Come fare digital marketing: guida per principianti

di Paolo Franzese



Come fare digital marketing, con questo articolo, una guida per principianti, ti aiuterò a diventare un *marketer digitale* migliore, ti mostrerò le cose più importanti che devi sapere sul marketing digitale in questo momento.

Ti lascerò a bocca aperta perché so che nella tua mente il digital marketing può sembrare molto più complicato di quanto non lo sia in realtà.

Digital e traditional marketing

La prima cosa che ho bisogno di spiegarti è la differenza tra **digital e traditional marketing**.

- **Digital marketing**, il marketing fatto attraverso l'uso dei canali *digitali*, ovvero:
  1. SEO o ottimizzazione per i motori di ricerca;
  2. Social media;
  3. Annunci pay per click;
  4. Annunci Facebook online;
  5. Annunci Instagram;
  6. Annunci su TikTok;
  7. Email marketing;
  8. Ottimizzazione del sito web;
  9. E qualsiasi altra cosa che avviene con l'uso dei media digitali.
- **Traditional marketing**, il marketing fatto attraverso l'uso dei canali *tradizionali*, ovvero:
  1. TV;
  2. Radio;
  3. Giornali;
  4. Riviste;
  5. Cartelloni pubblicitari;
  6. Praticamente tutto ciò che non è digitale.

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

A proposito di email marketing, ora è il momento di iscriverti alla mia newsletter:

Come fare digital marketing? Vediamo i vantaggi significativi.

Quale funziona di più

Vediamo ora **quale funziona di più**, il marketing tradizionale (la *pubblicità tradizionale*) funziona ancora, ma i vantaggi nell'utilizzo del digital marketing sono davvero tanti.

Pensa solo a quanti canali digitali hai a disposizione in questo momento, infatti con il digital marketing:

- La *dimensione del pubblico* è molto più ampia, puoi raggiungere chiunque sia online, miliardi e miliardi di persone;
- Il *targeting per pubblico* è da cecchini, puoi concentrarti sulle persone più adatte alla tua strategia;
- È significativamente più *conveniente* per raggiungere solo le persone che più probabilmente acquisteranno il tuo prodotto/servizio;
- Hai un *Feedback* immediato, uno dei miei vantaggi preferiti, scrivi un annuncio e lo hai online in pochi secondi, un feedback immediato, una correzione immediata e i risultati immediati;
- È più facile da *misurare* e monitorare, hai un percorso digitale che ti consente di misurare *costi*, *risultati* e in *tempo reale*;

Pensa, con il traditional marketing, all'attesa di mesi affinché la tua rivista esca e si possa capire se le cose hanno funzionato o meno, ti ricordo che non puoi misurare i clic su una rivista.

In ogni modo, come ho già detto, ci sono tantissimi vantaggi nella scelta dei canali digitali che vanno pari passo con il digital marketing, ma ciò non vuol dire che il traditional marketing non funzioni più.

Come fare digital marketing? Le differenze tra strategia e tattica e quando usarle.

I principi base

La strategia è tutto, focus sulla strategia, è qui che devi concentrare i tuoi sforzi, se sbagli questa parte, nient'altro funzionerà. Per la strategia occorrono i principi base, che sono rilevanti oggi e lo saranno anche tra cento anni.

I principi base sono quattro: *modello*, *mercato*, *messaggio* e *media*, segui questi passaggi nell'ordine giusto e quando arrivi ai media le scelte devono essere già chiare.

? **Osservazione**: cerca di sapere sempre dov'è *presente* e *attivo* online il tuo mercato di riferimento ideale.

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

Modello

Il modello è essenzialmente cosa consegni al mercato, devi progettare il tuo modello intorno a ciò che è più *divertente*, *redditizio* e *richiesto* dal mercato, la cosa peggiore che puoi fare è costruire un business che odi.

Mercato

Ovvero le persone che servirai, concentrati su chi otterrà i migliori risultati dal tuo prodotto/servizio, orientati al mercato che ti piacerà di più servire.

? **Nota**: può esserti utile costruire la tua buyer persona.

Messaggio

Per creare messaggi veramente efficaci devi:

- Capire chi è il tuo mercato;
- Cosa li contraddistingue davvero;
- Cosa li spinge a fare le cose che fanno.

? **Nota**: fai ricerche di mercato e una bella chiacchierata con i tuoi clienti.

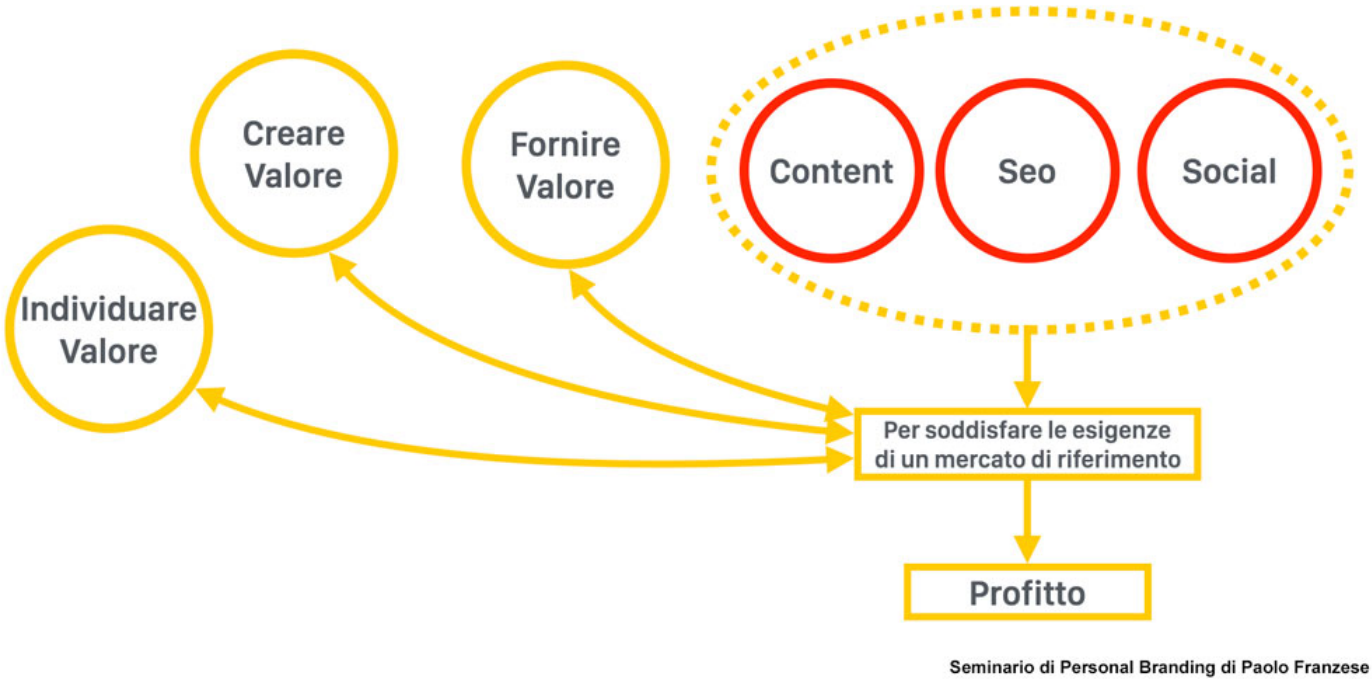
Parla chiaramente al tuo mercato di riferimento, parla dei loro *dolori*, dei loro *problemi* e delle loro *frustrazioni*, fagli capire bene come la tua azienda è in una posizione *unica* per aiutarli a risolverli.

? **Nota**: racconta le *storie* dei tuoi clienti precedenti, i *casi studio* e i *risultati* precedenti, cerca in tutti i modi di raccogliere recensioni (Facebook, LinkedIn e Google). Solo il tuo passato può dimostrare che sai di cosa stai parlando e che hai già fatto ciò che dici di fare.

Media

Ovvero dove farai il tuo marketing, quali canali digitali sceglierai. La realtà è che non devi fare tutto e non devi essere ovunque, inutile essere presenti su canali che non daranno risultati.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons



Una slide del mio **Seminario di Personal Branding** in cui evidenzio nei cerchi rossi le tre “sorgenti” che r

Come fare digital marketing? Dopo ciò che serve per prendere le decisioni giuste abbiamo…

Le tattiche

Ora guardiamo alle **tattiche**, il modo in cui eseguirai tutto ciò che hai appena letto. Le tattiche sono i dettagli e i *passaggi perseguibili* o le cose *eseguibili* che andrai effettivamente a mettere in pratica, ad esempio:

- Con quale frequenza pubblicherai;
- Che tipo di contenuto pubblicherai;
- Quale grafica vorrai utilizzare;
- Il momento migliore per pubblicare;
- Etc…

Per ogni punto potrai trovare tantissimo materiale anche nella mia community IMAGINERS, oltre ad averne ampiamente discusso in tanti articoli su questo blog.

Come fare digital marketing? Ora puoi iniziare a fare digital marketing seriamente.

Conclusioni

Queste sono le cose principali di cui volevo parlarti, magari nel prossimo articolo andremo anche più a fondo sull’argomento delle **tattiche**.

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

Per ora cerca di rispettare la sequenza dei principi base: **Modello**, **Mercato**, **Messaggio**, **Media**, vedrai i risultati arriveranno e resterai stupefatto.

Spero che abbia trovato prezioso questo articolo, se è così *condividilo* con chi potrebbe essere interessato, condividilo con un amico e iscriviti ai miei canali.

Se hai qualche domanda, puoi scrivermi anche su Instagram, farò del mio meglio per risponderti il prima possibile.

Altro da aggiungere? Critiche o commenti? Ti aspetto qui sotto.

Attiva le notifiche da questo sito se vuoi essere avvisato ogni volta che pubblico nuovi articoli e unisciti alla community privata **IMAGINERS** per espandere la tua consapevolezza.

Grazie per aver dedicato la tua preziosa attenzione fino a qui.

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 5 Settembre 2022

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons