Come pubblicizzare la propria attività, il mio esempio di “consulente di marketing”

di Paolo Franzese



Come pubblicizzare l’attività di consulente di marketing? Molti vorrebbero fare i **consulenti di marketing**, molti lo fanno già da tempo, ma come scegliere il consulente che risponderà come si deve alle tue richieste?

Fare il consulente di marketing può essere molto impegnativo, lo so benissimo, per cui ho deciso di scrivere questo articolo con dei suggerimenti che possono spingere efficacemente le tue attività di promozione.

> Il consumatore non è un idiota: è tua moglie.
> – David Ogilvy

Come pubblicizzare l’attività di consulente di marketing? Il tuo brand deve essere degno di fiducia, affidabile, credibile.

Credibilità

Il primo suggerimento è di sigillare la **credibilità** attraverso i numeri e soprattutto il passato:

- Le statistiche;
- I successi passati.

? Esempio: una raccolta del mio passato sono i miei clienti.

Crea anche una raccolta di **casi studio**, sono una vera bomba per alimentare la tua credibilità.

Se stai iniziando da poco inizia a tenere traccia dei tuoi successi, tienili sotto controllo, questi dati saranno davvero importanti quando dovrai venderti. Ti servono dati potenti durante il processo di

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

vendita, perché quando qualcuno cerca un consulente, vuole capire il valore che c'è dietro.

Il tuo valore come **consulente di marketing** deve essere di gran lunga superiore a quello che attribuirai, questo lo puoi dimostrare solo con i dati. Se le statistiche, i dati, i tuoi successi passati hanno generato un valore superiore al tuo compenso (**ROI – ritorno sull'investimento**), allora i tuoi clienti saranno ben contenti di pagarti.

Come pubblicizzare l'attività di consulente di marketing? Mostra come puoi migliorare le cose.

Conoscenza

Ci vuole **conoscenza**, i tuoi clienti vogliono "vedere" come potranno migliorare, impara a mostrare come puoi modificare il panorama dell'attività del tuo cliente, porta sotto gli occhi dei tuoi clienti un nuovo paesaggio.

Diversamente da quando ho iniziato io (nel lontano 1996 c'era appena internet, nemmeno Google), oggi hai a disposizione su internet:

- Google;
- Social media;
- Podcast;
- TikTok;
- YouTube;
- Ecc.

Su queste piattaforme inizia a fornire contenuti **freemium** (gratuiti), questo piacerà alle persone e potranno vederti come leader di pensiero, come qualcuno ben informato sul tema marketing.

? Esempio: i miei canali social (*in alto a destra su questo sito*) sono un perfetto esempio di come potresti fare.

Come consulente le persone devono comprare le tue conoscenze, la domanda alla quale devi imparare rispondere è: *sai risolvere il loro problema?*

Le persone stanno cercando di risolvere un *rebus* e tu devi conoscere la soluzione, devi avere quella conoscenza, quella lacuna mancante. In marketing ci sono *rebus* che non possono essere risolti da soli, quindi le persone ti assumeranno per essere aiutate.

Il modo migliore per dimostrare di saper risolvere quei *rebus* è attraverso la generazione di un **flusso continuo** con la creazione di contenuti:

- Articoli sul blog;
- Post sui social;
- Video;
- Podcast.

Mostrerai così che sei un *leader di pensiero* in questo argomento.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Nei contenuti devi sempre integrare piccoli inviti all'azione, del tipo "se vuoi approfondire, contattami", in questo modo potranno generare lead per te. Le persone così, una volta consumato il contenuto, vorranno pagarti come consulente per analizzare la loro attività e trovare il modo di migliorarla.

? Esempio: se vuoi approfondire questo argomento, contattami qui.

Come pubblicizzare l'attività di consulente di marketing? Crea un'abitudine ciclica.

Automazione

Imposta un po' di servizi di automazione per inviare continuamente informazioni ai tuoi potenziali clienti, se ci pensi, quando un cliente ha un problema, cosa fa?

- Prova a risolvere il problema da solo;
- Cerca il problema su **Google**;
- Cerca il problema sui **Social Media**.

Ed è lì che devono trovare te, è proprio lì che le persone devono trovare il suggerimento per la loro soluzione, parla del problema e proponi al soluzione.

Quindi se stai creando contenuti per i tuoi clienti, il miglior modo per nutrirli è un buon servizio di automazione.

? Esempio: ecco i miei canali in cui c'è un servizio di automazione:

- Newsletter;
- Gruppo su Facebook;
- Gruppo su Telegram;
- Broadcast su WhatsApp;
- …

In questi luoghi crea contenuti che siano soluzioni, suggerimenti o altri tipi di aiuto, ed integrali con inviti all'azione (**CTA**) precisi.

Una cosa che devi ricordare è **creare l'abitudine a ricevere i tuoi suggerimenti**, lavora con le piattaforme, magari, come faccio io con la **IMAGINERS NL**, una newsletter in cui ogni settimana gli iscritti ricevono un'e-mail di valore su come possono migliorare le cose.

Una soluzione periodica ai problemi che stanno cercando di risolvere, se ti interessa ricevere questo tipo di suggerimenti per la tua crescita, dai uno sguardo alla mia newsletter ed iscriviti anche tu:

Voglio lasciarti una lista di punti fondamentali da seguire:

1. Crea il **contenuto** con la **Call To Action**;
2. **Diffondi** il contenuto sui motori di ricerca;
3. **Diffondi** il contenuto sui social media;

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

4. **Converti** i lettori in iscritti per costruire la tua **lista**;
5. **Nutri** la lista con altri contenuti;
6. …

Se segui tutti questi passaggi ciclicamente alla fine avrai un ampio elenco di persone che ti seguono.

Le persone ricevendo i tuoi contenuti, devono avere accesso ad un contatto ulteriore per una consulenza in marketing, ciò ti darà la possibilità di dargli consigli specifici, che magari matureranno in una consulenza più ampia.

Ecco una bella idea su come iniziare, applicala come si deve e vedrai i suoi frutti.

Come pubblicizzare l'attività di consulente di marketing? Rendi felici i tuoi clienti.

FAQ

Non si può negare l'importanza di una buona **assistenza clienti**, vuol dire clienti felici, e ciò vuol dire avere tante persone disposte a raccomandare il tuo brand ad amici e familiari, questa è la base di un buon passaparola.

Tu hai mai raccolto metodicamente le tue **FAQ** (*le tue domande frequenti*)? Le FAQ sono il miglior modo per avere un elenco potenziale di contenuti da creare:

- Quali sono le domande frequenti che le persone ti pongono durante la sessione di consulenza?
- Quali sono le domande che hanno che gli hanno fatto pensare di dover contattare un consulente?

Scrivile e scopri quali sono queste domande.

? Esempio: crea una sezione FAQ sul tuo sito web, io ad esempio ho una lista di cosa cercano le persone sul mio sito ed in base a quella lista creo gli articoli per questo sito.

Come pubblicizzare l'attività di consulente di marketing? Sviluppa la tua comunicazione professionale e ciò che ti rende diverso.

Professionalità

Non c'è niente da fare, devi avere una presenza **unica** e **professionale** sul web, perché è quella cosa che le persone controlleranno prima di contattarti.

USP Professionale

Parti dallo sviluppare cosa ti rende diverso, la tua proposta di valore unica (**Unique Selling Proposition**), se vuoi leggi anche questi altri miei articoli:

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Come costruire la tua “unique selling proposition”

Come battere la concorrenza e creare un nuovo mercato

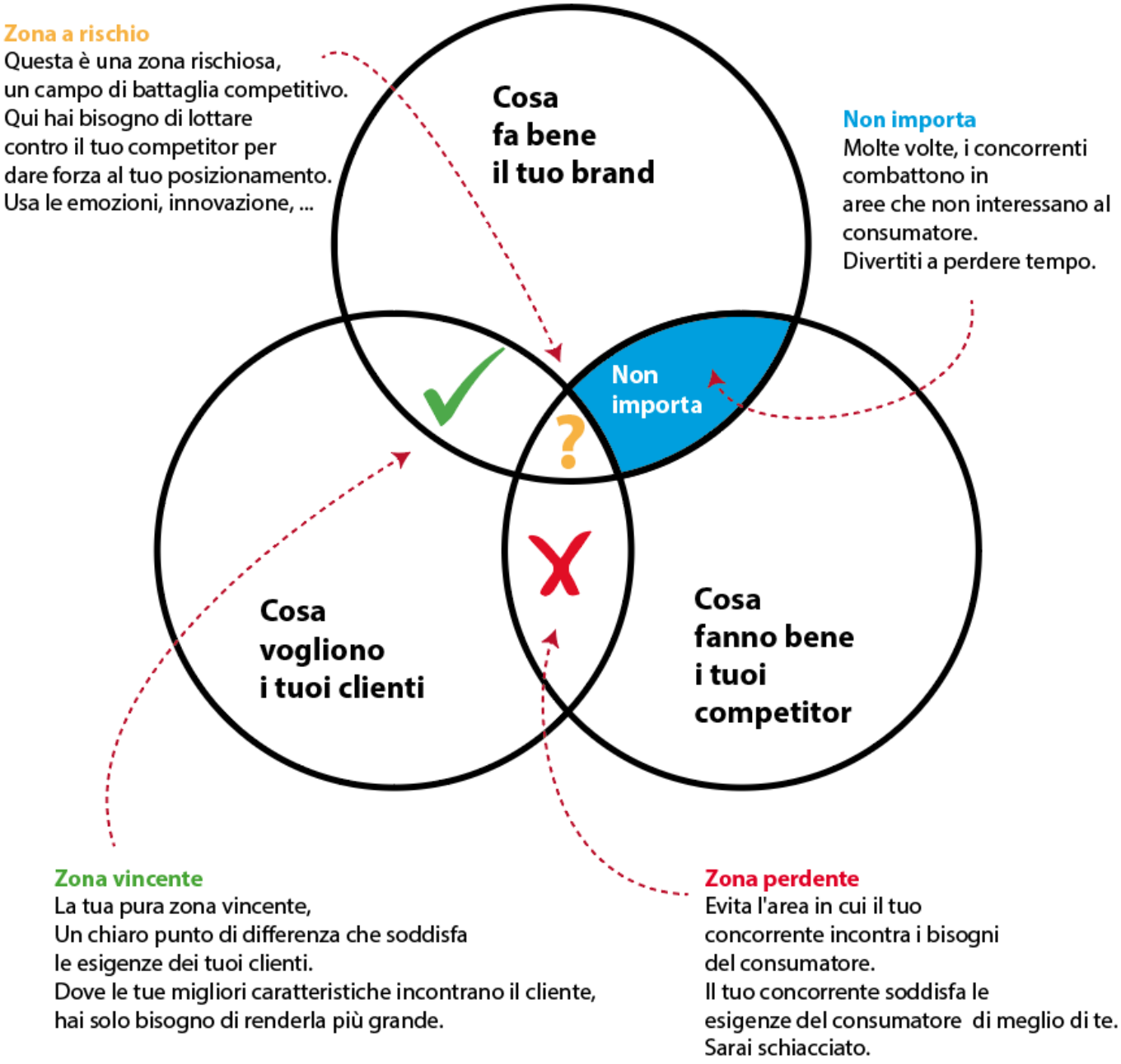
Come attirare più clienti: i 5 livelli di Eugene Schwartz

7 consigli strategici per far crescere la tua azienda nel 2021

È fondamentale riuscire a distinguersi tra la folla.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Unique Selling Proposition
Proposta di vendita unica



Unique Selling Proposition, ne abbiamo parlato anche qui

La differenza (che viene fuori da **cosa fa bene il tuo brand** e da **cosa vogliono i tuoi clienti**) deve essere chiara ovunque:

- Sul tuo sito web;
- Sui tuoi profili;
- Sui social media;

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

- Nei contenuti che stai creando.

Quella parte è davvero potente per spostare la scelta verso la tua azienda, contro qualcuno altro.

Sito Web Professionali

Su questa base assicurarti di avere un **sito web**, che racconti la tua storia e ti renda diverso, un sito che si distingua dalla massa e che sia davvero professionale, rispetto agli altri consulenti. Se hai lavorato bene lo vedrai, le persone che finiranno sul tuo sito web a un certo punto o ti chiameranno o compileranno un modulo di consulenza per contattarti.

Il percorso è questo, sia che ti vedano inizialmente sui social media, sia che sentano parlare di te da un amico o qualcosa del genere, prima o poi le persone andranno sul tuo **sito web**, quindi questo è un pezzo davvero importante da avere.

Ecco cosa deve contenere il sito web:

1. **About**: chi sei e cosa fai;
2. L'**Unique Selling Proposition**;
3. Le **FAQ**;
4. Un **video** che racconta la storia;
5. Le **statistiche** e i **casi studio**;
6. …

Il **sito web**, un luogo importante che è il tuo luogo di destinazione da curare. Per essere davvero buono e assicurati che sia ben visibile sui dispositivi mobili, così facendo otterrai più **contatti**, più **chiamate** e quindi più **lavoro.**

? Esempio: sai che la pagina "chi sono" / "About" è la pagina più cliccata di un sito web?

Come pubblicizzare l'attività di consulente di marketing? Sviluppa la tua comunicazione professionale e ciò che ti rende diverso.

Profili Social Professionali

Se devi chiamare una **baby sitter** per tuo figlio vai a controllare i suoi **profili social**? Ma certo!

La stessa cosa accade per te, le persone prima di contattarti controlleranno i tuoi profili sui social media e controlleranno se:

- Sei professionale;
- Sei un leader;
- Sei carismatico;
- Hai follower;
- Hai persone che interagiscono con i tuoi contenuti (**engagement**);
- Hai contenuti di valore e con quale frequenza pubblichi;
- Hai risposte ai loro problemi;
- Ci sono "case study" simili ai loro problemi;

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

- Ci sono domande delle FAQ a cui è stata data una risposta;

Se tutto questo è a posto allora le persone ti contatteranno.

Come pubblicizzare l'attività di consulente di marketing? Hai tutto in regola, allora puoi fare…

Pubblicità

Hai seguito alla lettera i punti precedenti ora ti serve una check list da conservare per fare un riepilogo:

1. Sito web;
2. Contenuti;
3. Social media;
4. Recensioni;

Se questi punti sono buoni, puoi iniziare a investire un po' di soldi in pubblicità.

Google

Parti dalla ricerca delle parole migliori chiave:

- Cosa cercano le persone su Google quando vogliono risolvere il loro problema?
- Hai sul tuo sito la risposta che è la soluzione al loro problema?

Investi per scalare le classifiche se hai la risposta.

Landing Page

Sul tuo sito devi creare pagine ad hoc che si posizioneranno organicamente in cima a Google, in modo da catturare le persone nel momento in cui le stanno guardando.

Pubblicità Multicanale

Al di fuori della ricerca devi puntare sui social media, ma prima scopri qual è il tuo pubblico. Su quale social c'è il tuo pubblico? Scopri dove si trova il tuo pubblico e investi nella pubblicazione di annunci proprio per arrivare a quelle persone.

? Esempio: l'annuncio deve fare chiarezza, esempi da considerare

[table id=1 /]

Tutti sanno qual è il loro problema e vedono che c'è un modo per risolverlo allora cliccheranno. Se ci sono poi informazioni che possono ottenere inizialmente gratuitamente, allora avrai ottenuto un ottimo modo per portarli alla tua consulenza.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Abbiamo finito, grazie per aver letto fino qui, questi suggerimenti ti consentiranno di iniziare a fare marketing come consulente.

Sono sicuro di aver dimenticato qualcosa e magari tu avrai altri suggerimenti da integrare in questo articolo, se vuoi lasciali nei commenti.

Se questo articolo ti è stato utile condividilo con i tuoi amici.

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 21 Febbraio 2022

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons