Quale strategia di marketing scegliere per ottenere migliori risultati

di Paolo Franzese



Quale strategia di marketing scegliere per ottenere risultati migliori? Sono un Web Marketing Coach e per quanto mi riguarda sono stato uno dei primi, dal 1997 mi sono occupato di business digitali su Internet, non esisteva **Google**, **Facebook**, **Instagram**,… Ma c'era Internet ed ho potuto estendere la mia esperienza nei diversi settori in crescita.

Da sempre aiuto i miei clienti (*imprenditori*, *aziende*, *freelance*, *agenzie*, *influencer*) a migliorare i loro risultati on line e off line, ed oggi in questo articolo voglio fissare l'attenzione su alcuni punti interessanti per far crescere la tua attività.

Quale strategia di marketing? Molti non conoscono alcune differenze.

Differenza tra organico e a pagamento

Chi fa marketing deve conoscere la **differenza tra organico e a pagamento**.

Organico

Tenendo ben presente che un contenuto non è mai gratuito e se ti impegni per la pubblicazione, ti costa:

1. Tempo;
2. Energia;
3. Denaro…

Per **organico** si intende essenzialmente tutto ciò che si crea *gratuitamente*, ad esempio ogni volta che pubblichi:

- Un post su Facebook;
- Una storia su Instagram;
- Un video di YouTube;

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

- O qualcosa del genere…

E se non stai pagando nulla allora stai creando contenuti organici, per cui il marketing organico prevede la pubblicazione di contenuti e non il pagamento per promuoverli.

Pagamento

Il marketing a **pagamento** è l'opposto di quello organico, si pubblicano contenuti per poi pagare per promuoverli e distribuirli a un numero maggiore di persone.

Nel marketing a pagamento entrano in gioco i boss degli annunci:

- TikTok;
- Facebook;
- Instagram;
- YouTube;
- LinkedIn;
- Google;
- Pinterest.

I contenuti *organici* vengono visualizzati nei feed di notizie delle persone che ti seguono, mentre i contenuti a *pagamento* vengono visualizzati nei feed di notizie delle persone scelte tramite il targeting.

Quale strategia di marketing? Analizziamo i pro e i contro.

Quale conviene?

Come tutte le strategie di marketing ci sono pro e contro in entrambe, ma **quale conviene**?

L'organico è gratuito e potrà avere una portata un po' più limitata (ma un contenuto creato come si deve può spingersi anche oltre), ti confesso che gli algoritmi sono progettati per favorire i contenuti a pagamento, ed è anche giusto, perché ai social gli piace fare soldi.

Lo svantaggio dei contenuti a pagamento è evidente: costano. Il lato positivo è che ti permettono di raggiungere rapidamente un sacco di persone.

Se devi scegliere tra organico e a pagamento devi considerare la velocità con cui desideri ottenere risultati, a pagamento si riduce il tempo rispetto ai risultati.

Quale strategia di marketing? Uno dei miei argomenti preferiti.

Direct Response Marketing

Il marketing a volte è poco creativo e con l'obiettivo di ottenere innanzitutto una risposta stai scegliendo di fare marketing a risposta diretta (**direct response marketing**).

Quando fai marketing a risposta diretta, stai creando un contenuto che successivamente con

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

l'annuncio vorrai ottenere un ritorno immediato e tangibile:

- Una vendita;
- Una telefonata;
- Una visita;
- Un'iscrizione;
- O qualcos'altro del genere.

?**Esempio**: su Facebook il marketing a risposta diretta consiste nella pubblicazione di un annuncio su Facebook, nella previsione poi di generare un *lead*, inviare un'*e-mail*, misurare il numero di *conversioni*, *promuovere* un video, tenere traccia di quante persone si sono *iscritte* per una prova gratuita.

Tutti queste *action* sono una risposta diretta, perché ti aspetti subito qualcosa che sarai in grado di tracciare e misurare ed in base ai risultati potrai alimentare ciò che funziona e fare meno con ciò che non funziona.

Quale strategia di marketing? Quanto incide il grado di conoscenza del brand.

Consapevolezza del marchio

Ora devi confrontare tutto quello che hai fatto fino ad ora con il **marketing della consapevolezza del marchio**, essenzialmente come strategia sarai focalizzato su:

- Lungo termine;
- Creazione di fiducia;
- Creazione di autorità;
- Nome del tuo brand nel mercato.

Precedentemente con la *risposta diretta*, abbiamo misurato **lead**, **vendite** e **conversioni** mentre con la *consapevolezza del marchio* (brand awareness), stiamo misurando **fiducia**, **autorità** e **citazioni**, sono cose molto più difficili da quantificare e misurare essendo poco tangibili.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons



Se vuoi aumentare i clienti devi conoscere come funziona la “piramide della consapevolezza del cliente”.

Quale strategia di marketing? Hai bisogno di un buon mix.

Il più grande errore

Per evitare di *sbagliare* devi guardare la tua strategia a lungo termine, per costruire un business *scalabile*, *sostenibile* e *redditizio*. In effetti devi creare un mix di **marketing a risposta diretta** e **marketing di consapevolezza del marchio**.

Ed è a questo punto che devi fare attenzione al **più grande errore** del marketing…

?? **Attenzione**: mai fare marketing per la consapevolezza del marchio e aspettarsi risultati di risposta diretta.

Uno dei motivi principali per cui molti pensano che il loro marketing non funziona, aver utilizzato questa ricetta ma per il fallimento.

È incredibilmente importante utilizzare la strategia giusta per il tuo business.

Quale strategia di marketing? Ci siamo quasi…

Conclusioni

Non esiste una regola per tutti, la migliore strategia di marketing è quel piano d’azione che identifica e coordina il conseguimento degli obiettivi aziendali.

È quel piano che si rivolge ad un pubblico targettizzato, quella che trova il tuo consumatore, quella che mette in evidenza il tuo prodotto/servizio. Ci sono miglia di strategie di marketing sta a te

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

scopri la migliore per la tua attività.

Finalmente potrai capire la differenza tra **organico** e a **pagamento** e quale conviene per la tua strategia, per poi nutrire la tua **Brand Awareness** e ottenere contatti con il **Direct Response Marketing**, stando sempre attenti nel commettere il più grande errore.

Questo articolo è stato scritto proprio per evitare di farti sbagliare, qui ti ho elencato alcuni termini con cui ora avrai più dimestichezza.

Tra questi miei suggerimenti potrai trovare quali strategie hanno il maggiore impatto e metterle subito in pratica.

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.

Grazie ancora, ti aspetto sempre qui sotto tra i miei commenti.

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 12 Settembre 2022

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons