Come fare content marketing: guida per principianti

di Paolo Franzese



Come fare content marketing? Come imparare come usarlo per il tuo business? Questo articolo è per te specialmente se sei nuovo nel content marketing, ti guiderò passo passo attraverso questa mia guida completa.

Iniziamo con le basi

Iniziamo dalle basi, il content marketing, una vera e propria strategia di marketing, è quel processo di *creazione e distribuzione* di contenuti di valore per attrarre e fidelizzare un pubblico specifico, al fine di promuovere il *passaparola* e raggiungere gli obiettivi commerciali dell'azienda.

Si intendono tutti quei processi di creazione e distribuzione di:

- Post di blog;
- Video;
- Podcast;
- E-book;
- Infografiche;
- Contenuti social;
- o qualsiasi altra cosa…

Il compito dei contenuti è guidare le persone verso una **CTA** (*Call To Action*) ben specifica e redditizia, sono progettati per fornire informazioni utili ed interessanti ai lettori, senza essere troppo promozionali o invadenti.

Come fare content marketing? L'importante è il focus sull'obiettivo.

Focus sull'obiettivo

L'obiettivo finale del content marketing è quello di costruire una relazione a lungo termine con il

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

pubblico, promuovendo la fedeltà dei clienti e aumentando le vendite.

Ora imparerai a creare il contenuto che vende, per aiutarti pensa a quando sei in procinto di acquistare un prodotto / servizio.

?**Esempio**: ti occorre un "Digital Coach" per avere una *consulenza personalizzata di marketing*, cosa fai?

Vado ad analizzare chi ha già acquistato questo servizio, riavvolgo e mi faccio delle domande:

- Perché l'hai comprato?
- Quale contenuto hai trovato?
- In che modo il contenuto ti ha influenzato?

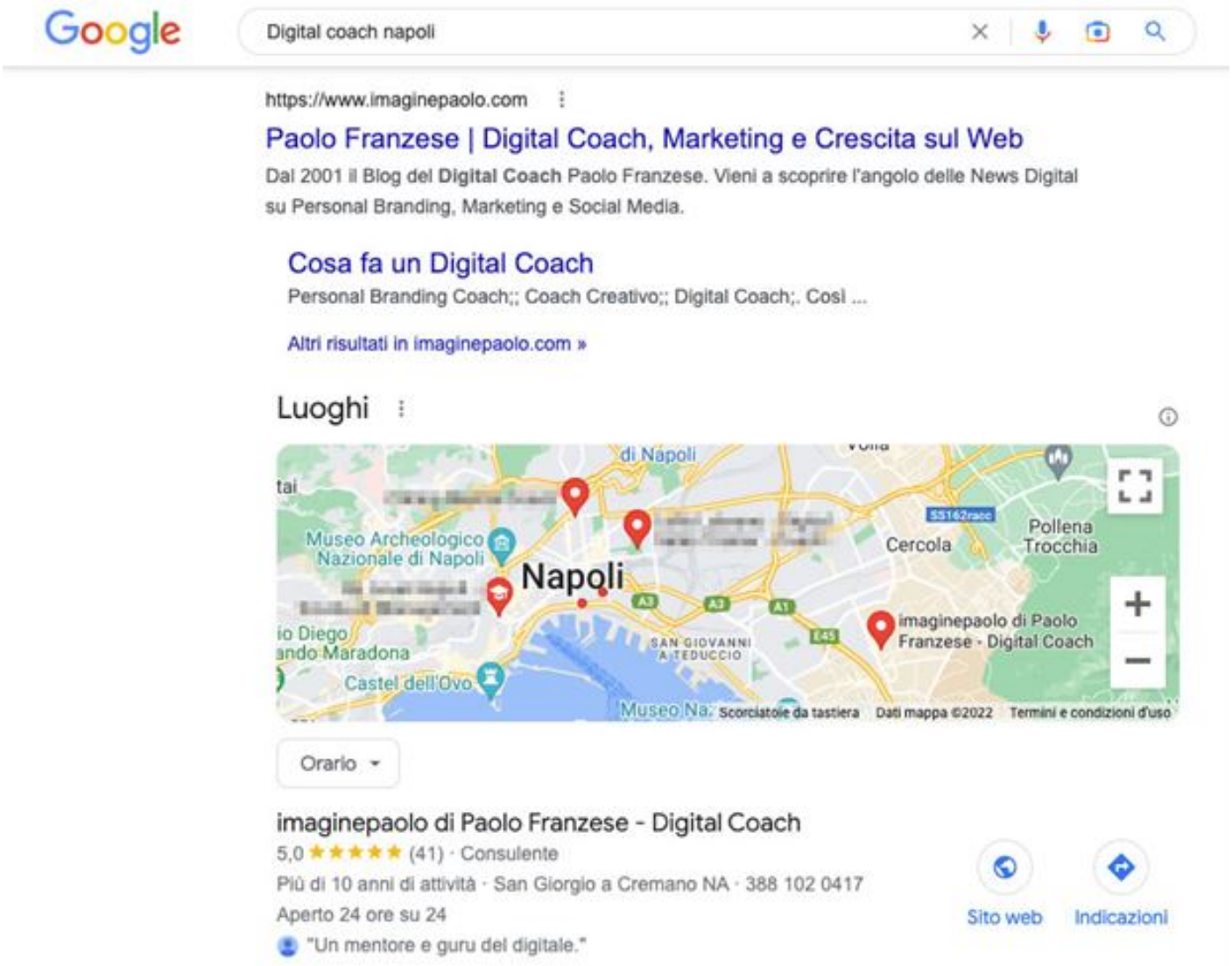
Come fare content marketing? Prova a cercare ciò che cercherebbero gli altri.

Parti da Google

È vero, **molti partono da Google**, ma ultimamente le persone stanno cercando anche altrove e sempre di più.

Probabilmente hai iniziato a fare ricerche su Google, cose del tipo "Digital Coach Napoli", "Cosa fa un digital coach", ed avrai letto alcuni titoli degli articoli delle diverse pagine che ti sono comparse nella **SERP**, poi incontri questo contenuto:

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons



La SERP su Google per “Digital Coach Napoli”…

Poi magari vai anche su YouTube, o meglio ancora su TikTok (le persone iniziano a cercare più su TikTok che su YouTube). Quindi torni su Google e magari cerchi una classifica “i migliori Digital Coach”, leggi alcuni post sul blog, raffini la ricerca fino a che trovi l’articolo giusto che ti farà decidere di acquistare la consulenza personalizzata.

Come fare content marketing? Contenuti coinvolgenti.

Il viaggio del cliente

Succede così, questo ho studiato il tuo percorso, **il viaggio del cliente**:

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

- Hai avuto un problema;
- Hai cercato soluzioni;
- Hai trovato contenuti da blog, video e recensioni;
- Sei stato guidato attraverso l'intero percorso di acquisto.

Sicuramente se pensi al *perché* e al *come* hai fatto il tuo ultimo acquisto, scommetto che ti sarai ritrovato in questo percorso, scommetto che ti sarai scontrato con un contenuto coinvolgente.

Pensa a quante informazioni sono disponibili e a come i contenuti possono influenzare i consumatori.

Come fare content marketing? Un potere sconvolgente.

Potere del Content Marketing

Il contenuto che hai letto proviene da più *siti* e da più *creator*, che hanno ottenuto i tuoi Euro per, proprio grazie al **potere del content marketing**, hai il modo di integrare la la tua azienda e i tuoi servizi (o prodotti) all'interno di questi *percorsi di acquisto*. Proprio come ho fatto io per averti qui in questo momento.

Puoi utilizzare vari strumenti per cercare le parole chiave da utilizzare per i tuoi contenuti.

?**Esempio**: se non mi conosci, sono un Digital Coach (almeno per ora, bisogna essere fluidi) e supponiamo quindi che tu abbia deciso di utilizzare un Digital Coach nella tua strategia di *marketing digitale* per TikTok. Magari vai su Google ed inizi a cercare:

- "perché non faccio più visualizzazioni su tiktok";
- "perché i miei video su tiktok hanno poche visualizzazioni";
- "perché ho poche visualizzazioni su tiktok";
- …

Poi quasi sicuramente farai clic sul primo risultato, ma non sei ancora pronto per effettuare l'acquisto della mia consulenza. Poi magari fari clic sulla mia guida "Metodo IMAGINERS" e rimani colpito, in questo modo ti viene presentato per bene il mio metodo.

Poi decidi ancora di cercare altri suggerimenti su "come crescere sui social" e magari vai su YouTube e cerchi "Come aumentare follower su TikTok", ti arriva il mio *YouTube Short*.

Fai clic sul video, sei impressionato dai numeri dei miei video su TikTok, i mi piace, guardi i commenti, le recensioni sugli altri social, e continui a guardare, sei ipnotizzato dal mio modo di comunicare, inizi a prendere appunti e scopri "come crescere su TikTok".

Come fare content marketing? Insegna ad acquistarti.

Don't sell, teach

Durante le ricerche su Google e sui social, attraverso contenuti gratuiti, non solo sei stato esposto

al mio brand e ai miei servizi, ma sei anche entrato nel mio ecosistema IMAGINERS perché ci sono stato quando hai avuto bisogno di me.

Per cui sei naturalmente più propenso all'acquisto dei miei servizi perché ti ho istruito: **don't sell, teach**.

Questo è content marketing, ti aiuta a creare consapevolezza e attirare potenziali clienti verso i tuoi contenuti, i tuoi contenuti devono:

- Fidelizzare i clienti;
- Coinvolgere;
- Creare credibilità per il tuo brand;
- Converte i visitatori in clienti;
- Permetterti di costruire un seguito fedele.

Vedrai i tuoi contenuti apparire anche quando non fai pubblicità, sono contenuti persistenti che compariranno nelle ricerche dei tuoi potenziali clienti.

A proposito di creazione di contenuti, potrai trovare altri contenuti nella mia newsletter:

Come fare content marketing? Siamo arrivati alle conclusioni.

Conclusioni

Per concludere il **content marketing** è una strategia di marketing che consiste nella creazione e distribuzione di contenuti di *valore* per *attrarre* e *fidelizzare* un pubblico specifico, con l'obiettivo di promuovere il *passaparola* e raggiungere gli obiettivi commerciali dell'azienda.

Questi contenuti possono includere vari formati e devono essere progettati per fornire informazioni utili e interessanti senza essere troppo promozionali o invadenti.

Il focus del content marketing è quello di costruire una relazione a lungo termine con il pubblico, promuovendo la fedeltà dei clienti e aumentando le vendite.

Per fare content marketing, è importante iniziare con una chiara comprensione dell'obiettivo e della destinazione finale del contenuto, cercare di capire ciò che il pubblico sta cercando e creare contenuti coinvolgenti che accompagnino il viaggio del cliente dalla scoperta del problema alla decisione di acquisto.

Se ti è piaciuto questo articolo puoi:

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

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 2 Gennaio 2023

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons