parliamo di come promuovere in modo **efficace** la tua attività nel 2020, specialmente in questo periodo in cui molte persone stanno lottando, hanno tanta paura, di non riuscire a promuovere le loro aziende, come tanti di voi. Molti sono anche sfiduciati dalla "crisi" e magari riterranno giusto smettere di promuovere la propria attività (nel gruppo abbiamo parlato del calo degli investimenti in pubblicità in periodo di pandemia).

Altri magari potranno pensare di dare un'immagine troppo "*commerciale*" alla loro attività, ma adesso fermati, ti farò fare una riflessione, pensa a come spesso promuovi altre attività, pensa ad esempio a *quando prendi un caffè la mattina e ne fai una piccola foto*, o *quando indossi un vestito carino e ti fotografi taggando poi l'azienda.* Questo non è commerciale? Questo è anche marketing, ma non stai promuovendo attività di altre persone? Vedi, spesso lo fai senza nemmeno pensarci.

Ora mettiti in questa prospettiva, sei a tutti gli effetti un *perfetto promotore di attività di altre persone*, pensa a quante volte tu promuovi il tuo brand. Forse poche volte, allora è il momento giusto per iniziare. Ora ti darò alcuni suggerimenti che potrai implementare nelle tue **strategie di marketing**, per iniziare davvero a spingere la tua attività in modo efficace.

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

Concentrati su due tipologie di piattaforme social

Una delle prime cose che posso consigliarti è *raddoppiare le piattaforme di social media* (content consumption e content discovery), specialmente se sei un *solopreneur* (un imprenditore "entrepreneur" che lavora solo, che è il futuro) o una piccola impresa, molte volte **non hai un team** che ti aiuta con i social media o per qualsiasi altra cosa nella tua attività, così diventa difficile provare a stare ovunque e fare tutto in modo efficace su ogni piattaforma.

Io non dico di non esplorare altre piattaforme, anzi penso che sia fantastico, ma per la maggior parte, il tuo punto focale dovrebbe essere su ***due*** *tipologie di social*.

Scegli una piattaforma con ***contenuti di lunga durata***, che potrebbe essere il tuo canale YouTube , dove tu puoi promuovere **video lunghi** e **preziosi**, un blog dove avrai contenuti *scritti più lunghi* o un canale **podcast** e abbinala a una piattaforma che è con ***contenuti in forma più breve*** come Instagram, Twitter, Facebook.

Due luoghi, dove puoi passare dall'uno all'altro, in uno puoi promuovere un *contenuto lungo ad alto valore* e nell'altro puoi promuovere un *contenuto breve ad alto coinvolgimento*.

Ognuno ha un luogo ideale per la promozione della propria attività, ci sono tante aziende che stanno approfittando ad esempio di Pinterest e magari lo collocano in cima alla lista prima di tutti queste altre piattaforme. Il tuo contenuto ora potrebbe essere *semplicemente* nel posto sbagliato, quindi il consiglio più grande che cerco di dare è quello di capire in quale social media potrai trovare il tuo successo.

Questo vale anche per me e lo sai bene se stai leggendo questo contenuto.

Cura i tuoi contenuti

Tutto è saturo! Tanti utilizzano questo termine, si dice che tutto sia un luogo molto affollato, tutto è saturo, **YouTube** è saturo, i **blog** sono saturi, i **social** sono saturi. La parola più temuta di questi giorni, quando stai per pubblicare qualcosa. Tu cerchi di impegnarti al meglio, ti impegni per farlo in un modo che solo tu sai, per far emergere i tuoi contenuti, andando più in profondità. Le persone "*vomitano*" contenuti in quantità molti contenuti di base, quindi se puoi devi andare più in *profondità* e fornire alle persone più valore.

Ad esempio **rispondere alle domande** che gli utenti potrebbero pensare di porsi, se sei un professionista tu sarai un passo avanti a loro e questa cosa sicuramente ti aiuterà, penso che sia stato uno dei grandi motivi che mi hanno stimolato a coltivare questo blog dal 2000, dopo 20 anni, spero di essere un "*buon curatore*".

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

> …i buoni curatori sono delle **guide fidate** che offrono informazioni preziose, sotto forma di articoli, corsi, tutorial, video, podcast o altri formati, su un argomento specifico e che hanno guadagnato, nel tempo, la fiducia dei loro lettori, seguaci e fan.????
> – Steve Rayson

Cerco di andare in profondità per tutte le cose di cui io posso parlare e quindi raccolgo fiducia in me, spero. Magari lavora per offrire una prospettiva diversa, io, ad esempio, faccio riferimento alla mia esperienza, a me stesso, con il mio di vista da Digital Coach, da informatico, in cui ho pienamente titolo. Non l'ho fatto per tutti i contenuti, ma ho notato che dove l'ho fatto i contenuti hanno avuto un buon successo.

Io che pubblico continuamente on line devo interessarmi *scrupolosamente* alla mia comunità, ti devo aiutare a dare un senso alle cose, facendomi carico di portare avanti azioni che aiutino a ottenere e realizzare i cambiamenti a te utili. ?

Personalizza il tuo contenuto

Cerca di inserire nel tuo contenuto la tua *"voce"*, il tuo modo di essere *unico*, voglio che tu sappia come è *importante mischiare i contenuti con chi sei*. Quando scrivo cerco di scrivere come parlo nella vita normale e questo è ciò che ti fa apprezzare il mio contenuto, un mio contenuto che sembra reale e riconoscibile. Anche tu devi portare tutto questo nei tuoi video, nel tuo modo di scrivere o nei tuoi podcast, puoi semplicemente non essere noioso, sii carismatico.

Il grande problema è che molti contenuti sono noiosi, quindi se tu puoi aggiungere un po' di personalità ben venga, puoi cambiare il tuo vocabolario, puoi finalmente divertirti.

Personalizzare i contenuti con la propria esperienza, comprendendo a fondo le tue esigenze, problemi, necessità e creando poi contenuti e servizi che soddisfino queste **esigenze specifiche**.?

Promozione Soft e Promozione Hard

Devi avere un buon equilibrio, non comunicare sempre solo per *vendere* il tuo prodotto.

Nei tuoi post puoi menzionare anche cose più "leggere", come faccio io, qui ad esempio, ti sto dando tutti i miei segreti, va benissimo, questa è una promozione "**soft**" in cui sto usando esempi dei miei clienti o delle cose di cui parliamo nel gruppo IMAGINERS. Troverai in rete altri post dove posso dire che dovresti *unirti alla mia community perché*… Oppure dove *pubblicizzo il mio link per fare consulenze on line*, il mio *seminario di Personal Branding*, etc, etc… e riesco a vendere, ma deve esserci equilibrio, così va bene.

Ad esempio puoi ritagliarti un piccolo spazio nel tuo video per aggiungere interesse e per stimolare le persone a voler comprare.

Solo tu potrai capire quale equilibrio funziona meglio, ad esempio io spesso chiedo alle persone di *unirsi alla mia community* e poi chiedo alle persone di **acquistare** il mio prodotto (*consulenza o seminario*

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

).

Se pensi di non saperlo fare ricordati che anche tu fai continuamente promozione, facendo quelle foto allo specchio mentre sfoggi il tuo nuovo vestito, non stai dicendo di andare a comprare questa o quella maglietta *adesso*, ma se alle persone piace ciò che indossi, ti chiederanno dove l'hai preso e loro andranno a comprarlo da sole e la stessa cosa vale per tutto il resto.

Ma come promuovere in modo efficace la tua attività nel 2020? Prova anche con gli influencer.

Capitalizza micro influencer

Stringere collaborazioni con persone che hanno *decine di migliaia di follower* e *centinaia di migliaia di follower*, è un buon investimento.

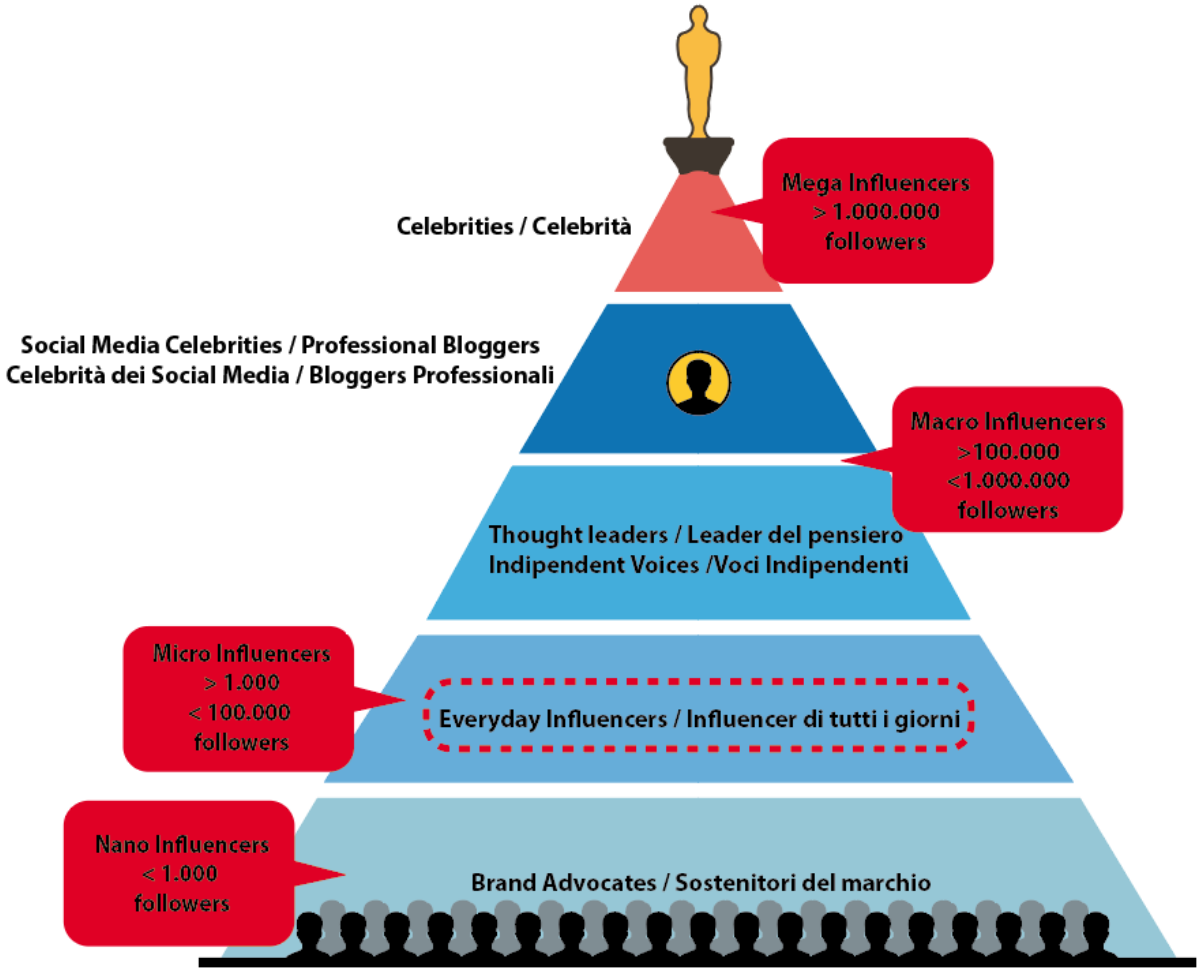
Sicuramente il numero dei follower fa crescere il costo di una eventuale promozione e la maggior parte delle volte, queste persone di un certo calibro sicuramente non promuoveranno la tua attività *gratuitamente.* Ci sono anche influencer che valutano se il tuo prodotto è in competizione con altre grandi aziende che stanno proponendo.

Allora cerca di sfruttare i **micro influencer** (Claudia Scognamiglio è un ottima "*micro influencer*"). Sono tantissimi in questo momento, ci sono tante persone che hanno tra **1.000** follower e **10.000** follower che sono disposti a promuovere il tuo prodotto.

Sono questi che hanno un pubblico di nicchia, che sarebbe proprio il tuo "*sogno demografico*" e spesso sono molto disponibili a ricevere *prodotti gratuiti* senza necessariamente avere migliaia di euro, forse se ne faranno pagare un 200 euro, ma non è niente rispetto ai prezzi dei **mega influencer** o **macro influencer**.

Ti consiglio vivamente di contattare qualche **micro influencer** nella tua nicchia e iniziare a collaborare.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons



Come promuovere in modo efficace la tua attività nel 2020? Capitalizza influencer.

Come cercarli? Fai un po' di ricerche per ***hashtag***, cerca su ***YouTube*** cerca su ***Pinterest*** e vedi chi puoi trovare, io direi di puntare a chi ha meno di 10.000 follower su YouTube o su Instagram, loro potrebbero essere un ottimo punto di riferimento da conoscere per fare *engagement*, sarai sorpreso di quanto, in termini di *conversione delle vendite*, potrai ottenere dalle persone con un pubblico più ristretto.

Il pubblico dei **micro influencer** si fida davvero di loro, raggiungere *micro influencer* è più facile, tutto diventa più più chiaro quando sai cosa dire e a chi.

È importante fare chiarezza sul pubblico di destinazione, tutto diventa più chiaro quando si dispone di un *pubblico mirato*, tutto ciò favorisce molto i tuoi sforzi di marketing, ti aiuta su come usare la tua "voce", quale posa utilizzare, il tipo di post che devi fare e chi raggiungere per aiutarti a promuovere la tua attività.

Tutte queste cose messe insieme creano una grande differenza quando hai un' *audience targettizzata*

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

Cerca di mostrare varietà sui tuoi social media

Assicurati di mostrare alle persone *varietà*, su **instagram** posta **video**, **foto**, magari tutto a tema, immagini professionali, immagini di vita reale, foto di prodotti, ma soprattutto *foto di persone reali che stanno usando i tuoi prodotti*.

Qualunque cosa sia, assicurati di mostrare alle persone tanta varietà, tale da ottenere un' **esperienza completa** di qualunque servizio o prodotto tu stia offrendo, lo stesso vale per **YouTube**.

Ti consiglio di sfruttare *tutte le aree* delle diverse piattaforme di social media, perché sono lì per un motivo (gruppi, pagine fan, …).

Non ci sono solo gli articoli se **devi creare valore**. Devi renderti utile e differenziarti in maniera netta dalla concorrenza. Chi fa parte della nostra comunità deve raggiungere i suoi obiettivi. Abbiamo ormai un'infinità di altri format che possiamo utilizzare per informare, assistere e guidare chi ci segue. Tutti possono produrre articoli, noi dobbiamo creare contenuti di valore elevato, in pochi ci riescono.

Ora mancano altri due pezzi per sapere come promuovere in modo efficace la tua attività nel 2020.

Rendi l'esperienza condivisibile

Lavora per la tua attività in modo tale da renderla un'esperienza *straordinaria*, *notevole*, tale da essere condivisibile sui social. Cerca di trovare un **format** che renda i post condivisibili, cerca di pensare **fuori dagli schemi** e cerca di capire come puoi convincere il tuo pubblico a parlare di te agli altri.

Attivare il *passaparola*, la *viralità*, è un grande obiettivo che bisogna raggiungere, voglio che devi parlare di più di me (ovviamente bene, se possibile).

Questo lo devi fare anche tu, non puoi fare tutto e quello che ti serve è il tuo pubblico che deve parlare **BENE** di te e quindi un ottimo modo per farlo è creare contenuti più condivisibili. Il tuo pubblico deve diventare talmente entusiasta da condividere con piacere i tuoi post.

Racconta una storia

La più grande forma più potente di marketing è lo **storytelling**, io ho cercato di applicare le regole fondamentali dello storytelling a tutto quello che faccio. Se leggi le mie didascalie di Instagram, se vai a guardare una mia storia, se guardi un mio mio vlog o qualsiasi altra cosa che produco, potrai scovare una storia interessante. La chiave è proprio questa per costruire un pubblico quando si pensa una strategia di marketing di successo, questo è tutto, si deve raccontare una storia.
Non si tratta nemmeno di pubblicare immagini nitidissime, di come è bello il tuo logo e il tuo sito web.

È certo che se riesci a catturare il cuore e le emozioni delle persone raccontando una storia, la tua

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

vera storia, li porta poi a convertirsi in **clienti**, e soprattutto cerca diventare parte della storia tu e la tua azienda.

Spero che questi suggerimenti siano utili per te che vuoi promuovere la tua attività, so che questi tempi sono difficili, gli affari possono sembrare difficili, ma ora con il digitale puoi mettere tutto in discussione, hai la creatività al tuo servizio.

Solo tu conosci la tua attività e conosci il tipo di pubblico che hai, solo tu puoi creare il *contenuto ideale* per il tuo pubblico, solo tu puoi creare il contenuto che il tuo pubblico *apprezzerebbe consumare*.

Ora sai “quasi” tutto su come promuovere in modo efficace la tua attività nel 2020.

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 12 Ottobre 2020

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