



Come ottimizzare le strategie di marketing

di Paolo Franzese



Come ottimizzare le strategie di marketing? Ho preparato questo articolo per capire come **aumentare i profitti** della tua attività con la giusta *strategia di marketing*, un articolo che dovrebbero leggere la maggior parte degli imprenditori, specialmente per quelli come te.

Se vuoi leggere altri consigli di questo tipo iscriviti alla mia newsletter settimanale:

Iniziamo dalla gestione del tempo, la più grande difficoltà che si riscontra quando si fa marketing. Ci vuole tempo per capire quali sono le strategie giuste. Ma **come ottimizzare le attività di marketing?** Bisogna sforzarsi per ottimizzare tutto il tempo e riutilizzarlo efficacemente nelle attività di Digital Marketing (OnLine) e OffLine.

Come ottimizzare le strategie di marketing e aumentare i profitti? Consiglio innanzitutto di capire l'intento.

Search e Discovery Marketing

Se parliamo di **Search Marketing e Discovery Marketing** dobbiamo prestare la massima attenzione all'intenzione, fondamentalmente capire qual è l'intento o qual è il motivo per cui un utente utilizza una piattaforma specifica, quando vi accede: la mattina, a mezzogiorno o la notte?

Search Marketing

Parliamo di attività svolte su piattaforme come *Google*, *YouTube* e *TikTok* (in rapida ascesa rispetto alle precedenti), ovviamente il discorso vale anche per qualsiasi altro motore di ricerca. Quando utilizzi Google hai un [intento di ricerca](#), lo utilizzi per trovare:

- Una risposta;
- Una soluzione;
- Un prodotto.

Di solito si cerca per:

- Fare qualcosa;
- Comprare qualcosa;
- Imparare qualcosa;
- Intraprendere qualche tipo di azione.

È proprio in questo punto che devi comparire con la tua attività, devi esserci per:

- Rispondere alla loro domanda;
- Dare a loro la “tua” soluzione.

E precisamente a qualsiasi cosa stiano cercando ma che sia pertinente al tuo prodotto / servizio.

Tipologie di Intenti di Ricerca

Informativo



“come ottenere follower”
“cosa fare per ottenere follower”
“chi fa aumentare follower”
“guida per ottenere follower”

Navigazione



“imaginepaolo”
“Paolo Franzese”
“digital coach”
“consulenza social media”

Indagine commerciale



“miglior consulente social”
“classifica consulente social”
“imaginepaolo o consulente X”
“recensioni su imaginepaolo”

Transazionale



“consulenza social”
“prezzo consulenza”
“sede imaginepaolo”
“contatto imaginepaolo”

Tipologie di Intenti di Ricerca

Alcune strategie qui utilizzano la SEO o l’ottimizzazione per i motori di ricerca, nonché gli annunci di Google che sono pubblicità pay per click.

Discovery Marketing

Qui parliamo di attività svolte su *Facebook*, *Instagram*, *YouTube* e anche qui *TikTok*. In sostanza anche qui gli utenti navigano con qualche “intento” ma di solito navigano molto più casualmente. Su *Google* le persone cercano con la carta di credito in mano, mentre su *Facebook* o *Instagram* le persone non cercano per acquistare qualcosa.

Come ottimizzare le strategie di marketing e aumentare i profitti? Sii diretto solo se...



Teach, Don't Sell

Se stai facendo **Search Marketing** puoi permetterti di essere diretto, se stanno cercando qualcosa, devi farti trovare con la risposta e devi semplicemente darglielo.

Se invece stai facendo **Discovery Marketing** devi:

- Essere creativo;
- Essere divertente;
- Essere interessant;
- Attirare l'attenzione;
- Mantenere alta l'attenzione;

Per tenere le persone incollate a ciò che *vendi* o *promuovi*.

Sia il **Search Marketing** che il **Discovery Marketing** sono parti importanti per costruire il successo della tua attività.

Come ottimizzare le strategie di marketing e aumentare i profitti? Ecco qualcosa di cui si parla raramente...

Marketing di Prodotti e Marketing Servizi

Che differenza c'è tra **Marketing di Prodotti** e **Marketing di Servizi**?

La maggior parte delle informazioni di marketing disponibili ruotano attorno al **Marketing di Prodotti** (food ed anche quando si parla di libri di testo, di corsi e di formazione).

Un prodotto è qualcosa di tangibile, qualcosa che puoi:

- Tenere in mano;
- Vedere;
- Toccare;
- Gustare.

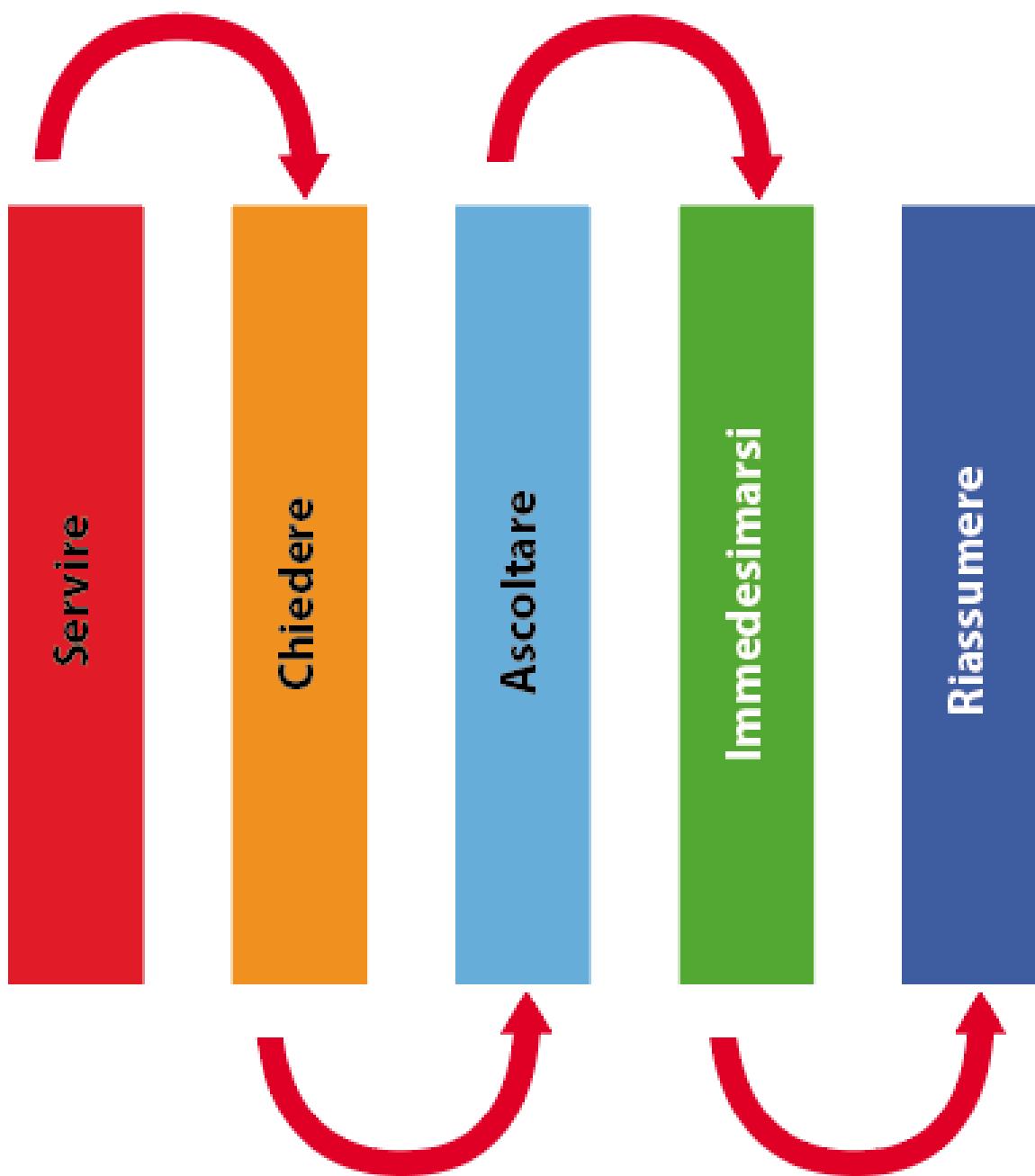
Un servizio invece è intangibile, il servizio non puoi trattenerlo, toccarlo, vederlo e assaggiarlo, e poi con i servizi devi spesso pagare in anticipo, il che richiede un buon livello di **fiducia**.

Come ottimizzare le strategie di marketing e aumentare i profitti? Muoviti in base a cosa devi commercializzare...

Come commercializzare?

Se stai *commercializzando* un'attività basata sui **servizi** e provi a *commercializzarla* come un'attività basata su **prodotti**, rimarrai molto deluso, e allora **come commercializzare?**

VENDERE



Cosa significa vendere

Devi commercializzare un **prodotto**? Hai un grande vantaggio, infatti il prodotto puoi:

- Spiegarlo;
- Mostrarlo;
- Dimostrare come funziona;
- Che aspetto ha;
- Mostrarlo in azione;
- Mostrare le funzionalità;
- Mostra i vantaggi che le funzionalità offriranno;
- Mostrare la storia che c'è dietro...

Mentre se devi commercializzare un **servizio** non hai lo stesso vantaggio.

La cosa principale quando promuovi e fai marketing di servizi è che devi vendere alla fine, devi vendere:

- Lo stato finale;
- I benefici;
- Il risultato;
- I risultati.

Ovvero tutto quello che chi compra il tuo **servizio** sperimenterà dopo aver lavorato con te, si tratta dello *stato finale*, dei *vantaggi* e dei *risultati* che qualcuno sperimenterà.

Per commercializzare per bene devi evidenziare il *dolore*, l'*insoddisfazione* o il *disagio* del loro stato attuale e poi “dipingere la scena” di come staranno molto meglio dopo aver lavorato con te.

Come ottimizzare le strategie di marketing e aumentare i profitti? La prossima cosa di cui devi davvero essere consapevole...

Marketing B2B e B2C

Quali sono le differenze tra **Marketing B2B e B2C**?

Marketing B2B

B2B sta per *business to business*, un marketing in cui i tuoi clienti principali sono aziende ma non persone.

Marketing B2C

B2B sta per *business to consumer*, significa che sei un'azienda che vende ai consumatori, a persone e non ad imprese.

In definitiva il Marketing B2C è su più clienti ma “più piccoli”, mentre con il Marketing B2B sarai più incentivato perché dovrà commercializzarlo un minor numero di clienti ma probabilmente “più grandi”.

Come ottimizzare le strategie di marketing e aumentare i profitti? Possiamo concludere.

Conclusioni

Vedi è proprio come tutto quello che sto facendo adesso, quello che ho scritto per te finora, sto commercializzando un mio [servizio di consulenza personalizzata](#), modalità che può cambiare a secondo che stia vendendo ad un'azienda o una persona.

? **Esempio:** Sei arrivato su questo articolo perché ho fatto “Search Marketing” per Google, oppure sei arrivato da Facebook con una mia attività di “Discovery Marketing”, e qui cerco di spiegare per bene come “acquistarmi” e commercializzo i miei servizi di “consulenza personalizzata” sia come B2B che come B2C.

Se ritieni che anche questo articolo sia un valido strumento per migliorare la tua strategia di marketing, allora puoi:

- Ascoltarlo;
- Scaricarlo in PDF;
- Condividerlo con chi potrebbe essere interessato;
- Condividerlo con un amico;
- Continuare a seguirmi iscrivendoti ai miei canali.

Mi leggerai nel prossimo articolo e ti aspetto sempre qui sotto, tra i commenti.

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 19 Settembre 2022