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:

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

- 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

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…

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

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 di 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.

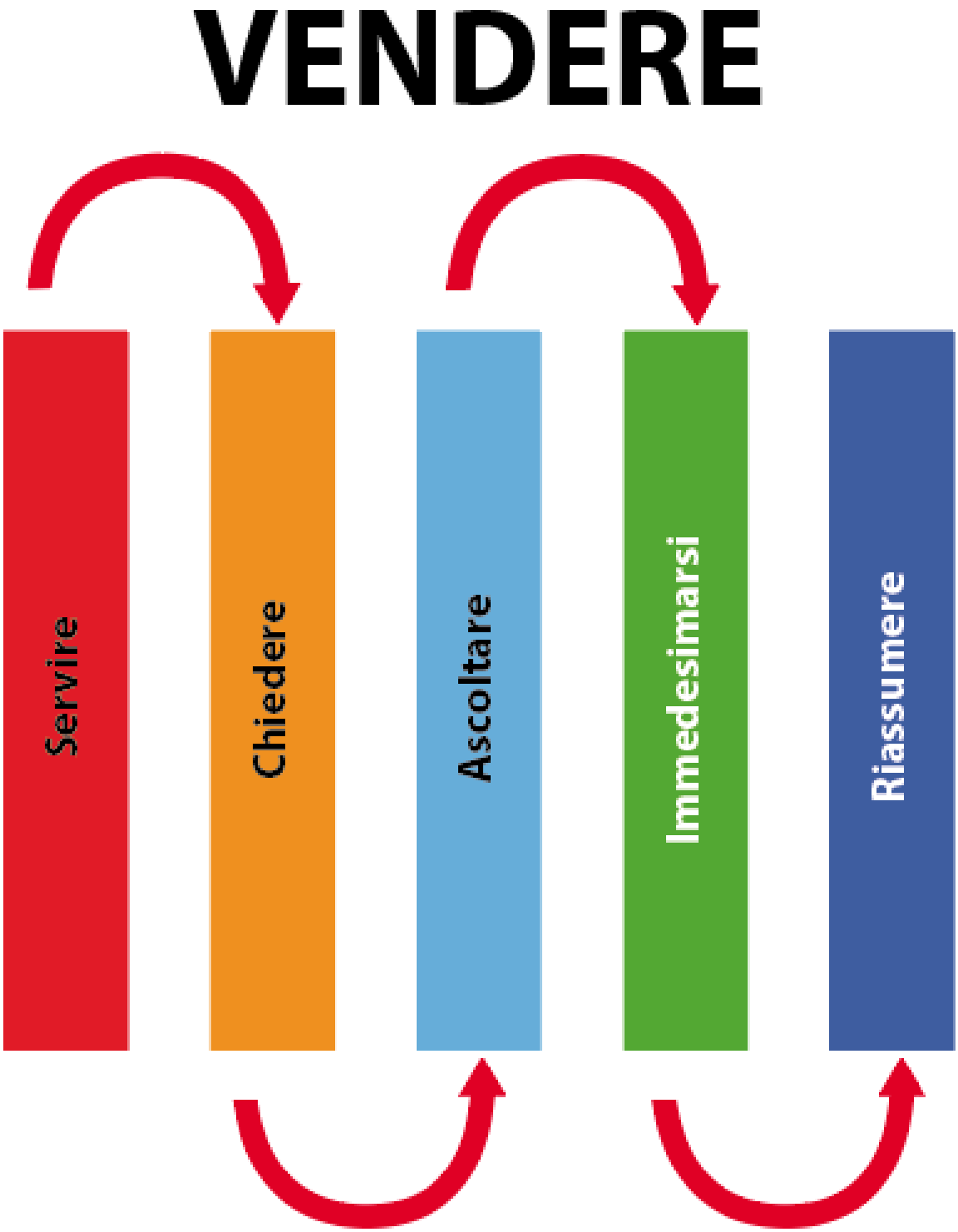
Un servizio invece è intangibile, il servizio non puoi trattenerlo, toccarlo, vederlo e assaggiarlo, e poi con i servizi devi spesso *pagare in anticipo*, il che richiede un buon livello di **fiducia**.

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**?

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons



Cosa significa vendere

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

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

- 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 dovrai commercializzarlo un minor numero di clienti ma probabilmente "più grandi".

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

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

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